

С. Д. К. Пуертас

## МОДУЛЯЦІЯ ОСОБИСТІСНИХ ЦІННОСТЕЙ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ВИБОРУ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Наведено результати дослідження впливу цінностей особистості на її електоральний вибір; описано процедуру та методи дослідження. Показано, яким чином експеримент розкриває можливості модулювання електорального вибору студентської молоді за допомогою актуалізації окремих індивідуальних цінностей. Зроблено висновки щодо особливостей взаємозв'язку між зміною цінностей та електоральним вибором студентської молоді.

*Ключові слова:* цінності, модуляція, електоральний вибір, студентська молодь.

*Проблема.* Для української політичної культури, що перебуває на початкових етапах свого формування, електоральна поведінка є практично найбільш доступною для широких верств населення формою політичної участі. Таким чином, від того, як здійснюється електоральний вибір і який склад політичних сил у результаті цього вибору приходить до влади, багато в чому залежить подальший розвиток української політичної системи. На думку Р. Інглгарта, саме зміна системи ціннісних орієнтацій є основою феномена соціально-політичної трансформації [1, с. 9]. Дослідження М. Рокича, Ш. Шварца, У. Білські підтверджують наявність найтіснішого взаємозв'язку між цінностями та електоральним вибором громадян. Зокрема, у їхніх висновках наголошується, що погляди електорату різних політичних сил щодо значущості певних цінностей значною мірою відрізняються [2–4]. Аналізуючи це питання, слід також враховувати такі чинники, як історична ретроспектива країни, у якій проводиться дослідження, представленість у вибірці певних соціальних груп і т. ін. Ці висновки були підтвержені й на вибірці українських студентів [5]. Актуальність вивчення чинників формування електорального вибору студентської молоді зумовлена передусім низькою активністю представників цієї групи у процесах виборів в органи державної влади, великою часткою протестного електорату та електорату, який не в змозі сформувати більш чи менш стабільний образ своїх політичних уподобань [там само]. Хоч завдяки емпіричним дослідженням згаданих вище авторів і було отримано важливі дані про взаємозв'язок між цінностями та електоральним вибором, та все ж цим дослідженням певною мірою бракує експериментальної спрямованості. Переконані, що саме на основі експериментальних досліджень можна належним чином обґрунтувати ті чи ті концепції та глибше розкрити сутність впливу цінностей на електоральний вибір особистості.

З огляду на динамічний характер цінностей та їх вплив на електоральний вибір особистості, а також актуальність вивчення чинників формування електорального вибору серед студентів було проведено експериментальне дослідження, яке мало підтвердити *гіпотезу* про можливість модулювання електорального вибору шляхом цілеспрямованої актуалізації конкретних особистісних цінностей. Проведене раніше пілотне дослідження підтвердило в цілому достовірність висунутої нами гіпотези. Наразі пропонуємо розглянути результати основного дослідження. Його *об'єктом* був електоральний вибір, *предметом* – вплив цінностей на електоральний вибір особистості. *Мета* полягала в тому, щоб експериментально дослідити характер впливу ціннісних орієнтацій особистості на її електоральний вибір.

Одним із прикладів експериментального дослідження цінностей молоді, яке безпосередньо не належить до сфери політичної психології (однак демонструє експеримент як метод вивчення цінностей), можна вважати експеримент О. Є. Нашиновської (1987 р.) [6, с. 14]. Для вивчення відмінностей між значущістю декларованих і реальних цінностей дослідниця використовувала методику непрямого постгіпнотичного навіювання. Досліджуваним надавався перелік цінностей (за методикою “Ціннісні орієнтації” М. Рокича). Кожній цінності при цьому відповідала риска заданої довжини. У стані гіпнотичного навіювання досліджувані отримували інструкцію, за якою слід було, не використовуючи жодних інструментів, відтворити довжину рисок. Водночас формулювалося настановлення, що зміна довжини рисок, її зменшення або збільшення, відповідає характерній для цього індивіда реалізації цінності в повсякденному житті. Отримані під дією навіювання дані порівнювалися з результатами, коли людина не зазнавала впливу гіпнозу. Було зафіксовано значні розбіжності між реальною і декларованою значущістю цінностей і рівнем їхнього впливу на постгіпнотичну діяльність. Результати цього експерименту підтверджують припущення, що актуалізація цінностей приводить до змін у поведінці людини, та демонструють багаторівневість системи цінностей. Під актуалізацією цінностей ми розуміємо зростання значущості певної цінності, яке відбувається під дією внутрішніх або зовнішніх чинників.

У своїх попередніх статтях, розглядаючи рівні організації цінностей, ми досить детально проаналізували концепцію Ш. Шварца. Дослідник визначає два рівні функціонування цінностей: нормативні ідеали (які меншою мірою піддаються змінам) та індивідуальні пріоритети (більш динамічний вимір цінностей). Схожу класифікацію пропонує і Д. О. Леонтьєв [7, с. 14], який на основі міждисциплінарного вивчення цінностей робить висновок про три форми існування цінностей, які переходять одна в одну: 1) суспільні ідеали – аналог рівня нормативних ідеалів Ш. Шварца, 2) рівень реалізації цінностей у поведінці індивіда,

3) мотиваційні структури особистості – “моделі необхідного”, які спонукають людину до предметного відтворення ціннісних ідеалів у діяльності (рівень індивідуальних пріоритетів за Ш. Шварцом). Значну увагу дослідник також приділяє питанню трансформації цінностей та ідеї реального впливу цінностей на діяльність та особливості поведінки людини.

Методичний інструментарій нашого дослідження складала методика Ш. Шварца з вивчення індивідуальних цінностей “Профілі особистості” (для аналізу зміни значущості окремих цінностей у ході експерименту) [2, с. 68] та анкета (для встановлення особливостей електорального вибору студентів, а також збирання базових демографічних даних). До матеріалів експериментальних груп додавалися, крім того, невеликі тексти, завдяки змісту яких мали актуалізуватися певні цінності. Групі “Досягнення” надавався текст, який розповідав про історію життя Стіва Джобса та діяльність компанії Apple. З огляду на значущість для сучасної молоді візуального каналу сприйняття текст супроводжувався зображеннями самого Стіва Джобса та емблеми створеної ним компанії. Цей текст мав актуалізувати у групи значущість цінностей блоку “Досягнення”. Групі “Доброта” було запропоновано текст, який розповідав про співчуття, сімейні цінності і цінності доброго ставлення до людей; він мав актуалізувати цінності блоку “Доброта”. До текстів додавалося по два запитання, відповідаючи на які респонденти мали засвідчити рівень свого ототожнення із цінностями, що були закладені в зміст текстів, глибше зануритися в тему, яка розгорталася в матеріалі. Проблему еквівалентності змістів текстів було вирішено в процесі проведення фокус-групи. *Експериментальним групам* матеріали пропонувалися в такій послідовності: стимульний матеріал у вигляді тексту, методика “Профілі особистості”, анкета; *контрольна група* працювала спочатку за методикою “Профілі особистості”, потім – з анкетною.

Дослідження проводилося на базі Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна під час навчального процесу. У ньому взяли участь одна контрольна та дві експериментальні групи (група “Досягнення” і група “Доброта”). До складу контрольної групи увійшли 118 студентів. Експериментальна група “Досягнення” налічувала 81 студента, група “Доброта” – 103. Усього в дослідженні взяли участь 302 студенти, які навчалися на факультетах гуманітарного та природничого профілю. Вік досліджуваних становив від 18 до 21 року.

Студентам, які брали участь у психологічному дослідженні, надавалася інструкція, згідно з якою вони мали працювати з матеріалами самостійно, не спілкуватися під час роботи, перегортати сторінки тільки тоді, коли буде виконано всі наведені на ній завдання. У кожній аудиторії, де проводилося дослідження, студентів умовно, за навчальними рядами, було спочатку поділено на три підгрупи (контрольну та дві

експериментальні). Після цього кожній з підгруп надавалися відповідні матеріали. У процесі виконання завдань експериментатор стежив за тим, щоб виконувалися вимоги інструкції.

Розгляньмо дані дискретної статистики, отримані в результаті аналізу результатів дослідження. Насамперед звернімо увагу на значущість блоків цінностей у досліджуваних групах (рис. 1). Виявилося, що значущість ціннісних блоків для контрольної і двох експериментальних груп є майже однаковою. Винятком можна вважати показники цінностей блоків безпеки, традиції і комформності, які для групи “Досягнення” є менш значущими порівняно з контрольною групою. Нагадаємо, що ці ціннісні блоки протидіють цінностям блоку досягнення. Статистично значущих відмінностей між показниками ціннісних пріоритетів за блоками не виявлено. Виходячи з цього, можна, по-перше, припустити, що наша гіпотеза та інструменти її реалізації не є дієвими, хоч у первинному дослідженні вони й підтвердили певною мірою свою дієвість. По-друге, результати дослідження можуть бути пов’язані з особливостями періоду його проведення. Пілотне і генеральне дослідження були приурочені до передвиборної кампанії 2012 р. Однак пілотне дослідження проводилося на початку кампанії, а генеральне дослідження – на завершальному її етапі та охоплювало три останні передвиборні тижні. Ця обставина, на нашу думку, могла досить істотно вплинути на результати дослідження, оскільки протягом кількох місяців передвиборної кампанії свідомість студентів перебувала під тиском ЗМК, різноманітних агітаційних технологій тощо. Зрозуміло, що невеликий текст не є таким масштабним подразником, як яскрава телевізійна або друкована реклама. Тому ми припустили, що результати генерального дослідження можуть відрізнитися за своєю конфігурацією від результатів пілотного експерименту.

Звернімо увагу також на результати розподілу електорального вибору в досліджуваних групах. Як видно з рис. 2, розподіл голосів між студентами досліджуваних груп має схожу динаміку (різниця не перевищує 1–4% голосів). При цьому показники електорального вибору різняться в межах 3–4%. Студенти другої експериментальної групи “Доброta” порівняно з контрольною групою більше симпатизують Об’єднаній опозиції та “УДАРу” (різниця становить 3%). Натомість студенти експериментальної групи “Досягнення” порівняно з контрольною групою “наростили” рейтинг Партії регіонів на 3%.

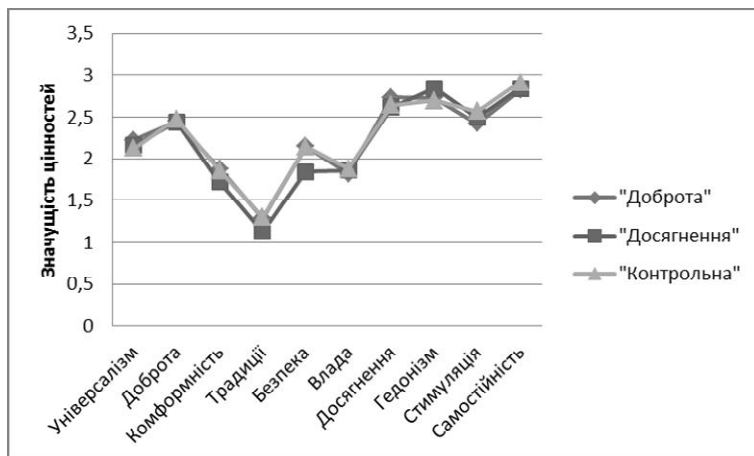


Рис. 1. Значущість ціннісних блоків для груп досліджуваних

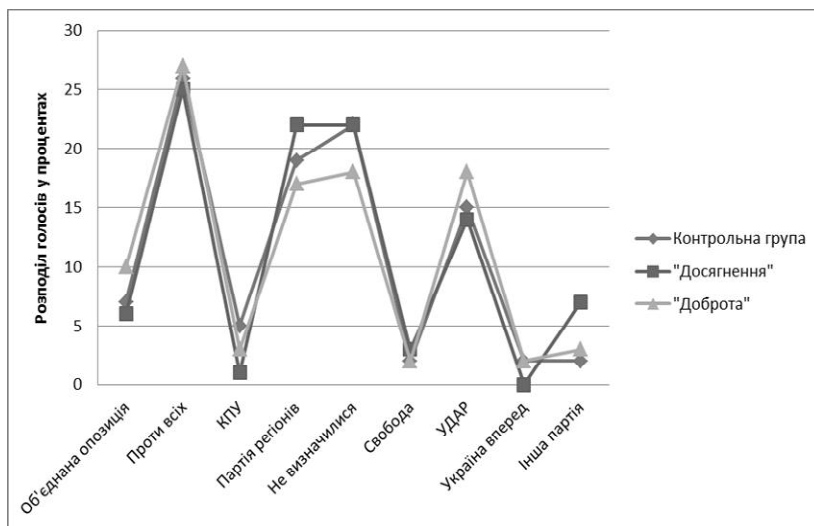


Рис. 2. Розподіл електорального вибору між студентами досліджуваних груп (у %)

На нашу думку, такі результати можна пояснити агітаційними стратегіями політичних сил. Так, агітаційна компанія Об'єднаної опозиції формувалася навколо образу і становища Ю. Тимошенко, що ма-

ли викликати в електорату співчуття, жалість, бажання добитися справедливості, прагнення допомогти (“Юлі – волю”). Водночас особистість В. Кличка, голови партії “УДАР”, досліджувані розглядали як частину опозиційних сил. Партія регіонів свою центральну стратегічну агітаційну лінію формувала на результатах, яких досяг чинний уряд за час правління, що пов’язано з ідеєю реалізації даних обіцянок, економічного зростання та благоустрою, позиціонування представників партії як успішних державних менеджерів (“Від стабільності – до добробуту”).

Порівнюючи отримані результати, можемо зробити висновок, що вплив стимульного матеріалу, наприклад актуалізація цінностей досягнення, сприяв підвищенню рейтингу Партії регіонів, на відміну від пілотного дослідження, де підвищення актуальності цінностей досягнення збільшило відсоток студентів, які віддали свій голос за опозиційні сили. Це цілком відповідає тому факту, що більшість українських політичних сил не є ідеологічними, а тому ситуаційно змінюють свої програми й тези, і ці зміни відображаються у свідомості громадян. А ще добре помітно, що порівняно з початком передвибірної кампанії істотно зменшився відсоток протестного електорату та електорату, що не визначився. Так, частка студентів, які обирають позицію “проти всіх” і “не визначився”, зменшилася до 44–45%, тоді як на початку кампанії вона становила близько 60%.

Наступним кроком нашого дослідження став більш детальний аналіз отриманих даних і виявлення тих підгруп досліджуваних, на які стимульний матеріал справив найбільш сильний вплив. За критерії аналізу при цьому було взято статеvu належність респондентів і досвід їхньої електоральної участі. Таким чином, кожна з груп досліджуваних спочатку було поділено на підгрупи за статевою належністю, а потім – за досвідом електоральної участі. Цю інформацію було отримано завдяки анкеті, яка складала частину матеріалів дослідження. За результатами анкетування було визначено відмінності щодо значущості цінностей (за U-критерієм Манна – Уїтні) у виділених підгрупах респондентів.

Серед дівчат досліджуваних груп було виявлено певні розбіжності в значущості цінностей. Для дівчат групи “Досягнення” порівняно з контрольною групою цінності блоку “Безпека” є менш значущими ( $p \leq 0,000$ ). Дівчата групи “Доброта” більш значущими ( $p \leq 0,026$ ) вважають цінності “Досягнення”. Цінності блоку “Досягнення” слід розглядати передусім як значущість реалізації особистого успіху через проявлення компетенцій, які відповідають соціальним стандартам. У даному випадку зростання рейтингу цінностей блоку “Досягнення” може бути пов’язаним з протестом проти традиційного сприйняття гендерної ролі жінки, яка має піклуватися про дітей та сім’ю.

Для хлопців групи “Досягнення” більш значущими порівняно з контрольною групою є цінності таких блоків, як “Гедонізм” ( $p \leq 0,000$ ) і “Стимуляція” ( $p \leq 0,000$ ), а менш значущими – цінності блоків “Доброта” ( $p \leq 0,000$ ), “Конформність” ( $p \leq 0,000$ ), “Традиції” ( $p \leq 0,000$ ) та “Безпека” ( $p \leq 0,000$ ). Це означає, що під впливом використовуваних під час дослідження матеріалів для хлопців цієї групи зростає значущість мотиваційних цілей, які відповідають за прагнення до чуттєвого задоволення та отримання нових вражень. Важливим є той факт, що цінності блоків “Гедонізм” і “Стимуляція” є синергічними щодо цінностей блоку “Досягнення” та створюють платформу для самозвеличування і відкритості до змін [2, с. 28–29]. Для хлопців групи “Доброта” характерна менша кількість відмінностей порівняно з контрольною групою; помітно зменшується лише значущість цінностей блоку “Самостійність” ( $p \leq 0,041$ ). Отож спостерігається передусім зниження значущості інтеракційних потреб в автономії і незалежності. Зазначимо, що цінності блоку “Доброта” відображають тенденцію виходу за межі власного “Я”, для реалізації якої необхідна орієнтація на думку оточення і зниження власної автономії та незалежності [там само].

Розгляньмо й порівняймо характеристики, отримані в результаті розподілу дівчат і хлопців досліджуваних груп за критерієм наявності або браку досвіду електоральної участі (участі у виборах в органи державної влади, політичних акціях, мітингах тощо). Зокрема, не виявлено істотних розбіжностей у значущості цінностей серед дівчат експериментальної і контрольної груп, які мають досвід електоральної участі. Для дівчат групи “Досягнення”, які не мають досвіду електоральної участі, менш значущими порівняно з дівчатами контрольної групи виявилися цінності блоку “Безпека” ( $p \leq 0,000$ ). Різниця між цими видами цінностей криється в орієнтації на індивідуальний і колективний успіх. Так, цінності досягнення більш орієнтовані на реалізацію особистого успіху, тоді як цінності безпеки реалізуються через власний і колективний добробут [там само]. Серед хлопців, які мають досвід електоральної участі, також виявлено певні розбіжності. Для групи “Досягнення” менш значущими є цінності блоків “Доброта” ( $p \leq 0,006$ ) і “Традиції” ( $p \leq 0,011$ ), а цінності блоку “Гедонізм” порівняно з відповідною частиною досліджуваних контрольної групи наростили свою значущість ( $p \leq 0,000$ ). Таким чином, стимулюючи цінності “Досягнення”, ми досягли, з одного боку, зменшення впливу просоціальних цінностей, а з другого – збільшення значущості такої мети, як реалізація особистісних потреб і задоволення.

Серед хлопців, які не мають досвіду електоральної участі, також виявлено низку розбіжностей у значущості цінностей. Так, для відповідної частини групи “Досягнення” менш значущими є цінності блоку “Доброта” ( $p \leq 0,000$ ), “Конформність” ( $p \leq 0,000$ ), “Традиції” ( $p \leq 0,000$ ) і “Безпека” ( $p \leq 0,000$ ), а цінності блоку “Стимуляція” ( $p \leq$

0,000) і “Гедонізм” ( $p \leq 0,000$ ) порівняно з контрольною групою мають помітно більшу значущість. У цьому випадку отримуємо схожу дію стимульних матеріалів. У групі “Досягнення” збільшується вплив цінностей, орієнтованих на реалізацію особистих потреб в автономії та отримання задоволення, тоді як зменшується вплив і значущість цінностей, які мають просоціальні мотиви. При порівнянні результатів хлопців-респондентів групи “Доброта” і контрольної групи істотних розбіжностей не виявлено. Звідси випливає, що стимульний матеріал, який було запропоновано групі “Доброта”, щодо хлопців мав меншу дію, ніж матеріали, надані групі “Досягнення”. На наш погляд, це пов’язано з тим, що цінності блоку “Досягнення” мають більшу значущість для хлопців, і тому зазначені цінності краще піддаються дії стимулів, спрямованих на їх актуалізацію.

Поряд з особливостями організації цінностей серед підгруп досліджуваних виявлено й особливості розподілу електоральних голосів. Так, серед дівчат групи “Доброта”, які мають досвід електоральної участі, зафіксовано зростання популярності Об’єднаної опозиції (на 13%), партії “УДАР” (на 14%), ВО “Свобода” (на 5%). Також помічено зменшення порівняно з контрольною групою кількості голосів, відданих за КПУ (на 11%), Партію регіонів (на 7%), позицію “Проти всіх” (на 12%), партію “Україна – вперед!” (на 5%). Серед дівчат групи “Досягнення”, які мають досвід політичної участі, спостерігається спад рейтингу КПУ (на 11%), Партії регіонів (на 8%) та позиції “Проти всіх” (на 17%). Для дівчат групи “Доброта”, які не мають досвіду політичної участі, зменшилася популярність Партії регіонів (на 7%), позиції “Не визначився” (на 12%), натомість зростала популярність партій “УДАР” (на 3%) та “Україна – вперед!”. Для певної частини дівчат групи “Досягнення” зменшилася популярність Об’єднаної опозиції – ВО “Батьківщина” (на 7%), партії “Україна – вперед!” (на 3%), і водночас зросла кількість тих, які вибрали позицію “Не визначився”. Отже, в більшості випадків у групі дівчат, якій надавалися стимули для актуалізації цінностей блоку “Доброта”, зростає рейтинг політичних сил, що належать до опозиційного крила, та зменшується популярність провладних партій та кількісні показники протестної електоральної позиції. Серед дівчат групи “Досягнення” рейтинг опозиційних сил зменшується в тому випадку, коли досліджувані не мають досвіду політичної участі.

Проаналізуємо відтак розподіл голосів у групах хлопців. Так, серед респондентів групи “Доброта” і “Досягнення”, які мають досвід електоральної участі, помітно зростає популярність опозиційних сил (відповідно на 29 і 20%) та протестного електорату (відповідно на 11 і 29%). Для групи “Доброта” натомість різко зменшується популярність Партії регіонів (на 20%), а для групи “Досягнення” – партії “УДАР” (на 18%). В обох групах зменшується також частка електорату, що не



визначився (на 12%). Серед хлопців, які не мають досвіду електоральної участі, виявлено такі особливості розподілу голосів. Для обох експериментальних груп зменшується популярність КПУ, зате дещо зростає популярність Партії регіонів. У групі “Досягнення” зменшується частка тих, хто що не визначився. Отже, для обох чоловічих експериментальних груп характерне зменшення загального кількісного показника позицій “Проти всіх” і “Не визначився”.

У цілому розподіл змін електорального вибору в досліджуваних групах виглядає таким чином:

- у групі “Доброта” спостерігається зростання значущості цінностей, спрямованих на реалізацію просоціальних цілей;
- у групі “Досягнення” проявляється зростання значущості цінностей, спрямованих на реалізацію власного потенціалу, посилюються прагнення до самостійності, автономії та отримання чуттєвого задоволення;
- у групі “Доброта” зростає рейтинг опозиційних політичних сил за рахунок перерозподілу голосів серед дівчат та спаду популярності провладних політичних сил серед хлопців, які мають досвід електоральної участі;
- у групі “Досягнення” підвищується рейтинг Партії регіонів за рахунок перерозподілу голосів серед хлопців, які не мають досвіду електоральної участі.

*Висновки.* Результати експериментального дослідження засвідчили, що на показники електорального вибору можна здійснювати цілеспрямований вплив, використовуючи для цього механізм модуляції або актуалізації певних цінностей у суб’єктів виборчого процесу. Виявлено також, що можливість цілеспрямованої актуалізації значущих цінностей і вплив викликаних змін на електоральний вибір особистості залежать від статі, електорального досвіду досліджуваних та особливостей передвиборної кампанії. Загальною тенденцією для всіх експериментальних груп досліджуваних є те, що під дією стимульних матеріалів помітно зменшуються сумарні показники протестного електорату та електорату, що не визначився.

Результати дослідження можуть бути застосовані в процесі психологічного супроводу підготовки та проведення передвиборних кампаній.

### *Література*

1. *Инглхарт Р.* Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества / Р. Инглхарт // *Полис*. – 1997. – № 4. – С. 18–28.
2. *Карандашев В. Н.* Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство / В. Н. Карандашев. – СПб. : Речь, 2004. – 70 с.
3. *Barnea M.* Values and voting / M. Barnea, S. H. Schwartz // *Political Psychology*. – 1998. – № 19. – Р. 17–40.

4. *Schwartz S. H.* Los valores en orientaciones políticas: Aplicaciones en España, Venezuela y México [Value bases of political orientations: Applications in Spain, Venezuela, and Mexico] [Електронний ресурс] / S. H. Schwartz, M. Barnea // *Psychologia Politica*. – 1995. – № 11. – P. 15–40. – Режим доступу : <http://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N11-2.pdf>
5. *Маєвська Н.* Особливості цінностей студентської молоді з різним електоральним вибором / Н. Маєвська, С. Д. К. Пуєртас // *Соціальна психологія*. – 2010. – № 1. – С. 77–85.
6. *Овчинникова О. В.* Гипноз в экспериментальном исследовании личности / О. В. Овчинникова, Е. Е. Насиновская, Н. Г. Иткин. – М.: Изд-во МГУ, 1989. – 232 с.
7. *Леонтьев Д. А.* Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения / Д. А. Леонтьев // *Психологическое обозрение*. – 1998. – № 1. – С. 13–25.

#### **Пуєртас С. Д. К. Модуляція личностних цінностей як фактор формування електорального вибору студентської молоді**

Приведены результаты экспериментального исследования влияния ценностей личности на ее электоральный выбор; описаны процедура и методы исследования. Показано, каким образом эксперимент раскрывает возможности модуляции электорального выбора студенческой молодежи путем актуализации отдельных индивидуальных ценностей. Сделаны выводы об особенностях взаимосвязи между изменением ценностей и электоральным выбором студенческой молодежи.

*Ключевые слова:* ценности, модуляция, электоральный выбор, студенческая молодежь.

#### **Puertas S. D. C. Modulation of personal values as a factor of electoral choice forming of students' young people**

The results of the experimental research of personality's values influence on one's electoral choice are presented. The procedure and the methods of study are described. It is shown in such way the experiment studies a possibility of students' electoral choice modulation by actualizing particular individual values. The author makes conclusion that features of interconnection between the change of values and electoral choice of students.

*Key words:* values, modulation, electoral choice, students' young people.

© Пуєртас С. Д. К.