

МОТИВАЦІЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ УЧАСТІ: СПІВВІДНОШЕННЯ ЗОВНІШНІХ ТА ВНУТРІШНІХ МОТИВІВ

Вікторія Бунь

кандидат політичних наук, доцент

Львівський національний університет імені Івана Франка

Будь-яка поведінка людини детермінована цілою низкою мотивів, що дозволяють розібратися у сукупності раціональних та ірраціональних чинників електорального вибору. Знання мотиваційних основ поведінки електорату може допомогти прогнозувати голосування як поведінковий акт, регулювати і спрямовувати його дії. Тому особлива актуальність досліджуваної проблематики зумовлюється тим, що знання мотивів і потреб виборців дозволяє з'ясувати можливості зміни електорального вибору шляхом цілеспрямованого втручання.

Проблеми мотивації електорального вибору торкається Е. Ільїн. Він зазначає, що слід розділяти мотивацію участі в голосуванні і мотивацію голосування за того чи іншого кандидата. В такому випадку на участь в голосуванні впливають внутрішні мотиватори (політична активність, почуття громадянського обов'язку) і зовнішні фактори (політична реклама, "ефект приєднання до більшості"). Проте психологічний аналіз проблеми виводить на перший план серед мотивів участі в голосуванні насамперед причини психологічного характеру (так звані внутрішні мотиватори): рівень політичної довіри виборців, наявність „соціального оптимізму”, відчуття каяття за неголосування (політичний абсентеїзм) як дисонанс між потребою та небажанням голосувати тощо.

Проте не слід недооцінювати роль зовнішніх мотиваторів. Оскільки, як зазначає Д. Позняк, аналізуючи модель раціонального вибору, індивід поряд із усвідомленням себе як суб'єкта вибору фіксує факт „заданості” власної поведінки суспільними рамками [4, с. 35]. У процесі вироблення електорального рішення індивідом рефлексується ставлення до себе (чи до своєї соціальної групи) з боку політиків – об'єктів вибору громадян. Таким чином, електоральна поведінка виборців виявляється істотним чином детермінованою фактом усвідомлення виборцями ставленнями до них з боку об'єктів голосування (кандидатів).

На вибір конкретного кандидата, за Е. Ільїним, впливають політична ідентифікація і політична віра, як внутрішні мотиватори і діяльність “виробників соціального тиску” (агітаторів), як зовнішній фактор [2, с. 230]. А. Єрмолін пропонує таку класифікацію мотивів електорального вибору: 1) блок потреб (хочу, повинен, звик голосувати); 2) блок “внутрішнього фільтру” (можу голосувати, надаю перевагу даному кандидату, прогноую результати виборів); 3) цільовий блок (голосую, для того щоб жити стало краще, мій голос є важливий, я можу на щось вплинути). Дана класифікація мотивів пояснює участь у виборах, а не причини голосування за тих чи інших конкретних кандидата чи партію.

Досліджує мотивацію виборців також Г. Артёмов. Він виділяє в структурі мотивації електорального вибору емоційні, раціональні і оціночні елементи. До емоційних належать ті елементи мотивації, які засновані на відчуттях (переживанні симпатії/антипатії, надії/сумніву, захоплення/розчарування та ін.), що виникають у виборців в результаті спостереження за поведінкою кандидатів і спілкування з ними. Раціональними можна вважати ті елементи мотивації, які засновані на очікуванні певної поведінки кандидата, що обумовлене знанням програми кандидата чи партії. Ціннісними елементами мотивації електорального вибору можна вважати ті, які засновані на думці виборця про значущі якості кандидата. Водночас, Г. Артёмов зазначає, що в межах цього мотиваційного комплексу

існують домінуючі (центральні) і периферійні елементи. Натомість в реальній електоральній поведінці ці елементи мотивації поєднуються в різних пропорціях [1, с. 7].

Ю. Левада констатує, що найбільш обдуманим вважають свій електоральний вибір ті, хто зробили його ще до початку виборчої кампанії. Виборці, що роблять свій вибір в останні дні, частіше пояснюють його емоційними мотивами.

На увагу заслуговує експектаційна теорія електоральної поведінки С. Баранова. В її рамках політичний вибір особистості пояснюється структурою психологічних очікувань громадян і мотивами, що поділяються на довготривалі (стратегічні), середньострокові (від 2 – 3 до 20 – 30 років) та короткочасні [4, с. 42]. Залежно від ситуації, кожний із цих мотивів може відіграти вирішальну роль у процесі голосування.

Д. Позняк досліджуючи соціально-психологічні механізми свідомості виборців особливо увагу звертає на такі мотиви як політична ідентифікація, приєднання до більшості. Також дослідник вважає психологічні механізми спрямовані на відтворення виборцями суб'єктивного образу „ідеального майбутнього”, здатними підвищити електоральну активність громадян. Серед таких мотивів слід відзначити політичний оптимізм, віру, почуття громадянського обов'язку тощо [3, с. 33].

Отже, дослідники аналізуючи мотивацію електорального вибору, виділяють внутрішні і зовнішні мотиватори дії. В цьому контексті слід зазначити, що внутрішні мотиватори, що спонукають як до участі в голосуванні, так і до вибору певного конкретного кандидата, можуть слугувати індикаторами розвитку електоральної культури.

Список використаної літератури:

1. Артемов Г. Мотивация электорального выбора [Електронний ресурс] / Г. Артемов // Политический анализ. Доклады Центра эмпирических политических исследований СПбГУ / под ред. Г. П. Артемова. – СПб. : Из-во С.-Петербургского университета, 2000. – Вып. 1. – С. 5–26. – Режим доступа : <http://politanalysis.%20narod.ru/artjomov1.html>
2. Ильин Е. Мотивация и мотивы / Е. Ильин. – СПб. : Питер, 2000. – 512 с.
3. Позняк Д. Рефлексивні механізми свідомості виборців / Дмитро Позняк // Соціальна психологія. – 2004. – № 3 (5). – С. 22–38.
4. Позняк Д. Соціально-психологічні механізми політичної свідомості виборців / Дмитро Позняк // Соціальна психологія. – 2004. – № 1 (3). – С. 31–45.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТОЛОГІЧНОГО ЗМІСТУ ТЕОРІЇ ПОСТМОДЕРНУ

Ігор Вдовичин

*доктор політичних наук, професор
Львівський торговельно-економічний університет*

Людська природа є соціокультурною змінною, тобто існує перш за все у сенсі людської перетворюючої діяльності, що визначає кордони і можливості людських соціокультурних утворень. Соціальний порядок у своїх емпіричних проявах не є біологічно даним і не походить від людського природного середовища, його риси є водночас чинником і наслідком соціального порядку.