

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ВНУТРІШНІХ СПРАВ
МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ**

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

БЕРЕЗЕНКО ВІКТОР ВІКТОРОВИЧ

УДК 159.922:342.727

ДИСЕРТАЦІЯ

**ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ
ПОЛІТИКО-ПРАВОВОЇ СВІДОМОСТІ ВИБОРЦІВ**

053 – Психологія

Подається на здобуття ступеня доктора філософії.

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ **В. В. Березенко**

Науковий керівник **Казміренко Людмила Іванівна**,
кандидат психологічних наук, професор

Київ – 2021

АНОТАЦІЯ

Березенко В. В. Психологічні засади формування політико-правової свідомості виборців. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 053 – Психологія. Міністерство внутрішніх справ України. Національна академія внутрішніх справ, Київ, 2021.

У дисертаційній роботі охарактеризовано теоретико-методологічні засади дослідження політико-правової свідомості виборців в проблемному полі юридичної психології; надана юридико-психологічна характеристика механізмів впливу на політико-правову свідомість виборців; визначено особливості електоральної поведінки як відображення їх політико-правової свідомості.

Аргументовано, що сучасний стан державотворення в Україні відзначається нестабільністю, суперечливістю громадянських позицій і світоглядів, протиборством різних політичних ідеологій. Останні президентські та парламентські вибори в Україні засвідчують, що основна частина населення не бажає повернення старого державного ладу і його цінностей. Але наявність системних проблем в функціонуванні нашої держави, нестійкість політико-правової свідомості електорату і його лідерів не дозволяють здійснювати реальні й вагомі демократичні перетворення. Водночас, результати виборів значною мірою зумовлюються рівнем розвиненості політико-правової свідомості громадян, що визначає особливості їх взаємодії з народними обранцями з позицій реалізації впливу на державу. Тому необхідно не тільки реформувати саму реальність (економічні, соціальні, політичні та правові інститути), але й впливати на суб'єктивне ставлення людей до цієї реальності, тобто формувати їх політико-правову свідомість.

Емпіричну базу дисертаційної роботи становлять результати опитувань, що проводилися автором як самостійно, так і в складі дослідницької групи

компанії Seetarget. В першому випадку здійснене: експрес-опитування 92 магістрантів стосовно бачення майбутнього України; нестандартизоване опитування 57 мітингувальників на Майдані Незалежності в м. Києві; опитування 116 студентів щодо розвитку політико-правової свідомості українців; опитування 194 студентів стосовно політико-правових реалій минулого і сьогодення; опитування в соціальних мережах 85 громадян з метою визначення особливостей електоральної поведінки. В складі дослідницької групи Seetarget впродовж березня – червня 2019 р. проведені опитування: 1035 осіб – про стан та перспективи розвитку громадянського суспільства в Україні; 4002 осіб – щодо медіа-грамотності; 2011 осіб – щодо довіри до джерел інформації; 1203 осіб – щодо громадянської активності респондентів.

Формуючий експеримент проведений в період з жовтня 2018 р. по квітень 2019 р.; вибірка – 48 здобувачів ступеня бакалавра, причому учасники експерименту становили собою активну частину раніше опитаних респондентів.

Узагальнення та аналіз одержаних результатів дозволили запропонувати диференціацію детермінант формування політико-правової свідомості на зовнішні і внутрішні, в якій перші представлені системними компонентами, що оточують особу в її соціальній, віковій, професійній групі та в суспільстві загалом, а також чинниками, що зумовлюються зовнішньополітичними обставинами та певними кон'юнктурними міркуваннями окремих політиків і політичних партій; другі – визначаються політико-правовим контекстом життєдіяльності людини, а саме особистісно обумовленими характеристиками особи як громадянина, який бере участь у виборчому процесі, проявляючи себе як «the person who votes» («людина голосуюча»).

Виокремлені основні ознаки політико-правової свідомості українців, а саме: зосередженість, скоріше, на мікро-, ніж на макро- проблемах, тобто першочергове прагнення до особистісно-індивідуальних здобутків і благ, а не

до демократичних перетворень у державі; висока емоційність сприйняття дійсності (сентиментальність, чутливість, емпатія тощо); переважання моральних оцінок над правовими; пріоритет особистісної свободи як прояв індивідуалізму; інтровертивність вищих психічних функцій у сприйнятті навколишньої дійсності та концентрація на особистісно-індивідуальних проблемах.

Обґрунтовано, що загальною характеристикою політико-правового самовизначення молоді в сучасний період є певна суперечливість поглядів, переконань і поведінки: з одного боку, вони мало цікавляться політикою, з іншого – саме молодь є найбільш активними учасниками резонансних політичних подій в Україні останнього часу. Політична й соціально-економічна нестабільність у державі продукує протестні настрої у референтному середовищі, тому не виявляючи безпосередньо політико-правової активності, студенти вважають, що в країні наявні нагальні підстави для акцій непокори, хоча й не готові до них приєднатися.

Встановлено, що політико-правова свідомість виборців значною мірою характеризується утилітарною мотивацією (65,9%). Основною причиною тут слід вважати низький рівень життя широких верств населення у поєднанні з надмірним майновим розшаруванням. Політико-правовій консолідації суспільства перешкоджають також різка зміна способу життя та системи соціальних цінностей, маргіналізація і люмпенізація громадян. Соціальні суб'єкти, які формуються за таких несприятливих умов, мають низький рівень соціальної самоідентифікації; вони орієнтуються не стільки на усвідомлену соціальну позицію, скільки некритично сприймають уявлення політичних еліт, що транслиуються засобами масової інформації.

Згідно з результатами проведеного дослідження, громадяни найчастіше отримують інформацію про події в Україні та світі з українського телебачення (73,3%), українських інтернет-ЗМІ (25,7%), а також соціальних мереж (Facebook – 73,3%, Instagram – 34,2%, Вконтакті – 16,0%). При цьому лише приблизно половина респондентів довіряють першим за популярністю

джерелам – українському телебаченню (42,6%), українським інтернет-ЗМІ (15,4%) та соціальним мережам (14,1%). Лише половина опитаних (52,9%) впевнені у своїй здатності відрізнити правдиву інформацію від дезінформації, але при цьому 76,0% респондентів заперечують важливість державних програм протистояння неправдивій інформації. Відповідно, значна кількість громадян України перебувають у стані інформаційної невизначеності, що спричиняє зневіру до її джерел загалом.

Аргументовано, що рівень когнітивної, емоційної та поведінкової складової політико-правової свідомості, у яких проявляється електоральна культура виборців України, слід оцінювати як недостатній. При цьому політико-правові знання та уявлення, прагнення до демократичних перетворень у державі є найбільш сформованими, а реальний рівень активності – проявляється набагато менше. На рівні декларованому демократичні цінності підтримуються практично всіма громадянами, тоді як у реальному житті їх значення часто нівелюється; у політико-правовій свідомості виборців ще не знайшла відображення думка, що тільки активна електоральна поведінка загалу виборців здатна впливати на демократичні перетворення суспільства.

Можна стверджувати, що найбільш суттєвими чинниками впливу на політико-правову свідомість особистості є: 1) інформаційний вплив (засвоєння політико-правових знань, прагнення до оволодіння різноплановою інформацією та ознайомлення з різними точками зору, що дозволяє мінімізувати стереотипізацію оціночних суджень особи та її позиції); 2) емоційно-мотиваційний вплив (підкріплення позитивних та нейтралізація негативних почуттів); 3) груповий вплив (групова взаємодія дозволяє вийти за межі індивідуального бачення проблеми та сприяє неупередженому аналізу ситуації).

Обґрунтовано, що політичний вибір громадянина залежить як від раціональних (цілеспрямований пошук та критичний аналіз інформації, співставлення програм політичних партій із власними інтересами та

цінностями), так і від емоційно забарвлених та, часом, ірраціональних чинників. В своїй сукупності вони визначають ступінь усвідомленості чи неусвідомленості електоральної поведінки, зацікавленість чи байдужість громадянина щодо ретроспективних чи актуальних політичних процесів, зрештою, його відповідальність чи безвідповідальність перед власними майбутнім та майбутнім країни. Розуміння та врахування мотивів, якими керуються виборці при голосуванні, має велике практичне значення, оскільки дозволяє збільшити питому вагу раціонального вибору та зменшити – вибору емоційного.

Запропоновано та апробовано тренінгову програму формування політико-правової свідомості виборців, в трьох модулях якої представлені теоретичні та практичні завдання. На першому етапі формуючого експерименту («Я – активний виборець») здійснювалася активізація рефлексії виборцями своїх соціально-особистісних властивостей і рис, зокрема, відповідальності за своє життя та за долю країни, віри у власні сили, у власну спроможність впливати на стан справ у суспільстві, громадянську активність. На другому етапі «Інформація та маніпуляція» проводилося групове обговорення основних методів і прийомів маніпуляції масовою свідомістю; опрацьовувалися рекомендації щодо протидії маніпулятивному впливові в політико-правовому контексті. На третьому етапі формуючого експерименту «Виборча дільниця» проводилася рольова гра, що відтворювала роботу виборчої дільниці у день виборів.

В результаті проведення формуючого експерименту більшість учасників відзначили, що їх виборчий психологічний статус змінився з позиції інфантильного або несвідомого виборця до виборця, який піддає критичній оцінці будь-який політичний вплив, відповідно, робить свій вибір усвідомлено, а не внаслідок політичних маніпуляцій.

Ключові слова: політико-правова свідомість, виборці, електоральна культура, електоральна поведінка, політико-правове самовизначення,

політичний вибір, інформаційний вплив, емоційно-мотиваційний вплив, протестні настрої, утилітарна мотивація.

ANNOTATION

Berezenko V. Psychological principles of formation of political-legal consciousness of voters. – Manuscript.

The dissertation is to obtain a scientific degree of Doctor of Philosophy, the specialty reference number and title: 053 – Psychology. Ministry of Internal Affairs of Ukraine. National Academy of Internal Affairs, Kyiv, 2021.

The dissertation describes the theoretical-methodological foundations of the study of political-legal consciousness of voters in the problematic field of legal psychology; provided legal-psychological characteristics of the mechanisms of influence on the political-legal consciousness of voters; features of electoral behavior as a reflection of their political-legal consciousness are identified.

It is argued that the current state of statehood in Ukraine is characterized by instability, inconsistencies of civic positions and worldviews, the confrontation of different political ideologies. The recent presidential and parliamentary elections in Ukraine show that the majority of the population does not want to return to the old state system and its values. But the existence of systemic problems in the functioning of our state, the instability of the political-legal consciousness of the electorate and its leaders do not allow for real and significant democratic transformations.

At the same time, the election results are largely determined by the level of development of political-legal consciousness of citizens, which determines the peculiarities of their interaction with the people's deputies from the standpoint of exercising influence over the state. Therefore, it is necessary not only to reform the reality itself (economic, social, political and legal institutions), but also to influence the subjective attitude of people to this reality, to form their political-legal consciousness.

The empirical basis of the dissertation is the results of surveys conducted by the author both independently and as part of the research team of Seetarget. In the first case, the following was conducted: an express survey of 92 undergraduates regarding the vision of the future of Ukraine; non-standardized poll of 57 protesters on Independence Square in Kyiv; survey of 116 students on the development of political-legal consciousness of Ukrainians; survey of 194 students on the political-legal realities of the past and present; poll on social networks of 85 citizens to determine the characteristics of electoral behavior. As part of the Seetarget research group, in March-June 2019, surveys were conducted: 1.035 people – on the state and prospects of civil society development in Ukraine; 4.002 people – on media literacy; 2.011 persons – on trust in sources of information; 1.203 people – on civic activity of respondents. The formative experiment was conducted in the period from October 2018 to April 2019; sample – 48 candidates for a bachelor's degree, and the participants of the experiment were an active part of the previously interviewed respondents.

Generalization and analysis of the obtained results allowed to propose differentiation of determinants of formation of political-legal consciousness on external and internal, in which the former are represented by system components, surrounding the person in his social, age, professional group and society as a whole; the external political circumstances and market considerations of individual politicians and political parties are also affected; the second is determined by the political-legal context of human life, namely the personality characteristics of a person as a citizen, who participates in the electoral process, manifesting himself as «the person who votes».

The main features of the political-legal consciousness of Ukrainians are highlighted, namely: focus on micro-rather than macro-problems, the primary desire for personal and individual gains and benefits, rather than democratic transformations in the state; high emotional perception of reality (sentimentality, sensitivity, empathy, etc.); predominance of moral assessments over legal ones; the priority of personal freedom as a manifestation of individualism; introversion of

higher mental functions in the perception of the surrounding reality and concentration on personal and individual problems.

It is substantiated that the general characteristic of political-legal self-determination of young people in the modern period is a certain contradiction of views, beliefs and behavior: on the one hand, they have little interest in politics, on the other – young people are the most active participants in recent political events in Ukraine. Political and socio-economic instability in the country produces protests in the reference environment, so without directly showing political-legal activity, students believe that the country has urgent grounds for disobedience, although not ready to join them.

It was found that the political-legal consciousness of voters is largely characterized by utilitarian motivation (65,9%). The main reason here should be considered the low standard of living of the general population in combination with excessive property stratification. The political-legal consolidation of society is also hampered by a sharp change in the way of life and the system of social values, marginalization and lumpenization of citizens. Social actors that are formed under such unfavorable conditions have a low level of social self-identification; they focus not so much on a conscious social position as on the uncritical perception of political elites broadcast by the media.

According to the results of the survey, citizens most often receive information about events in Ukraine and the world from Ukrainian television (73,3%), Ukrainian online media (25,7%), as well as social networks (Facebook – 73,3%, Instagram – 34,2%, V Kontakte – 16,0%). At the same time, only about half of the respondents trust the first most popular sources – Ukrainian television (42,6%), Ukrainian online media (15,4%) and social networks (14,1%). Only half of the respondents (52,9%) are convinced of their ability to distinguish true information from misinformation, but 76,0% of respondents deny the importance of government programs to counter false information. Accordingly, a significant number of Ukrainian citizens are in a state of information uncertainty, which leads to distrust of its sources in general.

It is argued that the level of cognitive, emotional and behavioral components of political-legal consciousness, in which the electoral culture of Ukrainian voters is manifested, should be assessed as insufficient. At the same time, political-legal knowledge and ideas, the desire for democratic change in the state are the most formed, and the real level of activity – is much less. At the declared level, democratic values are upheld by virtually all citizens, while in real life their importance is often leveled; the idea that only active electoral behavior of the electorate in general can influence the democratic transformation of society has not yet been reflected in the political-legal consciousness of voters.

It can be argued, that the most significant factors influencing the political-legal consciousness of the individual, are: 1) informational influence (assimilation of political-legal knowledge, the desire to master a variety of information and acquaintance with different points of view, which minimizes stereotyping of evaluative judgments of the person and his position); 2) emotional and motivational influence (reinforcement of positive and neutralization of negative feelings); 3) group influence (group interaction allows to go beyond the individual vision of the problem and promotes unbiased analysis of the situation).

It is substantiated that the political choice of a citizen depends both on rational (purposeful search and critical analysis of information, comparing the programs of political parties with their own interests and values) and emotionally colored and sometimes irrational factors. Together, they determine the degree of awareness or unconsciousness of electoral behavior, the citizen's interest or indifference to retrospective or current political processes and, ultimately, his responsibility or irresponsibility to his own future and the future of the country. Understanding and taking into account the motives that guide voters in voting is of great practical importance, as it allows to increase the share of rational choice and reduce – emotional choice.

A training program for the formation of political-legal consciousness of voters has been proposed and tested, in three modules of which theoretical and practical tasks are presented. At the first stage of the formative experiment («I am

an active voter») the voters intensified their reflection on their social and personal characteristics and traits, in particular, responsibility for their lives and the fate of the country, faith in their own strength, their own ability to influence society, civic activity. At the second stage of «Information and Manipulation» there was a group discussion of the basic methods and techniques of manipulation of mass consciousness; recommendations for counteracting manipulative influence in the political-legal context were developed. At the third stage of the «Polling Station» formative experiment a role-playing game was held to reproduce the work of the polling station on election day.

As a result of the formative experiment, most participants noted that their electoral psychological status changed from an infantile or unconscious voter to a voter, who critically assesses any political influence and therefore makes his choice consciously rather than through political manipulation.

Key words: political-legal consciousness, voters, electoral culture, electoral behavior, political-legal self-determination, political choice, informational influence, emotional-motivational influence, protest moods, utilitarian motivation.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

1. Березенко В. В. Суспільна свідомість як предмет дослідження юридичної психології // *Юридична психологія*. 2019. №1 (24). С. 7-15
2. Березенко В. В. Детермінанти формування громадянської свідомості виборців // *Юридична психологія*. 2019. №2 (25). С. 23-30
3. Berezenko V. Legal-psychological and political-legal determinants of electoral behavior of voters // *Znanstvena misel journal*. Slovenia. 2020. № 46.Vol. 2. P. 39-46
4. Berezenko V. Information space as a factor influencing the electoral behavior of voters // *Knowledge. Education. Law. Management*. ISAP. Instytut spraw administracju publicznej. № 1/37. Vol. 2/2021. P. 42-47

які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

5. Березенко В. В. Детермінанти політико-правового самовизначення сучасної молоді // *Актуальні питання психологічного забезпечення діяльності Національної поліції та закладів вищої освіти МВС України: матеріали II Міжвідомчого науково-практичного круглого столу* (Київ, 23 квіт. 2020 р.). К.: НАВС, 2020. С. 27-30
6. Березенко В. В. Особливості мотивації електоральної поведінки виборців // *Філософські, методологічні та психологічні проблеми права: матеріали VIII Всеукраїнської науково-теоретичної конференції* (Київ, 26 листоп. 2020 р.). К.: НАВС, 2020. С. 36-37
7. Вплив політико-правової рефлексії на електоральну поведінку громадян // *Актуальні питання психологічного забезпечення діяльності Національної поліції та закладів вищої освіти МВС України: матеріали III міжвідом. наук.-практ. круглого столу* (Київ, 29 квіт. 2021 р.). Київ : Нац. акад. внутр. справ, 2021. С. 233–236.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ	15
ВСТУП	16
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИКО-ПРАВОВОЇ СВІДОМОСТІ ВИБОРЦІВ	24
1.1. Суспільна свідомість як предмет дослідження юридичної психології	24
1.2. Детермінанти формування політико-правової свідомості виборців	44
1.3. Політико-правова свідомість виборців у контексті українського менталітету	65
Висновки до розділу 1	81
РОЗДІЛ 2. ЮРИДИКО-ПСИХОЛОГІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА МЕХАНІЗМІВ ВПЛИВУ НА ПОЛІТИКО-ПРАВОВУ СВІДОМІСТЬ ВИБОРЦІВ	84
2.1. Політико-правова свідомість як психодіагностична проблема	85
2.2. Психологія впливу громадської думки та ЗМІ на політико-правову свідомість виборця	102
2.3. Юридіко-психологічні та політико-правові детермінанти електоральної поведінки виборців	117
Висновки до розділу 2	140
РОЗДІЛ 3. ЕЛЕКТОРАЛЬНА ПОВЕДІНКА ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ ПОЛІТИКО-ПРАВОВОЇ СВІДОМОСТІ ВИБОРЦІВ	143
3.1. Раціонально-релевантні та емоційно-релевантні чинники мотивації електоральної поведінки виборців	144
3.2. Загальносоціальні та особистісно-орієнтовані напрями і засоби формування електоральної поведінки виборців	171
Висновки до розділу 3	195

ВИСНОВКИ	197
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	201
ДОДАТКИ	230

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ЗМІ – засоби масової інформації

ЄС – Європейський Союз

МВС України – Міністерство внутрішніх справ України

НАТО (NATO – North Atlantic Treaty Organisation) – Організація Північноатлантичного договору

РФ – Російська Федерація

ПЦУ – Православна церква України

СРСР – Союз Радянських Соціалістичних республік

США – Сполучені Штати Америки

УДАР – Український демократичний альянс за реформи

УПЦ (МП) – Українська православна церква (Московського патріархату)

PR (public relation) – діяльність, спрямована на досягнення взаємопорозуміння та згоди між людьми та соціальними групами на основі цілеспрямованого формування громадської думки та управління нею

USAID – Програма сприяння громадській активності «Долучайся!»

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Розбудова в Україні правової демократичної держави передбачає відповідні зміни в політичній, правовій, економічній та інших сферах життєдіяльності суспільства. Ці зміни, як сьогодні вже є очевидним, супроводжуються низкою «побічних» явищ – ускладненням економічної ситуації, зростанням безробіття, політико-ідеологічною і соціальною напруженістю, поглибленням нерівності між різними верствами населення, зростанням злочинності тощо. Окрім того, перехідні періоди, як правило, характеризуються протистоянням політичних партій, кожна з яких прагне досягнути своєї основної мети – прийти до влади, що фактично можливо за допомогою виборчого процесу. Це, у свою чергу, робить інститут виборів одним із основних в умовах розбудови нової державності.

Започаткування державоустрою нового типу завжди пов'язане з нестабільністю, суперечливістю громадських позицій і світоглядів, протиборством різних політичних ідеологій. Останні президентські та парламентські вибори в Україні засвідчують, що основна частина населення не бажає повернення старого державного ладу і його цінностей. Але наявність системних проблем в функціонуванні нашої держави, нестійкість політико-правової свідомості електорату і його лідерів не дозволяють здійснювати реальні й вагомі демократичні перетворення. При цьому зазначені проблеми проявляються як у період між виборами, так і на етапі їх організації й проведення, відповідно, вони суттєво впливають на свідомість виборців. Водночас, результати виборів значною мірою зумовлюються рівнем розвиненості політико-правової свідомості громадян, що визначає особливості їх взаємодії з народними обранцями з позицій реалізації можливостей впливу на державу та формування її інституцій.

Слід також усвідомлювати, що криза, в якій знаходиться наша країна, має не тільки економічний і політичний, але й ціннісно-психологічний

характер. У цей період виникають такі психологічні феномени як апатія, цинізм, амбівалентність, розчарування в духовних цінностях тощо. Тому необхідно не тільки реформувати саму реальність (економічні, соціальні, політичні та правові інститути), але й впливати на суб'єктивне ставлення людей до цієї реальності, тобто формувати їх політико-правову свідомість.

На проблематику політико-правової свідомості виборців звертали увагу провідні вітчизняні і зарубіжні вчені – психологи, юристи, політологи, соціологи. Серед них Беккер Г. С., Давидова О. В., Казміренко Л. І., Калиновський Ю. Ю., Котлер Ф., Кудерміна О. І., Літценберг Л. В., Максименко К. С., Ноель-Нойман Е., Пилипенко Г. А., Почепцов Г. В., Романенко О. В., Татенко В. О., Циганенко Г. В., Цільмак О. М., Шведа Ю. та ін. Проте надзвичайна динамічність самого феномену правосвідомості та його структурних складових, його залежність від швидкозмінюваних соціополітичних умов не дозволяє вважати проблему вирішеною.

Зазначене обумовлює актуальність обраної для дисертаційної роботи теми «Психологічні засади формування політико-правової свідомості виборців».

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана відповідно до Стратегії сталого розвитку «Україна–2020», схваленої Указом Президента України від 12 січня 2015 р.; Національної стратегії розвитку освіти в Україні на період до 2021 р., схваленої Указом Президента України від 25 червня 2013 р. № 344/2013; Концепції розвитку громадянської освіти в Україні, схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 18 жовтня 2018 р. № 710-р; Пріоритетних напрямів наукового забезпечення діяльності органів внутрішніх справ України на період 2015–2019 рр., затверджених наказом МВС України від 16 березня 2015 р. № 275; планів науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт Національної академії внутрішніх справ, а також плану науково-дослідної роботи кафедри юридичної психології НАВС.

Затверджено тему дисертації «Психологічні засади формування політико-правової свідомості виборців» та наукового керівника (професор кафедри юридичної психології, кандидат психологічних наук, професор Л. І. Казміренко) Вченою радою Національної академії внутрішніх справ (протокол від 27 листопада 2018 р. № 18).

Мета і завдання дослідження. *Метою* роботи є визначення психологічних засад формування політико-правової свідомості виборців.

Для досягнення цієї мети необхідно було вирішити такі *завдання*:

- охарактеризувати суспільну свідомість як феномен юридичної психології;
- визначити детермінанти формування політико-правової свідомості виборців;
- висвітлити особливості політико-правової свідомості виборців у контексті українського менталітету;
- окреслити межі дослідження політико-правової свідомості як психодіагностичної проблеми;
- з'ясувати психологічні механізми впливу громадської думки та засобів масової інформації на політико-правову свідомість виборця;
- встановити юридико-психологічні та політико-правові детермінанти електоральної поведінки виборців;
- узагальнити сукупність раціонально-релевантних та емоційно-релевантних чинників мотивації електоральної поведінки виборців
- запропонувати загальносоціальні та особистісно-орієнтовані напрями і засоби формування електоральної поведінки виборців.

Об'єкт дослідження – політико-правова свідомість виборців.

Предмет дослідження – психологічні засади формування політико-правової свідомості виборців.

Методи дослідження. Методологічну основу дисертаційної роботи становлять сучасні досягнення теорії пізнання. Застосовано комплекс взаємопов'язаних загальнонаукових і спеціально-наукових методів, зокрема:

системно-функціональний – в процесі аналізу суспільної свідомості в предметному полі юридичної психології (підр. 1.1); *логіко-юридичний* – для надання характеристики детермінант формування політико-правової свідомості виборців (підр. 1.2); *аксіологічний* – при окресленні ментальних особливостей політико-правова свідомість українських виборців (підр. 1.3); *системно-логічний* – при обґрунтуванні сутності та складових процедури психодіагностики особливостей політико-правової свідомості (підр. 2.1); *акмеологічний* – для висвітлення механізмів впливу громадської думки та засобів масової інформації на політико-правову свідомість виборця, а також при наданні характеристики загальносоціальних та особистісно-орієнтованих напрямів і засобів формування електоральної поведінки виборців (підр. 2.2 та 3.2); *психолого-правового моделювання* – у процесі встановлення юридико-психологічних та політико-правових детермінант електоральної поведінки виборців (підр. 2.3); *онтологічний* – для визначення раціонально-релевантних та емоційно-релевантних чинників мотивації електоральної поведінки виборців (підр. 3.1); *методи математичної статистики* – для кількісного порівняльного оцінювання та якісного аналізу одержаних результатів (підр. 1.2, 2.1, 2.2, 3.1).

Емпіричну базу дисертаційної роботи становлять результати опитувань, що проводилися автором як самостійно, так і в складі дослідницької групи компанії Seetarget. В першому випадку здійснене: експрес-опитування 92 магістрів стосовно бачення майбутнього України; нестандартизоване опитування 57 мітингувальників на Майдані Незалежності в м. Києві; опитування 116 студентів щодо розвитку політико-правової свідомості українців; опитування 194 студентів стосовно політико-правових реалій минулого і сьогодення; опитування в соціальних мережах 85 громадян з метою визначення особливостей електоральної поведінки. В складі дослідницької групи Seetarget впродовж березня – червня 2019 р. проведені опитування: 1035 осіб – про стан та перспективи розвитку громадянського суспільства в Україні; 4002 осіб – щодо медіа-грамотності; 2011 осіб – щодо

довіри до джерел інформації; 1203 осіб – щодо громадянської активності респондентів.

Формуючий експеримент проведений в період з жовтня 2018 р. по квітень 2019 р.; вибірка – 48 здобувачів ступеня бакалавра, причому учасники експерименту становили собою активну частину раніше опитаних респондентів.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що дисертація є першим в Україні комплексним монографічним дослідженням психологічних засад формування політико-правової свідомості виборців, у якому запропоновано напрями підвищення ефективності цієї діяльності. До найбільш істотних положень роботи належать такі:

вперше:

– надана диференціація детермінант формування політико-правової свідомості на зовнішні і внутрішні, в якій перші представлені системними компонентами, що оточують особу в її соціальній, віковій, професійній групі та в суспільстві загалом, а також чинниками, що зумовлюються зовнішньополітичними обставинами та певними кон'юнктурними міркуваннями окремих політиків і політичних партій; другі – визначаються політико-правовим контекстом життєдіяльності людини, а саме особистісно обумовленими характеристиками особи як громадянина, який бере участь у виборчому процесі, проявляючи себе як «the person who votes» («людина голосуюча»);

– виокремлені основні ознаки політико-правової свідомості українців, а саме: зосередженість, скоріше, на мікро-, ніж на макро- проблемах, тобто першочергове прагнення до особистісно-індивідуальних здобутків і благ, а не до демократичних перетворень у державі; висока емоційність сприйняття дійсності (сентиментальність, чутливість, емпатія тощо); переважання моральних оцінок над правовими; пріоритет особистісної свободи як прояв індивідуалізму; інтровертивність вищих психічних функцій у сприйнятті

навколишньої дійсності та концентрація на особистісно-індивідуальних проблемах;

– обґрунтовано, що загальною характеристикою політико-правового самовизначення молоді в сучасний період є певна суперечливість поглядів, переконань і поведінки: з одного боку, вони мало цікавляться політикою, з іншого – саме молодь є найбільш активними учасниками резонансних політичних подій в Україні останнього часу. Політична й соціально-економічна нестабільність у державі продукує протестні настрої у референтному середовищі, тому не виявляючи безпосередньо політико-правової активності, студенти вважають, що в країні наявні нагальні підстави для акцій непокори, хоча й не готові до них приєднатися;

– встановлено, що політико-правова свідомість виборців значною мірою характеризується утилітарною мотивацією. Політико-правовій консолідації суспільства перешкоджають різка зміна способу життя та системи соціальних цінностей, низький рівень життя широких верств населення у поєднанні з надмірним майновим розшаруванням, маргіналізація і люмпенізація громадян. Соціальні суб'єкти, які формуються за таких несприятливих умов, мають низький рівень соціальної самоідентифікації; вони орієнтуються не стільки на усвідомлену соціальну позицію, скільки некритично сприймають уявлення політичних еліт, що транслуються засобами масової інформації;

– аргументовано, що рівень когнітивної, емоційної та поведінкової складової політико-правової свідомості, у яких проявляється електоральна культура виборців України, слід оцінювати як недостатній. При цьому політико-правові знання та уявлення, прагнення до демократичних перетворень у державі є найбільш сформованими, а реальний рівень активності – проявляється набагато менше. На рівні декларованому демократичні цінності підтримуються практично всіма громадянами, тоді як у реальному житті їх значення часто нівелюється; у політико-правовій свідомості виборців ще не знайшла відображення думка, що тільки активна

електоральна поведінка загалу виборців здатна впливати на демократичні перетворення суспільства;

удосконалено:

- уявлення про онтогенетичну первинність суспільної свідомості відносно індивідуальної свідомості;
- опис механізмів формування політико-правової свідомості виборців;
- визначення громадянськості як соціально-психологічної властивості особистості, що визначає розвиненість її індивідуальності, активний характер її соціального буття, здатність усвідомлювати та захищати власні інтереси;
- характеристику основних компонентів політико-правової самосвідомості;
- розуміння особливостей політико-правової свідомості студентської молоді порівняно з іншими категоріями населення;
- обґрунтування причин пасивної електоральної поведінки та амбівалентного ставлення виборців до дотримання демократичних прав і свобод;

дістало подальший розвиток:

- характеристика змістових компонентів суспільної свідомості та особливості її впливу на стан політико-правових відносин у державі;
- узагальнення стосовно об'єктивних і суб'єктивних детермінант формування політико-правової свідомості виборців та мотивації соціальної активності особи в суспільній сфері;
- визначення онтологічної та феноменологічної сутності політико-правової самосвідомості;
- висвітлення сутнісних характеристик українського менталітету;
- психологічна сутність основних аспектів громадської думки, її роль у формуванні політико-правової свідомості особи;
- обґрунтування раціонально-емоційного характеру політичного вибору.

Апробація матеріалів дисертації. Результати дисертаційного дослідження обговорено на засіданнях кафедри юридичної психології Національної академії внутрішніх справ. Теоретичні та емпіричні результати дослідження опубліковано в збірниках матеріалів всеукраїнських конференцій та круглих столів: «Актуальні питання психологічного забезпечення діяльності Національної поліції та закладів вищої освіти МВС України» (Київ, 23 квіт. 2020 р.); «Філософські, методологічні та психологічні проблеми права» (Київ, 26 листоп. 2020 р.); «Актуальні питання психологічного забезпечення діяльності Національної поліції та закладів вищої освіти МВС України» (Київ, 29 квіт. 2021 р.).

Публікації. Наукові та прикладні результати дисертаційного дослідження висвітлено в 7 публікаціях, із них – 2 статті у наукових фахових виданнях, затверджених МОН України, 2 – у наукових періодичних виданнях інших держав, включених у міжнародну наукометричну базу, 3 – публікації у матеріалах конференцій та круглих столів.

Структура та обсяг дисертації. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел, додатків. Обсяг основного тексту складає 188 сторінок. Список використаних джерел на 28 сторінках містить 299 найменувань, з них 21 – іноземними мовами. Загальний обсяг роботи – 242 сторінки.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИКО-ПРАВОВОЇ СВІДОМОСТІ ВИБОРЦІВ

Свідомість – вища, притаманна лише людині форма відображення зовнішнього світу, що визначає її ставлення до об'єктивної дійсності та самої себе. Таке визначення, з тими чи іншими варіаціями, стало настільки звичним у психологічній літературі, що марно спробувати віднайти його першоджерело.

Свідомість є результуючою сукупності психічних процесів, психічних станів і психічних властивостей людини, що дозволяє їй осмислювати й оцінювати об'єктивний світ і своє власне буття. Людина від народження перебуває в матеріальному (предметному) та ідеальному світі, створеному попередніми поколіннями, і формується як особистість в процесі соціалізації. Її ставлення до дійсності визначається не безпосередньо тілесною організацією, як у тварини, а засвоєною сукупністю предметних дій, що набуваються в процесі взаємодії та спілкування з іншими людьми. Людина настільки виділяє себе з об'єктивної дійсності, наскільки відрізняє себе від своєї життєдіяльності, оцінюючи її за допомогою «знання» і «переживання» (за С. Рубінштейном). Саме такий спосіб її ставлення до світу може бути визначений як «свідомість».

1.1. Суспільна свідомість як предмет дослідження юридичної психології

Свідомість – психічна реальність, що розвивається в процесі антропогенезу і соціогенезу, тому її потрібно розглядати на різних рівнях: 1) як продукт соціального способу буття людини – її діяльності; 2) як вищу форму відображення, що вінчає еволюцію форм відображення у живій

природі; 3) як продукт спілкування і соціальної взаємодії. Як відзначає Г. К. Ушаков, в російській мові етимологічний зміст поняття свідомість («сознание») частково висвітлює певні його аспекти: «со-знание» – знання себе, виділення себе з оточення; знання відносин себе і оточуючого [238, с. 302-315].

Свідомість є предметом досліджень різних наук – філософії, психології, юриспруденції, педагогіки. Зокрема, філософія розглядає свідомість під кутом зору співвідношення матеріального і ідеального, надаючи методологічний інструментарій до вирішення будь-якої наукової проблеми в контексті свідомості. Зазначимо, що з Нового часу у філософії свідомість розуміється як замкнутий в собі внутрішній світ, як самосвідомість, саморефлексія. Так, для Р. Декарта свідомість – субстанція особливого роду: «я мислю – значить, існую»; Г. Лейбніц визнає психічно активними субстанціями монади – неподільні елементи буття, що дозволяють здійснити перехід несвідомих психічних станів в чітко усвідомлені уявлення в свідомості індивіда [211].

Фактично, впродовж тривалого часу свідомість трактувалася як надматеріальна, надприродна субстанція. Іншими словами, у світі існують дві самостійні субстанції – матерія і свідомість, незалежні одна від одної. Найбільш яскраво ця теза висвітлена в концепції французького філософа, вченого і богослова П'єра Тейяра де Шардена: в земній матерії завжди була присутня деяка маса елементарної свідомості, тому наші предки й не помітили появи розуму на землі («...людина увійшла у світ безшумно», «...свідомість виникла між двома індивідами», коли відбулася деяка «мутація від нуля до всього» [230]. Тому конкретний механізм свідомості, на його думку, досягнути неможливо.

У матеріалістичній доктрині (В. Вундт, У. Джемс, Ф. Енгельс, В. Сеченов, І. Павлов та ін.) свідомість трактується як функція головного мозку, що виникає і розвивається в процесі взаємодії людини з реальністю, детермінується природним і соціальним середовищем, відображаючи

об'єктивний світ. Її виникнення було зумовлене закономірним результатом розвитку матерії, зокрема, соціальної її складової (соціогенезу). Цей процес тривав у своїх різноманітних формах, допоки не став можливим революційний стрибок – виникнення матерії, яка мислить. Основною об'єктивною причиною такого стрибка, як доводить Ф. Енгельс, стала спільна праця людей [272].

Сучасна світова й вітчизняна філософська думка визнає значну роль суб'єктивних факторів у виникненні та розвитку свідомості, а механізми свідомості розкриваються через причинні, структурні, функціональні та інші зв'язки.

На думку М. Мамардашвілі, свідомість – дуже дивне явище, яке реально існує, але яке не можна уявити як річ, тобто стосовно нього в принципі не можна побудувати теорію. Ні як філософське поняття, ні як психологічне чи інше явище, свідомість не піддається теоретизації, об'єктивуванню. Але при цьому феномен свідомості може й повинен досліджуватися в межах гносеології, методології психології, теорії мистецтв.

Вихідною структурою свідомості М. Мамардашвілі вважав символи. Символ, на відміну від знаку, вказує на буттєву структуру, а не на предметний зміст свідомості. Символи – це свого роду «органи» («знаряддя») свідомості. Ще одним принципом організації свідомості, на його думку, є її ієрархічність або поліструктурність, тобто свідомість не гомогенна, її розгляд в межах якоїсь однієї структури завжди буде редукцією. Різні структури свідомості накладаються одна на одну і проєктують себе на інші структури. Саме властивість екранування здійснює рефлексію свідомості, завдяки якій вся складна ієрархічна структура свідомості (буттєво-символічний рівень, процеси семіотизації та ін.) зводиться до предметного змісту [128].

Вторинні структури свідомості відображають ці вихідні структури й стають доступними для технологізації, тиражування, масовизації й т. ін. Водночас, ставши масовою, свідомість піддається небезпеці її фрагментаризації, розриву з базовими структурами. Тому відповідальність

науковця сьогодні передбачає дотримання «обов'язковості форми», виконання повних і цілісних актів думки з метою відтворення й збереження культури загалом [128]. Остання позиція надзвичайно важлива в контексті нашого дослідження, оскільки масова свідомість – один із різновидів суспільної свідомості.

Проблема суспільної свідомості в психології розглядається в контексті її співвідношення з груповою та індивідуальною. Зокрема, індивідуальна свідомість характеризує людину як окрему одиницю суспільного буття, суспільна – є загальною для великої групи людей виражається в певних групових уявленнях. Такі групові уявлення становлять собою психологічну реальність, оскільки перебувають поза межами фізіологічної реальності діяльності мозку.

Суспільна свідомість проявляється в когнітивних (спільному для всіх знанні) та в афективних (спільних емоційних реакціях на певні явища чи події) аспектах. Вона є результатом соціальної взаємодії, що відбувається в певному просторі й часі, та потребує не тільки участі в ній усіх учасників, але й підпорядкування окремої особи наявній когнітивно-афективній ситуації. Відповідно, сукупність суб'єктів суспільної свідомості становить собою не просто механічну суму людей, які з невідомої причини думають, переживають і поведуться однаково, а соціальне об'єднання навколо якоїсь загальної мети чи цінності.

Проблема співвідношення суспільної та індивідуальної свідомості представлена онтологічною та генетичною парадигмами. Згідно з онтологічним підходом, людська свідомість соціальна за своєю природою; згідно з генетичним постулатом – соціальна природа людської свідомості є результатом інтерналізації частини сукупного соціального досвіду певною особою [139, с. 362].

Пануючою в історичному контексті та в сучасній психології є теза щодо первинності суспільної свідомості відносно індивідуальної, тобто перша у всіх своїх проявах розглядається як більш архаїчне утворення. Тому

саме вона детермінує прояви найбільш глибинних, спільних для всіх якостей особи і особливостей її соціальної поведінки. Функціонування такої «колективної психіки» визначається «колективним несвідомим» (за К. Г. Юнгом).

На думку Б. Поршнєва, індивідуальна свідомість виокремилася з суспільної (загально-родової). Так, в історії людства категорія «Я» з'явилася пізніше «Ми», а категорія «Ми» – пізніше за «Вони», тобто «Вони» є найбільш древнім, архаїчним утворенням. Тільки за наявності «Вони» могло виникнути протиставлення: «Ми», а формування групової автентичності здійснювалося шляхом диференціації від «Них». І лише через тривалий час починає усвідомлюватися вторинна опозиція: «Ти» – «Я» [189, с. 84]. При цьому автор неодноразово наголошує, що в редукованому вигляді така послідовність має місце в будь-яких соціальній групі та на будь-якому рівні міжгрупової взаємодії.

Абульханова-Славська К. також зазначає, що суспільна свідомість онтогенетично первинна щодо індивідуальної, вона містить певні норми, правила і традиції конкретного суспільства, що засвоюються на рівні індивідуальної свідомості без будь-якого теоретичного осмислення, більше того – не потребують його. Певна інтерпретація особою суспільного життя трансформується в її ідеологію, причому особа стосовно суспільної свідомості виступає як об'єкт впливу, тобто займає пасивну позицію. «Ідеологічні положення, оформлені в теорію на рівні суспільної свідомості, потребують не нових пояснень і доказів, а віри, переконаності та прийняття до соціальної дії» [2, с. 194]. В індивідуальній свідомості автор пропонує розрізняти констатуючу і діяльнісну складові: перша складає зміст суспільної свідомості, яка не стає предметом спеціальної рефлексії; друга дозволяє особистості займати активну позицію, піддаючи аналізу й оцінці прийняті в суспільстві норми, правила і традиції, його цінності та ідеали загалом.

Мітькін О. обґрунтовує, що суспільній свідомості притаманне прагнення до усталеності, навпаки, індивідуальна свідомість є динамічною

та пластичною. Такий стан речей може призводити до послаблення оціночної функції суспільної свідомості, відповідно, прагнення і плани окремих пасіонарних осіб надто легко сприймаються масами, наносячи відчутну шкоду пануючій ідеологічній сфері. Автор вважає, що історичному процесу притаманні періоди зміни пріоритетів суспільної та індивідуальної свідомості, що здатне змінювати напрями розвитку суспільства: переважання першої свідчить про стабільність державоустрою, другої – важливим чинником суспільних змін [139, с. 358-359].

Послідовники концепції К. Г. Юнга для пояснення інертності та ригідності суспільної свідомості використовують категорії «архетипи», «колективне несвідоме». Не заперечуючи доцільності такої позиції, ми в подальшому будемо звертатися до поняття «соціальні стереотипи», оскільки вони більш доступні для емпіричного дослідження. Їх аналіз є важливим для вивчення впливу засобів масової інформації на громадську думку, суспільну свідомість та на індивідуальну свідомість виборця.

Проаналізувавши філософську та психологічну літературу [4, с. 32; 36, с. 27; 37, с. 18 та ін.], можемо запропонувати власне визначення поняття **суспільна свідомість** – це сукупність уявлень щодо реалій суспільного буття великого загалу людей, об'єднаних приналежністю до цього буття у відповідний історичний проміжок часу. Тобто, це феномен групового усвідомлення самих себе, спільних особливостей свого суспільного буття та рівня їх відповідності критеріям сучасного світу. Відповідно, можна розширити це поняття й до психічного стану, який переживає суспільна свідомість, її задоволеності чи незадоволення реаліями дійсності.

Суспільна свідомість фіксує у різноманітних проявах життя суспільства (культури, діяльності ЗМІ, морально-етичних особливостях поведінки громадян) його сутність та динаміку розвитку. Вона детермінує індивідуальну свідомість за наявністю/відсутністю ознак, що відрізняли б сприйняття світу особою як індивідуальністю та особою як членом суспільства [53; 56 та ін.].

На пострадянських теренах, до яких належить Україна, з поняттям суспільної свідомості був тісно пов'язаний феномен «надбудови» [159, с. 31-40]. Історичний матеріалізм як політико-економічний вектор спирався на скрижалі базису і надбудови. Ці поняття, у свою чергу, позначають соціальні взаємини суспільства як цілісну систему, в якій культурні та інші особливості певного історичного етапу детермінуються рівнем розвитку продуктивних сил та матеріальними відносинами [16].

Для того, щоб охарактеризувати реальний базис певного суспільства, дослідники школи історичного матеріалізму вивчали сукупність матеріальних відносин; політичні та ідеологічні стосунки вважалися похідними від них, тобто духовне (надбудова) завжди обумовлене матеріальним. Відповідно, базис суспільства – це сукупність економіко-виробничих відносин; надбудова – відносини політико-ідеологічні, це об'єднання знань, уявлень, установок і стереотипів, за допомогою яких трактується сутність державоустрою, політико-правових приписів, ментальних та інших сторін суспільного буття [228, с. 68; 10, с. 91 та ін.]. Зміни базису, зокрема, продуктивних сил суспільства, завжди спричиняють зміни надбудови. Набагато менш ймовірним є варіант, за якого трансформація суспільної свідомості здатна спонукати перебудову економічного ладу та державоустрою в цілому [4, с. 53; 22, с. 101].

Таким чином, можна виокремити наступні взаємозв'язки між рівнем економічного розвитку держави та станом її політико-правових відносин:

- суспільна свідомість є частиною загальної мозаїки надбудови й відображає ментальну сутність соціуму;
- суспільна свідомість має як потенціал, так і практичні важелі для перетворення реалій буття завдяки зміні уявлень про бажані вектори трансформації надбудови залежно від історичного контексту певної епохи;
- суспільна свідомість становить собою системну властивість, що здатна видозмінюватися під впливом психолого-правових чинників, причому

останні можуть бути як цілеспрямовано-організованим, так і породженими стихійно.

Як вже зазначалося, суспільна свідомість багатоманітна за своїми проявами. *Критеріями* розрізнення форм суспільної свідомості науковці визначають:

- *предмет відображення* – різні аспекти суспільного буття, вид суспільних відносин і діяльності, відповідні соціальні інститути;
- *спосіб відображення* – понятійний (концептуальний) чи чуттєво-образний;
- *функції* – нормативне чи ненормативне (гносеологічне, чуттєве, компенсаторне тощо) регулювання людської поведінки, забезпечення упорядкованого характеру співжиття в суспільстві;
- *співвідношення інтелектуального й емоційного елементів*.

Узагальнення першоджерел дозволяє виокремити наступні основні **форми суспільної свідомості** [27; 67 та ін.]:

політична, правова, наукова, філософська, моральна, естетична, релігійна, економічна, екологічна¹.

Найважливішою з них, на думку більшості авторів, є *політична*, що відображає політичну складову чинного та бажаного державоустрою. Вона становить собою сукупність певних політичних концепцій та політичних установок (стереотипів), а також уявлення про методи, за допомогою яких припустимо й можливо втілювати в життя політичні інтереси групових суб'єктів та окремих осіб, які беруть участь у політичних процесах.

Політична свідомість представлена ідеологічним та психологічним аспектами, тобто політичною ідеологією та політичною психологією. Вона відображає сутність політичних процесів, але сфокусована на економічних інтересах соціальних і індивідуальних суб'єктів.

¹ В подальшому ми не будемо звертатися до наукової та філософської форм суспільної свідомості, оскільки їх висвітлення знаходиться поза межами предметного поля нашого дослідження. Оминемо також економічну та екологічну свідомість, які дотепер повною мірою не визнані науковою спільнотою.

Політична свідомість навіть в розвинених громадянських суспільствах, як правило, має суперечливий характер, але в умовах сучасної України це проявляється особливо яскраво. Такий стан речей спричиняється самою її сутністю: необхідність вдосконалення політичних відносин (правова ідеологія) не реалізується через недостатній рівень політичної культури людей (правова психологія). Ситуація може поліпшитися лише завдяки прийняттю й реалізації науково обґрунтованих політичних рішень, що сприяли б формуванню у громадян політичної культури.

Політична свідомість (ідеологія), на думку деяких дослідників, є найвищою формою суспільної свідомості [104., с. 164; 117, с. 87]. Ми не до кінця поділяємо цю точку зору, оскільки всі окреслені вище форми суспільної свідомості слід вважати багатогранником, калейдоскопом одного й того ж явища – феномену суспільної свідомості. Але нам імпонує позиція, що саме ідеологія презентує ту частину свідомості, у якій найбільш повно представлений її класовий характер [104, с. 84; 251, с. 67]. Більше того, на наш погляд, жодна з цих форм не може повноцінно існувати без інших, бо саме й становить собою сукупність уявлень про вказані аспекти суспільного буття (відображені у правосвідомості, моралі, мистецтві тощо).

Завдяки впливу політики (ідеології), як форми суспільної свідомості, здійснюється трансформація правосвідомості на індивідуальному, груповому, а також на макрорівні; визначається, наскільки глибоко особа сприймає правові норми та чи вбудовані вони в її уявлення про належні стосунки в суспільстві. Зокрема, проаналізувати тут можна наявність/відсутність:

- систематизованості правового позиціювання особи (громадянська позиція, участь у виборах у якості виборця чи особи, яку обирають на державні пости тощо);
- обізнаності та можливості оперування правовими категоріями;
- активності у прагненні чи спробах виражати інтереси малих або великих соціальних груп через виявлення своєї громадянської позиції (участь

у державних та міждержавних об'єднаннях, громадських рухах, політичних партіях тощо).

Можемо стверджувати, що ідеологія як форма суспільної свідомості є відображенням сприйняття суспільством тієї частини буття, яка пов'язана з політикою. Цей феномен об'єднує погляди, настрої, ставлення певного соціального суб'єкта (групи, громади, нації тощо), в яких віддзеркалюється політична динаміка життєдіяльності суспільства.

Також зазначимо, що у контексті нашого дослідження ми розглядаємо цю форму суспільної свідомості як реактивну, тобто таку, що виникла як системна реакція на інше соціальне явище – потребу в обґрунтуванні належного стану функціонування державоустрою і державної влади. Відповідно, продовжуючи цю думку, ідеологію можна розглядати як рушійну силу, яка задає потенціал розвитку продуктивних реалій буття.

Правова свідомість, як вже зазначалося, безпосередньо пов'язана з політичною. Вона становить собою сукупність знань та уявлень про чинні та бажані юридичні норми, причому перші легітимізовані в законах і інших нормативно-правових документах, що відображають державну волю, встановлюють права й обов'язки учасників правовідносин; другі – є уявленнями індивідуального та групового суб'єкта про ідеальний правопорядок у суспільстві відповідно до їх розуміння законності, порядку, справедливості.

За своїм функціонально-операціональним призначенням чинне право представлене, насамперед, юридичним оформленням соціально-економічних відносин, тобто закріплює їхнє ставлення до засобів виробництва та інших видів власності. Але при цьому на нього реалізацію чинить значний вплив політика, що й закладає засади правосвідомості громадян та їх правової культури.

Суспільна правосвідомість відображає рівень поваги до законодавчої системи з боку громади. Рівень поваги, у свою чергу, значною мірою визначає правопорядок у соціумі, наявність/відсутність задоволення

державоустроєм взагалі [136, с. 56]. Тобто, суспільна свідомість у правовому контексті визначає стан правових відносин, зокрема:

- дотримання чи недотримання більшістю громадян нормативно-правових засад життєдіяльності соціуму;
- суб'єктивного ставлення окремих осіб та соціальних груп до об'єктивних, затверджених в нормативно-правових актах правил поведінки;
- правового позиціювання через демонстрацію сприйняття, усвідомлення, інтерпретації юрисдикційних відносин та їх ролі у регуляції правової поведінки.

Становлення України як правової держави супроводжується значними політико-правовими перетвореннями. Це спричиняє мінливість правосвідомості як дзеркала суспільних настоїв, прагнень, рівня домагань, а також, на нашу думку, повинне спонукати до розвитку у громадян вищого рівня відповідальності перед собою та суспільством у сенсі виваженого підходу до політико-правових кроків. Зокрема, йдеться про вибори правлячої еліти, чия майбутня діяльність впливатиме на процеси державотворення в нашій країні.

Знання особою своїх прав і обов'язків сприяє її соціально-політичній та правовій активності. Тому таким для важливим формування правосвідомості є підвищення ролі правових інститутів суспільства у контексті дотримання законності, демократичних принципів правосуддя й унеможливлення порушень чинного права.

Слід зазначити, що розвиток правосвідомості має суперечливий характер: досягнення високого рівня правової свідомості, посилення ролі законів та громадянської відповідальності у регулюванні суспільних відносин, відповідно, потребує й високого рівня правової культури.

Первісною щодо правової та політичної свідомості є *моральна*, що ґрунтується на засвоєнні особою системи норм та правил поведінки в суспільстві. При цьому моральні норми не закріплені в певних документах

чи, навіть, письмових джерелах, їх дотримання регулюються потенціалом громадської думки (суспільства загалом чи окремих груп людей).

Норми моралі – динамічні феномени, вони змінюються під впливом розвитку суспільства, тобто певні з них з часом втрачають свою значущість, натомість з'являються інші. Нині особлива увага повинна акцентуватися на формуванні у громадян таких моральних цінностей, які відображають принципи демократичного суспільства та гуманізму, позитивно впливають на регуляцію суспільних відносин.

Мораль – відображення цінностей духовного життя, тому в процесі соціалізації особистості її роль полягає в формуванні моральних якостей, що відповідають засадам суспільного життя та міжособистісної взаємодії. Важливим для суспільства є досягнення такого стану речей, коли моральні цінності стануть критерієм оцінки та регулятором поведінки кожного його члена. Це буде означати прийняття на себе моральної відповідальності, оскільки формування духовності передбачає виховання непримиренності до будь-яких відхилень від норм моралі та від того, що гальмує духовний прогрес суспільства. Чим багатший моральний світ людини, тим вищою є її громадянська відповідальність, відповідно, це впливає й на її політико-правову активність.

Мораль як форма суспільної свідомості функціонує на двох рівнях – раціонально-теоретичному та емоційно-почуттєвому. Раціонально-теоретичний рівень моралі представлений системою цінностей, за якими живе суспільство: етичні норми, принципи, оціночні судження, ідеали та поняття. За їх допомогою теоретично обґрунтовується моральність суспільства та найбільш значущі її елементи [26, с. 73]. У контексті нашого дослідження тут важливим є те, що раціонально-теоретичний рівень моральної свідомості відображає не стільки поточні реалії, скільки бажаний рівень розвитку відносин між людьми, соціальної атмосфери тощо. Безумовно, що це впливає й на юридичну сферу, зокрема, при створенні чи анулюванні відповідних норм, проведенні законодавчого реформування. До

того ж, мораль фіксує та дозволяє створити уявлення про певну картину світу минулих поколінь. Тобто, майже з кожної з історичних епох залишилися на сьогодні відголоски значущих моральних пошуків і досягнень, як позитивних, так і негативних.

Емоційно-почуттєвий рівень моралі у суспільній свідомості представлений моральними почуття, неусвідомлюваними морально-оціночними судженнями. Це тонкий прошарок суперечливого, часто ірраціонального характеру, проте, незважаючи на всю свою нечіткість, його слід вважати потужною детермінантою суспільної поведінки людини.

Прикладом може слугувати мінливість моральних відносин, у яких реалізуються моральні почуття, що залежні від змін у знаннях, переконаннях, уявленнях людей про моральні цінності. Зокрема, тотальне засудження ринкових відносин та притягнення до кримінальної відповідальності доморощених підприємців СРСР змінилося згодом визнанням і повагою суспільства до власників бізнесу [257, с. 508].

Естетична свідомість відображає буття наочно-чуттєвого рівня, представлене художніми образами, що здатні викликають емоційний відгук. Вона породжується й розвивається в невід'ємному зв'язку з суспільством, відображаючи його сутнісні аспекти та їх трансформації. Її основу складає творча діяльність людини, її ставлення до світу, духовні потреби та духовна культура.

Естетична складова суспільної свідомості має прояв у ставленні суспільства до художніх творів, їх авторів, напрямів розвитку творчої думки. Зокрема, можемо пригадати факти спалення книг, переслідування авторів художньої або документальної літератури, в якій вбачався небажаний політичний контекст та ін. Наслідком дуже часто ставала «заборона на професію» для осіб, творча діяльність яких не узгоджувалася з пануючим політико-правовим ладом в державі [225, с. 201]. Це стосувалося й професійної діяльності представників інших спеціальностей, що мали вплив на громадськість, проте такі факти майже не були відомі широкому загалу.

Суттєва роль у духовному житті суспільства належить *релігійній свідомості*. Релігія супроводжує весь процес розвитку людської цивілізації, набуваючи різних форм і ступенів розповсюдженості: від тотемізму у народів, які перебувають на примітивному рівні розвитку, до світових релігій сучасності [227].

Релігійна суспільна свідомість, як і більшість інших її форм, представлена релігійною ідеологією та релігійною психологією. Перша становить собою систему релігійних догматів, які пропонуються і розвиваються теологами – свого роду «посередниками» між Богом (іншим божеством) і віруючими чи потенційною паствою. Релігійна психологія формується в процесі життя конкретної людини (групи людей) і включає в себе несистематизовані релігійні почуття та норми поведінки, що пов'язані з вірою в могутність надприродних сил. Важливе місце тут обіймає релігійне поклоніння (культ), в процесі якого людина піддається духовно-емоційному та психологічному впливу [227].

Релігійна свідомість, ставлення до релігії з боку суб'єктів історичного процесу в ході розвитку постійно змінювалося. Це, перш за все, визначалось соціально-економічними, духовно-моральними й гуманістичними чинниками, а також розвитком культури і можливостей пізнання об'єктивного світу [227].

Релігія як форма суспільної свідомості може стати потужним механізмом політико-правового впливу на електорат. Це підтверджується неодноразовими фактами, в тому числі й історичними, боротьби за підпорядкованість церковної власності та автокефалій, відповідно, пастви до певних конфесій і патріархатів. Останній з них – вручення Патріархом Варфоломієм томосу про автокефалію Православної церкви України (ПЦУ) від 5 січня 2019 р. Цим відбулося визнання автокефальної та самоврядуваної ПЦУ в межах політично та релігійно незалежної держави України, причому опікувався вирішенням цього питання чинний на той час її президент, всіляко підкреслюючи значущість та масштабність події. За лаштунками

залишалося політичне питання – одержання симпатій електорату західної частини України та применшення впливу Росії на електорат східної її частини. Таким чином, здійснювалася спроба використання релігійної суспільної свідомості як політико-правового інструменту.

Можливо, це одна з причин, чому релігійні постулати про нібито священні події минулого, які суперечать законам природи та гравітації, дотепер не спростовані – таке спростування не вигідне у площині можливостей керувати широкими масами населення. Також слід зазначити, що спрощене релігійне уявлення про механізми соціальної взаємодії набагато легше засвоїти значній частині громадян, ніж долучати критичне мислення та оволодівати науковими знаннями.

Сюди ж належать і можливості задоволення духовних потреб громади. З точки зору єдності всередині певного суспільства бажано, щоб такі потреби були подібні у різних осіб, подібні у різновидах та подібні у можливостях їх задоволення. Тут постає, знов-таки, політична необхідність формувати прості та легко керовані механізми виникнення та задоволення відповідних потреб. За допомогою певного релігійного вчення можна скеровувати суспільну свідомість у бажаному напрямі.

На основі зазначеного можемо стверджувати, що релігійна суспільна свідомість містить у собі сукупність психолого-правових важелів впливу на громаду.

Нині формується нове ставлення до релігії, переосмислюється її роль та місце в житті людей, особливо в процесі гуманізації їх відносин. Поєднання духовних сил суспільства, людей різних світоглядних орієнтацій можлива соціальна, міжнаціональна, духовна консолідація, здорове співробітництво народів та взаємозбагачення їхніх культур. Це дозволяє поглибити й розширити наше розуміння духовності й взаємозв'язку національного та загальнолюдського в історичному процесі. А також дає можливість чіткіше усвідомити наше місце в системі суспільних відносин, активніше включити віруючих у процес утвердження духовно-морального, гуманістичного

прогресу суспільства, для чого необхідна демократизація процесу формування як релігійної, так і атеїстичної свідомості людей [227].

Оскільки предметним полем нашого дослідження визначені психологічні засади формування політико-правової свідомості виборців, окреслимо сутність та основні властивості цього комплексного поняття.

Найперше, що необхідно виокремити, – це його складний системно-структурний характер. Суспільна та індивідуальна політико-правова свідомість співвідносяться між собою як ціле та його окремі рівні, які детермінуються: 1) загальними гносеологічними засадами, оскільки відображають суспільні явища, що мають політико-правове значення; 2) спільними соціальними чинниками [270, с. 56]. При цьому суспільний її рівень не є простою сумою свідомостей окремих осіб: вони різняться за змістом і обсягом, за особливостями формування. Зокрема, індивідуальна політико-правова свідомість формується не лише в контексті суспільної життєдіяльності, але й підпорядковується умовам найближчого оточення (сім'я, навчальний заклад, сфера проведення вільного часу) та індивідуально-психологічними особливостям. Тому суспільна політико-правова свідомість є відображеннями узагальнених характеристик, а індивідуальна – унікальна й неповторна. В ній цілком ймовірні елементи соціалізації стихійного характеру, домінування «психологічного» над «соціальним».

По-друге, політико-правові погляди людини, її ставлення до соціально-правової дійсності виникають за умови включеності в процеси суспільної практики. Це дозволяє стверджувати, що формування політико-правової свідомості особи як психічного новоутворення можливе лише за безпосередньої участі суспільної свідомості, більше того, вибір ефективних методів потребує врахування її особливостей в конкретний історичний період. Стан політико-правової свідомості є ланкою, що поєднує індивідуальну свідомість як процес відображення і усвідомлення дійсності та практичну діяльність людей у сфері дії права [270]. Він визначається

наявністю у свідомості особи певних установок та стереотипів стосовно сприйняття правової інформації та ставлення цієї особи до політико-правових явищ: права в цілому, конкретних правових приписів, законотворчої та правоохоронної діяльності, тощо.

По-третє, поняття «стан суспільної свідомості» поєднує характеристики політичної, правової і психологічної сфер, оскільки все, що стосується потреб та інтересів людей, викликає у них певне ставлення і певні переживання. Отже, як вказує В. Щегорцов, стани суспільної свідомості різняться стосовно конкретної політико-правової ситуації і правосвідомості в цілому, причому перші більш короточасні і швидкоплинні, другі – більш стійкі [270].

Сучасний стан політико-правової свідомості в Україні становить собою цікавий для науковця феномен: він не просто деформований (що є достатньо типовим явищем), але й нестійкий. У ній багато і консервативних стереотипів, і привнесених з інших країн новітніх ідей, що суперечливо поєднуються між собою. Багато громадян України відчувають неможливість щось змінити як у власному житті, так і в країні загалом; виборці не йдуть голосувати через відсутність інтересу до політичних процесів та переконання, що їхня особиста участь у виборах нічого не змінить. Так, опитування громадської думки на початку останніх президентських виборів засвідчило, що значна кількість громадян не пов'язують з виборами сподівань на покращання ситуації в Україні: 30,5% вважають, що вибори нічого не змінять; 23% – не можуть надати однозначної оцінки [161].

Такий стан речей обумовлюється, на нашу думку, насамперед, негативним впливом попереднього досвіду діяльності деяких «народних обранців», а також досить стійкими традиціями патерналізму² в українському соціокультурному середовищі, завдяки якому правосвідомість значної частини громадян і дотепер налаштована на одержання певного

² Патерналізм – очікування допомоги ззовні, в нашому випадку – від держави.

гарантованого мінімуму соціальних благ в обмін на відмову від своїх політичних і громадянських прав. Громадянськість передбачала мовчазну згоду та схвалення рішень влади. За умови однопартійної системи такі рішення, по суті, були рішеннями (не завжди адекватними і гуманними) невеликої групи людей. «Мовчазна більшість» при цьому лише демонструвала свою відданість державоустрою, а насправді відчувала недовіру і неповагу до права, оскільки «держава» і «право» сприймалися як тотожні поняття. Зрештою, традиції патерналізму і тривале культивування у суспільстві виключно колективістських світоглядних орієнтирів знижують політико-правову активність громадян і створюють сприятливі умови для політичного маніпулювання суспільною свідомістю з боку влади та політичних партій. Як наслідок, електорат просто не здатен на рішучий опір владі, яка ніколи свідомо й добровільно не відмовлялася від свого привілейованого стану [118, с. 50].

На підтвердження цієї думки наведемо результати всеукраїнського опитування громадян центром «Соціс». Респонденти повинні були висловити своє ставлення до наступного твердження: «Державність в Україні вже відбулася, тепер її майбутнє залежить від: 1) громадянського суспільства, його здатності відстоювати свої права і впливати на владу; 2) обраного народом керівництва державою, його компетентності, чесності та відповідальності перед народом». Пріоритет був наданий другій позиції: 43% респондентів із нею погодилися, ще 33% – зазначили, що скоріше це так [162, с. 635]. Як бачимо, переважають ті, хто віддають перевагу стереотипу патерналізму.

Безумовно, що зазначене обумовлюється низкою причин, в тому числі й об'єктивних, але психологічна неготовність до активної громадянської позиції та прийняття особистісної відповідальності за долю країни тут також має значення. Значно простіше «приєднатися до більшості». Як писав Е. Фромм, «... ми підкоряємося владі сили..., анонімній владі ринку, успіху, громадської думки, «здорового глузду»... Ми – стадо, яке вірить, що дорога,

по якій ми йдемо, повинна вести до цілі, раз ми бачимо, що й інші йдуть тією ж дорогою» [246, с. 236-237].

Прийнявши як аксіому положення, що Україна є державою (суспільством) перехідного періоду, звернемося до запропонованого Р. Мертоном поняття «аномія». На його думку, ступінь інтегрованості спільноти залежить від того, наскільки його члени визнають загальні цілі, цінності та інтереси, а також законні та моральні засоби їх досягнення. В перехідному, отже – маргінальному, суспільстві такі загальноприйняті орієнтири ще не сформовані, тому конкретна особа обирає засоби досягнення мети на власний розсуд, що породжує аномію, тобто ненормованість поведінки [116, с. 86], відповідно, її масовизацію. Остання, у свою чергу, спричиняє збільшення питомої ваги та посилення впливу ірраціональних складових свідомості, що у стабільному стані суспільної свідомості комплементарні стосовно раціонального сприйняття та оцінювання світу.

Аномія громадянськості проявляється в активному ігноруванні законів заради досягнення життєвого успіху, з одного боку, та пасивному ставленні до їх порушення – з іншого. Це призводить до деформації як суспільної, так і індивідуальної правосвідомості, пошуку специфічних шляхів і засобів «відновлення справедливості» і, знов-таки, створює сприятливе підґрунтя для маніпуляцій масовою свідомістю політичними лідерами (пригадаємо популярний передвиборчий слоган: «Справедливість є, за неї варто боротися»).

З явищем аномії тісно пов'язаний феномен амбівалентності масової свідомості, основними характеристиками якого є: 1) існування в масовій та індивідуальній свідомості взаємовиключних цінностей не як антагоністів, а як узгоджених елементів свідомості і емоційного ставлення до соціальної дійсності; 2) суперечливі системи цінностей притаманні фактично кожній великій соціальній групі; 3) суперечливе прагнення до демократичних соціальних перетворень за допомогою тоталітарних засобів [40, с. 19].

За своєю сутністю амбівалентна громадянська свідомість є своєрідним механізмом психологічного захисту, тобто прагненням досягти психологічного комфорту в дискомфортних соціальних умовах, вберігаючи суспільство від ще більшої поляризації, зрештою – відкритого протистояння. Але така рівновага не може бути тривалою, тому останнім часом Україна все частіше переживає політико-правові події революційного характеру, а новообрана влада в черговий раз пропонує якийсь новий «третій шлях».

Зазначене дозволяє стверджувати, що амбівалентна громадянська свідомість перешкоджає формуванню політико-правової культури суспільства. За таких умов громадяни декларують, але не прагнуть втілювати в життя демократичні цінності; такі цінності є лише «знаними» і привабливими, а не засвоєними. Тому вони не можуть стати повсякденною нормою їх життя.

Відповідаючи на запитання про стан та перспективи розвитку громадянського суспільства в Україні (див. Додаток А)³, більшість респондентів оцінили його як середній (42,0%) та загалом низький (21,3%), і лише 13,4% – як високий. Дещо парадоксально, але при цьому 87,2% з них не є членами будь-яких громадських організацій, в тому числі профспілок, творчих чи наукових спілок, релігійних общин; як члени політичних партій ідентифікують себе 2,5% респондентів. Будь-яку допомогу (грошову чи іншу матеріальну) громадським організаціям надавали протягом останнього року 24,4% опитаних. Приблизно половина з них (51,1%) не вважають, що громадські організації взагалі потрібні. Тобто, знову бачимо розходження між бажаним і дійсним («хотілося б, щоб громадянське суспільство розвивалося, але я особисто поки що зачекаю»), тобто амбівалентність свідомості на рівні індивідуальному.

³ Дослідження реалізоване нами у складі дослідницької групи Seetarget у період з 10 по 21 вересня 2019 р. Вибірка – 1035 респондентів, що репрезентує доросле населення України за віком, статтю, областю та типом населеного пункту. Метод опитування – особисте формалізоване інтерв'ю (face-to-face); статистична похибка для вибірки не перевищує 1,9%

Таким чином, суспільна свідомість є психологічною реальністю, що представлена загальними для великої групи людей уявленнями. Вона виникає в результаті соціальної взаємодії, що відбувається в певному просторі й часі та потребує не тільки участі в ній усіх учасників, але й підпорядкування окремої особи наявній когнітивно-афективній ситуації. Суспільна свідомість проявляється в когнітивному (спільному для всіх знанні) та в афективному (спільних емоційних реакціях на певні явища чи події) аспектах. Відповідно, сукупність суб'єктів суспільної свідомості становить собою не просто механічну суму людей, які з невідомої причини думають, переживають і поведуться однаково, а соціальне об'єднання навколо якоїсь загальної мети чи цінності.

Можна виокремити наступні взаємозв'язки між рівнем економічного розвитку держави та станом її політико-правових відносин: суспільна свідомість є частиною загальної мозаїки надбудови й відображає ментальну сутність соціуму; суспільна свідомість має як потенціал, так і практичні важелі для перетворення реалій буття завдяки зміні уявлень про бажані вектори трансформації надбудови залежно від історичного контексту певної епохи; суспільна свідомість становить собою системну властивість, що здатна видозмінюватися під впливом психолого-правових чинників, причому останні можуть бути як цілеспрямовано-організованими, так і породженими стихійно.

1.2. Детермінанти формування політико-правової свідомості виборців

Отже, суспільна свідомість – складний соціально-духовний феномен, який відіграє велику роль у життєдіяльності людства та провідних сферах суспільних відносин. Вона може розглядатися як предмет дослідження юридичної психології завдяки безпосередньому впливові психологічних і

правових чинників на громадянську свідомість виборців та їх поведінку (потенційну чи актуальну) у цій сфері. Тому, формуючи політико-правові уявлення, доцільно спиратися на різні складові суспільної свідомості, що в сукупності визначають особливості регулювання соціальних процесів, а також цінності і традиції суспільства.

Вище ми розглянули форми суспільної свідомості й можемо констатувати, що її слід розуміти не як пасивне відображення соціального буття, а як потужний інструмент впливу на суспільство. Цілеспрямоване формування суспільної свідомості дозволяє:

- бути попереду чинної практики вирішення й функціонування соціальних відносин, тобто очолювати їх;
- прогнозувати й моделювати доцільні та ефективні соціально-політичні кроки за допомогою спланованого впливу;
- регулювати політико-правове життя суспільства й, через це, спрямовувати соціальні, культурні, економічні, духовні відносини;
- визначати напрями діяльності громадських утворень, керувати соціальними групами, політичними лідерами та, відповідно, всіма соціальними процесами.

У зв'язку з останнім зазначимо, що вплив суспільної свідомості, так чи інакше, прослідковується в кожній соціальній групі. Різниця полягає у спрямуванні (конструктивному чи деструктивному) такого впливу, його якості та масштабах: від робочих колективів чи студентських громад до меж однієї чи низки країн. Тому регуляторна діяльність щодо управління соціальними процесами має враховувати стан суспільної свідомості в усіх її проявах, знаходити компроміси в політичних позиціях, сприяти формуванню суспільної свідомості з урахуванням нагальних потреб відповідного соціуму.

Також зазначимо, що погоджуємося з дослідниками [53, с. 56; 67, с. 86], які визначають суспільну свідомість як явище динамічне й суперечливе, оскільки вона, відображаючи мінливе соціальне буття, може:

- випереджати його;

- відставати від нього;
- відповідати його особливостям та рівню розвитку.

На нашу думку, лише аналіз протиріч суспільної свідомості дозволяє виявити негативні та позитивні особливості чинного суспільного ладу. Тому задля впливу на суспільство з певною метою (покращити рівень життя, здійснити трансформацію соціальних стосунків тощо) доцільно попередньо проводити вивчення не просто максимальної кількості відповідних показників (правових, моральних, економічних, культурних, тощо), але й визначати рівень задоволеності громадян своїм життям у зазначених сферах.

В межах юридичної психології суспільна свідомість розглядається як багатоструктурне і багаторівневе явище [27; 67; 104 та ін.]. Узагальнення наявних першоджерел дозволяє стверджувати думки, що суспільну свідомість доцільно розрізняти залежно від її суб'єкта та відповідних особливостей об'єкта за наступними показниками (див. табл. 1.2.1).

Тобто, у межах гносеологічного підходу суспільна свідомість виступає як на буденному (емпіричному) рівні, так і на теоретичному (науковому) рівнях. Відповідно, якщо враховувати наведені вище особливості суспільної свідомості залежно від її суб'єкта та об'єкта, можна глибше проаналізувати ступінь доцільності, своєчасності, гармонійності та корисності процесів, які відбуваються в суспільному житті [26; 37 та ін.].

Таблиця 1.2.1

Суб'єкти та особливості об'єкта суспільної свідомості

Суб'єкти	Особливості об'єкта
суспільство	сукупність ідей, теорій, поглядів, уявлень, почуттів, вірувань, емоцій людей, у яких відображається матеріальне та нематеріальне життя суспільства, його система суспільних

	відносин
соціальні спільності (групи) – певна громада, соціальний прошарок, народ, нація, конфесія	групова свідомість, яка ґрунтується на об'єктивних і суб'єктивних чинниках; зокрема, соціально-психологічному кліматі групи осіб, об'єднаних спільними або схожими реаліями буття
особистість – окрема особа	відображення психікою людини навколишнього світу та самої себе, суб'єктивне відображення об'єктивної дійсності у формі знання та переживання

Спираючись на наведене, зазначимо, що зміст поняття суспільної свідомості наповнюється і змінюється не тільки з історичним розвитком людства, але й із можливістю проаналізувати минуле й навчитися на його помилках, тобто зміни у суспільній свідомості мають залежність як від плину часу, так і від ступеня осягання психолого-соціальних атрибутів, притаманних певній історичній епосі (минулому та сучасному). Специфіка суспільної свідомості полягає, окрім іншого, у тому, що вона своєрідно віддзеркалює буття, формуючи відповідні поняття та категорії. За їх допомогою можливо оцінювати:

- якість соціальних відносин, використовуючи як критерій поведінку людей (суспільну та індивідуальну);
- поведінку окремої людини (соціальної групи) як нормотипову або девіантну [17; 27 та ін.].

На основі цього складається знання про особливості суспільної свідомості, які трансформуються у норми бажаної поведінки; суспільна норма стає засобом вираження належного, тобто несе у собі вимоги, які слід виконувати для підтримання консенсусу у певному соціумі.

Враховуючи стрімкі соціально-політичні зміни державоустрою незалежної України, сьогодення виставляє нові, відносно попередніх

поколінь, вимоги до психолого-правової свідомості виборців. А разом із вимогами, змінюються й детермінанти її формування. Наприклад, якщо донедавна був найбільш прийнятним образ виборця як слухняного виконавця волі вождя/партії, то сьогодні цей образ став більш розмаїтим та суперечливим.

Такий стан речей обумовлений, насамперед, багатопартійністю та більшими можливостями доступу громадян до інформації. Так, для ознайомлення з програмами та верифікації передвиборчих лозунгів як окремих кандидатів, так і партійних блоків, пересічному виборцю достатньо звернутися до інтернет-ресурсів, які є загальнодоступними базами даних. Відповідно, сучасну людину вже не так легко ввести в оману (за умови, що вона здатна і готова до критичного аналізу сьогодення і декларованих досягнень у майбутньому).

Залишилась у минулому ситуація, коли радянські громадяни непохитно голосували за одного кандидата, бо іншого вибору у широкому сенсі цього слова у них не було [257, с. 94]. Проте не змінилися цілі можновладців – це виховання змалечку самих виборців [92; 253 та ін.], тобто утвердження бажаної виховної парадигми, що відповідала б поточним та прогнозованим потребам країни – їх громадянськості. Ми погоджуємося з дослідниками [28; 77; 202 та ін.], які вказують, що громадянське виховання – це складна, планомірна діяльність, спрямована не лише на формування потенційного електорату певного вектору, але й на те, щоб:

- забезпечити екологічний розвиток свідомості громадян;
- сприяти становленню почуття власної гідності, мужності й патріотизму громадян не лише як окремих особистостей, але й як членів суспільства.

Вважаємо, що виховати повноцінного громадянина (особу, яка усвідомлює й керується не лише власними правами, але й обов'язками) і виборця (особу, яка критично оцінює кандидатів на виборчі пости) –

рівнозначно вихованню сформованої дорослої особистості, яка активно та конструктивно бере участь у соціальних процесах.

У свою чергу, слід означити контекст «конструктивності» у даному сенсі: це висловлювання, дії та вчинки, що ґрунтуються на почутті відповідальності громадянина перед суспільством, до якого він належить. Відповідно, така особа має дорожити цінностями не лише загальнолюдськими, але й святинями свого народу. Наприклад, разом із дотриманням чинного законодавства, основні позиції якого відображають норми загальнолюдської моралі і відносно подібні у різних країнах (заборона вбивати, красти, гвалтувати тощо), свідомий громадянин України буде з пошаною ставитися до національної символіки і державної мови.

У сукупності це сприяє гармонізації особистих та суспільних цінностей, тобто, призводить до соціальної гармонії в цілому. Тому можемо розглядати як окрему та, водночас, інтегративну властивість особистості – *громадянськість*: наскільки людина є та відчуває себе дієздатною у соціальному, моральному, юридичному та політичному сенсі.

Узагальнення наукових першоджерел [114; 138; 242 та ін.] дозволяє стверджувати, що до основних елементів громадянськості належить низка психолого-правових ознак (див. табл. 1.2.2).

Отже, можемо виділити у якості основної детермінанти формування громадянської свідомості виборців – *опіку держави щодо формування в суспільстві у кожного з його членів громадянськості*. Це значуще також й тому, що принципи громадянськості подібні в цілому до моральних принципів та є підґрунтям патріотизму [214, с. 84; 217, с. 115].

Таблиця 1.2.2

Основні ознаки громадянськості

Ознаки	Стисле відображення
Моральна і правова культури	поведінка людини, чиє почуття власної гідності ґрунтується на внутрішній свободі особистості, яка не

	зачіпає меж свободи інших людей
Повага до інших громадян і країни	бажання та реальне виконання своїх громадянських обов'язків
Довіра до державної влади	ставлення до чинного правопорядку і державних засобів його дотримання як до суспільного і особистого обов'язку, який, одночасно, виступає гарантом гармонійного поєднання патріотичних, національних та загальнолюдських прагнень

Окрім зрозумілої у даній площині необхідності відчувати та розуміти громадянську відповідальність, переживати почуття спільності з нацією і народом [186, с. 49; 235, с. 64], готовності захищати свою країну, доречно наголосити на наступних потужних механізмах розвитку, підтримки та динаміки громадянськості:

1) свідомо підтримка громадянином державної незалежності України через *участь у виборах* як у можливості вільно творити соціальне, політичне, правове, духовне теперішнє та майбутнє українського народу.

Безпосередніми засобами впливу з боку держави на формування такого ставлення громадян може виступати реклама. На сьогодні передвиборча агітація спрямована, переважно, на презентування переваг і потенційних можливостей тієї чи іншої політичної партії. По всій Україні бачимо безліч білбордів на площах, вулицях і автотрасах із закликами, за кого саме слід голосувати. Те ж саме має місце на телебаченні, по радіо та в Інтернет-просторі: політики повідомляють про свої досягнення (реальні чи омріяні) та декларують нові проекти, спрямовані на покращення життя окремих категорій населення чи суспільства в цілому.

На наш погляд, це навіть не політична, швидше – суто комерційна реклама. У контексті підвищення громадянськості українського суспільства доречніше заохочувати виборців самостійно оцінювати заяви політиків про:

а) реальність вже, нібито, досягнутого; б) можливості досягти обіцяного в майбутньому;

2) об'єднання всіх українців, незалежно від їх відмінностей (територіальних, соціально-статусних, конфесійних тощо), в *єдину спільноту*, яка, зберігаючи свою специфіку (наприклад, мовленнєву), керується законом та спільними морально-етичними прагненнями.

На наш погляд, саме у цій площині сьогодні існує низка недоречностей. Наприклад, нещодавно прийнятий Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» [68] гарантує позиції української мови у державному управлінні, сфері послуг, освіті й медіа; передбачає відповідальність посадовців за незнання мови. Закон стає чинним лише через три роки від дати ухвалення, проте спроби його негайного впровадження вже наявні.

Між тим, прийняття такого закону навряд чи можна вважати виправданим через наявність ст. 10 Конституції України, в якій також йдеться про українську мову як державну, проте наголошується на захисті прав інших мов, що використовуються на території нашої країни («...в Україні гарантується вільний розвиток, використання і захист російської, інших мов національних меншин України. Держава сприяє вивченню мов міжнародного спілкування»).

Ілюстративною тут може бути мовленнєва практика у США: «країна не має офіційної мови на федеральному рівні, хоча, через наростання ролі іспанської (наприклад, на телебаченні) і досить обмеженої асиміляції мігрантів з Азії та Латинської Америки, багато штатів оголосили англійську мову офіційною на місцевому рівні. Тим не менше, ряд мов (іспанська, французька та гавайська) визнані офіційними в ряді штатів і територій» [263, с. 74]. Декілька й більше мов використовують як офіційні багато розвинених держав [260; 267]. Це заслуговує уваги як приклад вдосконалення комфорту у суспільстві, ніж введення обмежень у цій площині;

3) державне сприяння розквіту духовної культури українського народу (науки, мистецтва, освіти), надання, розширення та примноження можливостей для громадян *реалізовувати свої творчі схильності*.

Зазначимо, що увагу тут привертає стереотип, що допомагати у цьому сенсі слід лише молоді. Проте багато осіб середнього та похилого віку також можуть запропонувати цікаві творчі здобутки, хоча й можуть не знати, як саме повідомити про них світу. Відповідно, вважаємо, що є сенс розширити державні програми розвитку талантів на осіб будь-якого віку.

На сьогодні серед державних програм цієї площини все ще чинною є Постанова Кабінету Міністрів України «Стратегічні завдання реформування освіти в Українській державі» (редакція від 29.05.1996 р.) та Рекомендації з освітньої політики «Стратегія реформування освіти в Україні» (розроблені за підтримки Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй, Міжнародного фонду «Відродження», Інституту відкритого суспільства, 2003) [193]. Серед важливих у контексті нашого дослідження положень відмітимо те, що в них наголошується на вагомості відродження і розбудови національної системи освіти як найважливішої ланки виховання свідомих громадян Української держави, формування освіченої, творчої особистості в усій різноманітності вітчизняних та світових зразків, тощо. Проте, незважаючи на вплив понад 20-ти років з часу прийняття постанови, потужного розквіту наданих державою можливостей для творчості громадян поки не помічено;

4) *розповсюдження ідей здорового способу життя* та практична підтримка високого рівня здоров'я українського народу, боротьба з хворобами тощо. Серед кроків, що робить держава у цій сфері, відзначимо медичні реформи, зокрема згідно з Законом України «Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення», з 2020 р. заклади охорони здоров'я всіх рівнів переходять на нову модель фінансування [133].

Між тим, на сьогодні недостатньо приділяється уваги з боку держави профілактиці захворюваності. Соціальна реклама боротьби з алкоголізмом та стосовно шкоди паління представлена поодинокими випадками. Видається,

що така ситуація має місце через відсутність налагодженої системи спілкування держави з суспільством у сфері соціальної профілактики в цілому й щодо вживання алкоголю і тютюну, зокрема.

Ми погоджуємося з дослідниками [170 та ін.], які вказують, що формування громадянської свідомості виборців ґрунтується на вихованні моральності та патріотизму, тобто потрібно плекати та зрощувати в суспільстві високий рівень «громадянського почуття», іншими словами почуття «Ми».

У цьому контексті слід розрізнати сутність та межі понять «громадянство» і «громадянськість». Громадянство – формальна суспільна роль, що визначає приналежність конкретної людини до певної держави та політико-правовий зв'язок з її інститутами. Громадянськість – соціально-психологічна властивість особистості, що визначає розвиненість її індивідуальності, активний характер її соціального буття, здатність усвідомлювати та захищати власні інтереси аж до межі, коли вони не вступають у протиріччя з інтересами суспільства. Така людина небайдужа до стану основних сфер життєдіяльності соціуму, до якого вона належить, безвідносно до оцінки нею власної освіченості та підготовленості.

Виховання громадянськості неможливе без формування моральності особистості, а також тісно пов'язане з формуванням її відповідальності, оскільки громадянськість – це, насамперед, відповідальність перед сьогоденням і майбутнім держави.

Нам імпонує позиція М. Іванова, згідно з якою «...громадянськість є духовно-моральною цінністю, світоглядно психологічною характеристикою людини, обумовленою її державною самоідентифікацією, усвідомленням належності до конкретної країни. З цим пов'язане більш або менш лояльне ставлення людини до встановлених у державі порядків, законів, інституцій влади, відчуття власної гідності, знання і повага до прав людини, чеснот громадянського суспільства, готовність та вміння домагатися дотримання власних прав та виконувати свої обов'язки» [79, с. 41-50]. Втім, на нашу

думку, ставлення людини-громадянина до «...встановлених у державі порядків, законів, інституцій влади» не може бути альтернативним, воно безумовне і передбачає відповідну безальтернативну (законослухняну) поведінку.

Як зазначає з цього приводу Ю. Завалевський, людина здатна досягти громадянської зрілості лише завдяки громадянському баченню державоустрою, а також оцінці соціального буття з позицій власної активної участі й відповідальності: «...щоб демократія стала реальністю життя, потрібна зацікавленість людей у досягненні суспільно важливої мети і відповідальність за долю суспільства як за свою власну; потрібне сприяння зближенню інтересів особи, суспільства, держави і подолання, або хоча б послаблення суперечностей між ними [65, с. 56].

Наступний крок у вихованні громадянськості – розвиток політико-правової компетентності особи, тобто її прагнення знати й критично оцінювати реалії сьогодення: як правомірно виявляти свою незгоду чи протест; за допомогою яких законів і процедур впливати на владні інституції задля відстоювання власних інтересів чи інтересів громади. Інакше така людина легко стає об'єктом маніпулювання з боку зацікавлених політичних сил чи окремих можновладців [162, с. 39-40].

Ми вважаємо, що врахування детермінант формування політико-правової свідомості виборців передбачає залучення всіх можливих чинників впливу. Тому організовуючи просвітницько-виховну роботу з населенням щодо особливостей політико-правової свідомості, доцільно враховувати культурні ознаки відповідного регіону, нації. Окрім прикладів із минулого, екстраполяція яких на теперішній час дозволяє зрозуміти певні особливості розвитку України, можна спиратися й на регіональні відмінності ставлення населення до сучасних суспільно-політичних подій.

Наприклад, ставлення до української і російської мови доволі різне на заході та сході, відповідно, це слід враховувати при проведенні як політико-правових заходів загального спрямування, так і в передвиборчій агітації. Між

тим, спрямовуючи таку роботу до спільних національних інтересів, можливо досягти об'єднаної мети служіння Батьківщині та захисту її від ворогів.

У зв'язку з цим доречно стверджувати, що детермінанти формування політико-правової свідомості виборців значною мірою залежать від особливостей організації самого процесу та важелів здійснюваного впливу. Якщо людина дійсно відчувала дієві кроки держави щодо покращення життя в країні, а не лише чула їх деклароване проголошення, то й її готовність виконувати свої громадянські обов'язки буде реальною, а не демонстрованою.

Тому ще однією важливою детермінантою формування політико-правової свідомості виборців слід вважати реалізацію державою суспільних та національних інтересів. Дієвий соціальний захист, що може надати держава, сприяє гармонійній взаємодії громадянина і суспільства з одного боку, й суспільства та держави – з іншого. Зазначене забезпечує *мотивацію соціальної активності особи в суспільній сфері* та формування переконання, що від власних дій і вчинків залежить її майбутнє та майбутнє суспільства в цілому.

Враховуючи, що ми розглядаємо детермінанти формування політико-правової свідомості виборців, у даному контексті може йти мова про доцільність уваги політичних діячів до повсякденної реальності електорату: здоров'я населення, якість продуктів харчування та питної води, належний стан довкілля. Спрямовуючи свою діяльність на покращення справ у цих сферах, можна впливати на свідомість суспільства, яке зацікавлене в дотриманні гідного рівня перелічених благ.

Відповідно, у якості загальних детермінант формування політико-правової громадянської свідомості виборців можна назвати *наступні цінності*, що відображають інтереси суспільства завдяки наявності вже сформованих соціальних взаємозв'язків особистості [142, с. 163; 144, с. 89; 149, с. 104 та ін.]:

- науково-світоглядні (гуманізація внутрішньодержавних та міжнародних відносин, нейтралізація проявів агресивності як на побутовому і соціальному рівнях, так і стосовно світових політичних стосунків);
- національні (патріотизм, високий рівень політичної і правої свідомості, громадянська активність і громадянська відповідальність);
- духовно-моральні (повага до прав людини на всіх рівнях, толерантність до будь-яких відмінностей членів суспільства);
- морально-етичні (суспільне благочестя, доброзичливість, висока побутова культура взаємовідносин, взаємодопомога);
- світоглядно-психологічні (здатність до взаєморозуміння і саморозуміння, контрольованих емоційних і поведінкових проявів, критичного оцінювання політичних і правових реалій сьогодення).

Вважаємо, що політико-правова свідомість як інтегративна форма відображення дійсності реалізується саме через усвідомлення особою свого місця як громадянина та члена суспільства на перетині перелічених вище цінностей.

Узагальнення детермінант формування політико-правової свідомості виборців дозволяє виокремити ключові поведінкові стратегії, притаманні соціально активним громадянам, серед яких переважають особи, котрі голосують на виборах [24; 80 та ін.] (див. табл. 1.2.3).

Можна констатувати, що формування політико-правової свідомості є складним процесом усвідомлення особистістю себе не лише як громадянина, але й як виборця. Саме через участь у виборах як у масштабній соціально-політичній події переважна більшість громадян має змогу виразити свою соціальну активність. Продовжуючи цю думку зазначимо, що сама атмосфера виборів – це той унікальний момент, коли суспільство згадує, відчуває та активно впливає на якість своїх свобод, прав і обов'язків.

Таблиця 1.2.3

Поведінкові стратегії соціально активних громадян

Ознаки	Відображення в поведінці
участь в роботі будь-яких структур територіального самоуправління або висвітлення їх роботи	вплив на політико-правову ситуацію (наприклад, членство в політичній партії чи громадському об'єднанні, соціально-політичні публікації в ЗМІ тощо)
повага до чинного законодавства	дотримання норм закону
активна участь в громадській діяльності	участь у збереженні і примноженні соціальних та/або природних благ (наприклад, опікування екологічними проблемами)
відстоювання соціальної справедливості	захист загальнолюдських ідеалів (наприклад, гендерного і міжетнічного рівноправ'я)

Зовнішні детермінанти формування політико-правової свідомості представлені системними компонентами, які оточують особу в її соціальній, віковій, професійній групі та в суспільстві загалом. До них також належать чинники, які визначаються зовнішньополітичними обставинами та певними кон'юнктурними міркуваннями окремих політиків і політичних партій. Внутрішні детермінанти визначаються політико-правовим контекстом життєдіяльності людини, а саме особистісно обумовленими характеристиками особи як громадянина, який бере участь у виборчому процесі, проявляючи себе як «the person who votes» («людина голосуюча»), та своєю активністю певною мірою впливає на прийняття політичних рішень.

Таким чином, детермінанти формування політико-правової свідомості виборців – це різноманітні соціальні впливи з боку держави на науково-світоглядні, національні, духовно-моральні, морально-етичні, світоглядно-

психологічні та інші цінності суспільства. Зокрема, культивация громадянськості можлива за допомогою соціальної реклами, об'єднання членів суспільства в єдині територіальні спільноти, державних програм підтримки творчості осіб будь-якого віку, захисту здорового способу життя.

Що стосується інтеріоризації таких впливів та дослідження особливостей індивідуальної політико-правової свідомості, то найбільш важливим слід вважати усвідомлення й розуміння особистістю об'єктивних політичних контекстів (реальних і декларованих) та правових вимог, переведення їх до системи особистісних смислів та ставлення до політико-правової дійсності. Психологічний аспект вивчення політико-правової свідомості передбачає встановлення і врахування специфіки свідомості і самосвідомості особистості, їх здатності контролювати й саморегулювати її поведінку.

Розвиток самосвідомості проходить ті ж стадії, що й пізнання людиною об'єктивного світу, – від елементарних самовідчуттів до самосприйняття і саморозуміння, тобто уявлень, думок і понять про себе. При цьому самосвідомість не є процесом, незалежним від свідомості, це та ж свідомість, але спрямована на самого себе. Об'єктом свідомості є зовнішній світ; об'єктом самосвідомості є сама особистість, її думки, почуття, потреби, весь її внутрішній світ [71, с. 15-34]. Первинним для самосвідомості стає усвідомлення власного «Я» через реальне життя, практичну взаємодію з зовнішнім світом, усвідомлення свого суспільного обов'язку та сенсу життя.

Зазначене дозволяє стверджувати, що об'єктом політико-правової самосвідомості особистості є вона сама як суб'єкт правовідносин, що виникають у зв'язку з її політичною активністю (дією чи бездіяльністю). Відповідно, така особа має певний правовий статус, характеризується певними знаннями і переконаннями, ставленнями і почуттями, що зумовлюють її конкретні вчинки та спосіб життя загалом, сприяють формуванню визначених особистісних властивостей і якостей, тощо.

Політико-правова свідомість і самосвідомість становлять собою функціональну єдність, структурно вони включені до цілісної свідомості особистості, а їх виділення як окремих феноменів може бути лише абстрактним умовисновком. Політико-правова самосвідомість є відкритою підсистемою у системі цілісної свідомості особистості, що формується завдяки практичній взаємодії з зовнішнім соціальним світом.

Таким чином, онтологічна сутність політико-правової самосвідомості представлена сукупністю сприйняття особою образів самої себе («Я-образів») в юридично релевантних ситуаціях, в тому числі – при взаємодії з іншими людьми. Конструктивне поєднання цих образів на певному етапі трансформується в поняття «Я як суб'єкт політико-правової активності».

Феноменологічна сутність політико-правової самосвідомості визначається змістом суб'єктивних критеріїв, ґрунтуючись на яких особа оцінює та спрямовує свою активність. При цьому соціально-психологічна орієнтація особи (на інших людей, окремі соціальні групи, суспільство в цілому) забезпечується, переважно, свідомістю, а усвідомлення власної неповторної унікальності – самосвідомістю. Відповідно, рівень соціальної зрілості суб'єкта проявляється в здатності оптимально співвідносити власні та суспільні інтереси.

Оскільки в психології існує вже усталений підхід до поділу сфер свідомості [71, с. 15-34], можемо стверджувати, що політико-правова самосвідомість представлена наступними основними компонентами: когнітивний (знання та уявлення про себе як суб'єкта політичних відносин, що регулюються правом); оціночний (оцінка своїх політичних і правових властивостей як члена певної соціальної групи та суспільства в цілому; групова ідентифікація, тобто ставлення до свого членства в такій групі та в чинному державоустрої); поведінковий (прояв себе як учасника політико-правових відносин).

Безумовно, що за допомогою політико-правової самосвідомості реалізуються певні функції. По-перше, вона фіксує підсумок розвитку

громадянськості особистості на певному етапі – *функція оцінювання*; по-друге, вона є внутрішнім усвідомленим регулятором поведінки та впливає на подальший розвиток особистості – *регулятивна функція* та *функція прогностична*; по-третє, завдяки *інтегративній функції* вона акумулює досвід особистості, який дозволяє здійснювати самопізнання, самооцінку та саморегуляцію [255, с. 221].

Психологічні механізми самопізнання єдині для всіх його різновидів; специфічність політико-правового самопізнання полягає в його змісті – відображенні місця і ролі особистості в системі політико-правових відносин, характеру її активності та мотивів поведінки, тощо. Потреба в самопізнанні є результуючою надходження, опрацювання та оцінки інформації про динаміку об'єктивних умов та власне ставлення до них. Складність самопізнання обумовлюється, насамперед, необхідністю врахування особливостей суперечливих образів інших людей, залучених до процесу політико-правової взаємодії: особа завжди оцінює себе з врахуванням враження, яке вона справляє на інших. «Потреба в самопізнанні переживається тим сильніше, чим ясніше індивід усвідомлює суперечності між власними домаганнями й суспільною оцінкою його поведінки, чим більше він сам відчуває сумніви в своїй правоті, незадоволеність своїми вчинками. Такого роду «когнітивний дисонанс» стає важливим стимулом критичної переоцінки самого себе» [266, с. 52].

Зазначене дозволяє стверджувати, що політико-правове самопізнання може здійснюватися на якісно різних рівнях. Найпростіший із них – порівняння себе з іншими людьми. Безумовно, таке самооцінювання є суто суб'єктивним і залежить від правильності оцінки особою інших людей, а також від їх ступеня значущості (авторитетності). Тому формування політико-правової свідомості виборців повинне орієнтуватися на більш високий рівень: здатність порівнювати себе з самим собою («Я-минуле», «Я-теперішнє», «Я-майбутнє»). Лише порівнюючи себе з самим собою, особа здатна прагнути до саморозвитку.

Результатом самопізнання стає самооцінка, що складається з раціонального та емоційного компонентів. В контексті політико-правової свідомості вона представлена ступенем несуперечливості співвіднесення власних (особистісних) та суспільних цінностей. Залежно від властивостей та особистості, її інтелекту та особливостей афективної сфери самооцінка може бути адекватною чи неадекватною (завищеною, заниженою), а також більш чи менш стійкою [42].

Формування самооцінки значною мірою залежить від модальності соціальної взаємодії: людина схильна оцінювати себе так, як її оцінюють оточуючі. Згідно з теорією «Я-дзеркального» Ч. Х. Кулі, уявлення особи про те, як її оцінюють інші, істотно впливає й на її «Я-концепцію» [43, с. 80-85]. Важливу роль у формуванні самооцінки відіграє також зіставлення образу «Я-реального» з образом «Я-ідеального», тобто з уявленням про те, якою людина хотіла б бути, причому багато авторів пов'язують «Я-ідеальне» з засвоєнням соціальних ідеалів і норм поведінки, що інтеріоризуються особистістю завдяки механізмам соціального підкріплення [63, с. 70-74].

Ще один аспект формування самооцінки представлений тим, що особа оцінює себе крізь призму своєї ідентичності. Ідентифікація, доповнюючи процес соціалізації, дозволяє їй прийняти зовнішні соціальні норми як свої власні, сприяє становленню адекватної і диференційованої самооцінки [122, с. 39-43].

Найвищим рівнем розвитку політико-правової свідомості слід вважати її рефлексивність. Рефлексія – здатність людини до осмислення та розуміння чинників, закономірностей і механізмів своєї активності; це не тільки розуміння своїх властивостей і особливостей, але й своєї життєвої програми, установок і, прагнень, цілей і цінностей [209, с. 222-227]. Як стверджують С. Дюваль і Р. Віклунд, рефлексія, об'єктом якої є сам суб'єкт, проходить чотири фази розвитку: 1) зосередження уваги на собі; 2) самооцінка; 3) афективна реакція; 4) прагнення зменшити виявлені розбіжності між своєю поведінкою і нормою чи уявним ідеалом. Їх проходження передбачає

або зміну своєї поведінки, або відмову від подальшого її пояснення [232, с. 219-222].

Таким чином, за допомогою самосвідомості особистість регулює і контролює свої дії, вчинки та поведінку в цілому. Тому можна стверджувати, що самосвідомість є передумовою цілеспрямованого розвитку і вдосконалення особи, тобто самовиховання, яке може бути ефективним лише за умови достатньо високого рівня розвитку самосвідомості.

Процес самовиховання неможливий без наявності розвиненої рефлексії, оскільки він передбачає проходження трьох взаємозалежних етапів: 1) спочатку особа повинна усвідомити свої думки, почуття і вчинки, тобто інтенсифікувати рефлексію; 2) після цього вона починає розуміти певну несумісність між своїми думками і вчинками, неадаптивність деяких своїх дій; 3) відбувається активізація внутрішнього діалогу, внаслідок чого самопізнання переростає в самовиховання, тобто свідоме формування бажаних варіантів поведінки, а в контексті нашого дослідження – засвоєння і впровадження в життя основних принципів політики і права, соціальних і правових норм поведінки, вироблення соціально значимих орієнтацій та активної життєвої позиції.

Зазначене дозволяє стверджувати, що розвиток політико-правової самосвідомості є важливим показником сформованості загальної громадянської позиції виборця. Іншими словами, її слід визначати як важливу внутрішню детермінанту політико-правової активності людини-громадянина.

Політико-правова самосвідомість виборця конкретизується у його усвідомленні ситуації як проблемної та бажанні ставити перед собою проблемні питання: «Мoje місце і роль в цьому суспільстві та що я можу зробити для нього? Чим я керуюся у своїй поведінці? В чому полягає відмінність відносин, в які я вступаю як виборець, від моїх інших соціальних відносин?».

Таким чином, проведене нами узагальнення наукових першоджерел з проблеми детермінант політико-правової свідомості засвідчує, що вони представлені як на рівні відображення об'єктивної дійсності, так і становлять собою індивідуально-психологічні новоутворення особистості. В першому випадку політико-правова свідомість є результатом відображення в суспільній, груповій та індивідуальній свідомості політико-правих реалій сьогодення, а також оцінки існуючих суспільних відносин через призму основоположних людських цінностей – свобода, справедливість, права людини та ін.; в другому – йдеться про світоглядні орієнтири особистості як члена суспільства.

Політико-правова свідомість особистості формується на основі актуальних для суспільства уявлень і почуттів про наявний і належний стан його розвитку. При цьому не менш важливе значення має індивідуальний досвід спілкування та взаємодії з іншими людьми, особливості її особистості, приналежність до певної соціальної групи, загалом – її соціальна сутність як суб'єкта діяльності, спілкування й пізнання.

В психологічному сенсі індивідуальна політико-правова свідомість представлена: 1) сукупністю знань про політичний і правовий стан держави; 2) ставленням до політико-правової дійсності та своєї ролі в її трансформаціях; 3) спонуканнями до активної участі в політико-правових перетвореннях на рівні внутрішніх переконань та звичної форми поведінки.

Отже, громадянськість – соціально-психологічна властивість особистості, що визначає розвиненість її індивідуальності, активний характер її соціального буття, здатність усвідомлювати та захищати власні інтереси аж до межі, коли вони не вступають у протиріччя з інтересами суспільства; світоглядна психологічна характеристика людини, обумовлена її державною самоідентифікацією, лояльним ставленням до встановлених у державі законів та інститутів влади; готовність та вміння домагатися дотримання власних прав та виконувати свої обов'язки.

У формуванні індивідуальної політико-правової свідомості найбільш важливим слід вважати усвідомлення й розуміння особистістю об'єктивних політичних контекстів (реальних і декларованих) та правових вимог, переведення їх до системи особистісних смислів та ставлення до політико-правової дійсності. Психологічний аспект вивчення політико-правової свідомості передбачає встановлення і врахування специфіки свідомості і самосвідомості особистості, їх здатності контролювати й саморегулювати її поведінку.

Онтологічна сутність політико-правової самосвідомості представлена сукупністю сприйняття особою образів самої себе («Я-образів») в юридично релевантних ситуаціях, в тому числі – при взаємодії з іншими людьми. Конструктивне поєднання цих образів на певному етапі трансформується в поняття «Я як суб'єкт політико-правової активності». Феноменологічна сутність політико-правової самосвідомості визначається змістом суб'єктивних критеріїв, ґрунтуючись на яких особа оцінює та спрямовує свою активність. Відповідно, рівень соціальної зрілості суб'єкта проявляється в здатності оптимально співвідносити власні та суспільні інтереси.

Політико-правова самосвідомість представлена наступними основними компонентами: когнітивний (знання та уявлення про себе як суб'єкта політичних відносин, що регулюються правом); оціночний (оцінка своїх політичних і правових властивостей як члена певної соціальної групи та суспільства в цілому; поведінковий (прояв себе як учасника політико-правових відносин); групова ідентифікація, тобто ставлення до свого членства в референтній групі та в чинному державоустрої).

Детермінанти політико-правової свідомості представлені як на рівні відображення об'єктивної дійсності, так і становлять собою індивідуально-психологічні новоутворення особистості. В першому випадку політико-правова свідомість є результатом відображення в суспільній, груповій та індивідуальній свідомості політико-правих реалій сьогодення, а також

оцінки існуючих суспільних відносин через призму основоположних людських цінностей (свобода, справедливість, права людини та ін.); в другому – йдеться про світоглядні орієнтири особистості як члена суспільства.

1.3. Політико-правова свідомість виборців у контексті українського менталітету

Згідно з сучасними концепціями розвитку людства, національний менталітет вважається однією з базових проблем та, відповідно, визначальних детермінант становлення державоустрою будь-якої країни. В наукознавстві він пов'язується з визначенням світоглядної основи принципів розвитку будь-якої соціальної системи (людина, етнос, нація, держава тощо) як сила, що суттєво впливає на історичний процес у цілому [157, с. 30-34].

Безумовно, що одне з основних завдань сьогодення в Україні – це пробудження політичної активності народу. Політико-правова активність безпосередньо пов'язана з усвідомленням ним своїх інтересів щодо політичних сил, які, будучи суб'єктом політичних дій, були б здатні до легітимної реалізації його потреб та сподівань. Різноманітні ідеї реформування держави та ідеології політичних партій життєздатні лише за умови, що вони відповідають інтересам певних соціальних груп, їхнім ментальним настановам [239, с. 178]. Як зазначає В. Храмова, «сьогоденна актуалізація проблеми української ментальності пов'язана з тим, що необхідно знати, хто ми є, аби будувати державу, адекватну нашій вдачі. Справді, тільки державна реалізація потенцій останньої, втілюючи національні цінності, здатна ушляхетнити життєдіяльність народу та повернути втрачені честь і гідність самоцінній особистості» [248, с. 4].

Проблемі національного менталітету приділяється значна увага впродовж часів незалежності України; в науковій і публіцистичній літературі

можна знайти немало монографій і статей, де під різними кутами зору висвітлюються процеси взаємозв'язку державотворення та утвердження демократії з національною самосвідомістю. Втім, слід зазначити, що понятійний апарат теорії менталітету досі перебуває у процесі становлення, зокрема, не визначені чіткі критерії розмежування понять «менталітет» і «ментальність».

Частина авторів трактує ментальність у контексті архетипів К. Г. Юнга як своєрідну соціально-культурну програму напівусвідомлюваної, а тому значною мірою автоматизованої, поведінки індивідів, груп, етносів [156, с. 120]. На його думку, людство керується надперсональними неусвідомлюваними змістами, що не зумовлюються досвідом окремих людей чи груп, навпаки, передують особистісному і колективному досвіду. Саме несвідоме у психіці людини становить собою глибинне джерело духовного піднесення та визначає загальну психічну налаштованість.

На думку О. Донченко, «менталітет має відношення до духовності етносу, яка постає як організаційна єдність свідомого та підсвідомого, інтелекту, емоцій, почуттів – усього того, що ми називаємо ідеальною реальністю. Менталітет є тим інтегрально-синкретичним формоутворенням, у якому життєві сенси (цінності) становлять моделюючу домінанту світовідчуття, світосприймання та світорозуміння» [57, с. 167]. Незважаючи на певні недоречності у поєднанні понять різних напрямів психологічної науки, видається, що автор вживає як тотожні поняття «менталітет» та «етнічний світогляд».

Дослідники більш пізнього часу визначають менталітет як емоційно-мисленнєвий і поведінковий, тобто достатньо усвідомлюваний феномен. Так, на думку Н. Є. Новікової, під менталітетом слід розуміти «особливий стиль світосприйняття – стиль мислення і поведінки, властивий тільки певному етносу. Саме ментальність мислення і стереотипи поведінки відрізняли один етнос від іншого. Менталітет дає можливість відкрити «таємницю національності», що полягає насамперед у манері розуміти речі» [157, с. 31].

А. Баронін зазначає, що роль ментальності в етносі полягає в орієнтації представників етносу на певну поведінку, цінності, світогляд і носить світоглядно-практичний характер [11, с. 64].

Останнє визначення привертає увагу, оскільки в ньому підкреслюється роль суб'єктивної складової менталітету – ментальності, тобто представленості особливостей менталітету на рівні свідомості/підсвідомості і поведінки окремої особи. Нам імпонує така точка зору, тим більше, що значна кількість авторів вживає ці поняття як тотожні.

Отже, менталітет у загальному вигляді можна уявити як цілісне утворення, що містить уявлення суспільної, групової та індивідуальної свідомості про світ, людину, природу, суспільство. Одночасно ментальність є сукупністю готовностей, установок та схильності людини сприймати, оцінювати та переживати світ певним чином. Природно, що менталітет впливає на самосвідомість особистості, надаючи їй певних векторів спрямованості та забарвлення. Якщо самосвідомість характеризує саму людини, то її ментальність формується на основі синтезу різноманітних сфер життєдіяльності. Такий синтез відбувається як на рівні свідомості, так і підсвідомості. Тому менталітет і ментальність слід вважати досить консервативними утвореннями, оскільки підсвідомі їх компоненти мало піддатні змінам.

Менталітет стає визначальним чинником ресурсів політико-правової свідомості спільноти. На основі першоджерел [103; 132; 187; 277] ми сформулювали наступне визначення поняття *«український менталітет»* – це характер та лад мислення українців (незалежно від територіальної приналежності), що відтворюється на рівні свідомості та базується на структурних елементах площини підсвідомого. Менталітет є самостійною ознакою нації, що бере витoki в культурній спадщині, міфології, релігії та інші сферах життєдіяльності відповідної спільноти.

Наявність спільного менталітету підтримується певними об'єктивними обставинами, а саме:

- об'єднане відповідними соціальними інститутами інтелектуальне та духовне життя країни;
- спільне специфічне інформаційно-енергетичне поле;
- подібний рівень життєдіяльності соціальної системи;
- єдине природне і культурне середовище.

Ми погоджуємося з дослідниками [167; 226 та ін.], які вказують, що менталітет є надзвичайно важливою та динамічною складовою історичної культурної спадщини народу. Для українців – це схильність до чуттєвості, емоційності, емпатія, мрійливість, романтичність. Звичайно, такі властивості притаманні будь-якому етносу. На нашу думку, від інших народів наш відрізняється більшою ірраціональністю проявів зазначеного, зумовлюючи *інтуїтивне сприйняття й оцінювання сутності соціальних процесів*. У контексті політико-правової свідомості це зумовлює вищий рівень їх піддатності маніпулятивному впливу (наприклад, заради завоювання прихильності електорату пов'язуючи рівень соціально-економічного добробуту в країні з отриманням безвізового режиму).

Проаналізувавши наукові публікації [233; 258 та ін.], можемо стверджувати, що вітчизняний менталітет міцно ґрунтується на стародавньому способі життєдіяльності українців, тобто особливостях праці, традицій, культури, духовності народу, які плекав відповідний спосіб життя: переважно степовий та лісостеповий ландшафти, помірний природний клімат, підпорядкування сільськогосподарському календарю. Все це сприяло формуванню національного характеру, в якому провідними рисами стали працьовитість, відсутність агресивності, індивідуалізм та пасивність у широкому соціуму [39, с. 146]. Відповідно, приязне сприйняття життя та зосередженість на власному господарстві і власних справах спричиняє відсутність зацікавленості в громадських справах і громадянському житті країни.

Таке твердження начебто спростовується подіями 2004 р. та 2013-2014 рр., які ознаменувалися безпрецедентною політико-правовою

активністю українського народу. Поточне покоління було учасниками і свідками громадянсько-політичних протестів, ініційованих різними політичними силами, які обіцяли, що їх підтримка призведе до значущих соціально-економічних перетворень.

Проте ми не маємо підстав вважати, що по закінченню активної фази таких подій (приходу до влади певної політичної сили) їх учасники продовжили громадянську ненасильницьку боротьбу щодо захисту прав своєї спільноти. Лише одиниці створювали громадські об'єднання й намагалися впливати на дотримання політиками своїх обіцянок. Проте такі ініціативи швидко згасали, а політичні обіцянки залишалися неконтрольованими громадськістю на предмет реалізації й невиконаними.

Тому сучасний український менталітет характеризується як великим громадянським потенціалом, так і пасивністю щодо його реалізації у повсякденному житті. Також маємо зазначити, що особливості історичного розвитку нашої країни засвідчують наявність трансформації менталітету українців. Як і стосовно інших народів, це детермінується цивілізаційними хвилями, зокрема, взаємовпливом західної, європейської та східної культур [62; 84 та ін.]. На побутовому рівні зазначене представлене масовими міграціями з депресивних до економічно розвинених країн (наприклад, трудовою міграцією українців), а також все зростаючою популярністю міжетнічних шлюбів. У духовній сфері, тобто на ментальному рівні такий взаємовплив має як очевидні позитивні сторони (розширення меж світоглядних орієнтирів), так і дозволяє вигідно для влади пояснювати причини наявних соціальних негараздів («мігранти винуваті»); більше того, він слугує своєрідним виправданням згаданої вище громадянської пасивності.

Певною мірою така пасивність та схильність обвинувавувати «інших» історично зумовлена. Нині Україна – молода незалежна держава, різні частини території якої в історичній ретроспективі мали іноземних володарів (Речі Посполитої, Великого Князівства Литовського, Королівства Румунія).

Відповідно, мимовільно зникав сенс боротьби з соціально-негативними явищами, розвивалася терплячість, висока здатність пристосовуватися та уникнути особистої відповідальності за якість громадського життя. Проте суспільно-політичні події останніх років з їх неоднозначним трактуванням та бурхливою динамікою сприяли, на наш погляд, зміцненню та розвитку почуття національної єдності українців.

На сьогодні ми можемо говорити про Україну як про державу з своєрідним розвитком й новітньою історією порівняно з колишніми республіками СРСР. Для порівняння менталітету сучасної України з основними рисами радянського менталітету наведемо узагальнення відповідних наукових публікацій (див. табл. 1.3.1).

Як бачимо, наявні значні відмінності між радянським і сучасним українським менталітетом, що засвідчує розвиток політико-правової свідомості громадян. Відповідно, менталітет українських виборців перебуває у динаміці під впливом двох потужних механізмів:

- класична політико-правова культура (масова, елітарна);
- об'єктивні події історичного проміжку часу, що відображають як досягнення суспільного розвитку, так і його перспективи.

Таблиця 1.3.1

Порівняння українського та радянського менталітету

Український менталітет	Радянський менталітет
перші кроки створення громадянського суспільства та почуття особистої відповідальності за нього	патерналізм, звідси – невтручання в суспільні та політичні процеси через монополію правлячої партії
амбіційність та прагнення кар'єрного зростання через велику конкуренцію на ринку праці	працьовитість та дисциплінованість у виробничому процесі

пошук комфортних умов проживання та праці, прагнення здобути їх у власній або іншій країні	відсутність ініціативи у відносинах, що виходять за межі офіційно дозволених державою (наприклад, створення власного бізнесу)
впровадження інноваційних соціальних, політичних та інформаційних технологій	консерватизм в реформуванні соціуму

Науковці [216; 269 та ін.] вказують, що специфіка реалізації влади полягає у практичному відображенні її фактичною системою політичних цінностей. У такому контексті політико-правова свідомість виборців є уявленнями щодо сукупності відносин, пов'язаних із розумінням громадянином своєї ролі в житті країни, своїх можливостей впливу на її теперішнє та майбутнє. Насамперед, це передбачає вплив на емоційну сферу виборців задля формування певної системи політико-правових ідеалів, з опорою на етнічний потенціал, національні традиції і звичаї.

На підтвердження цієї позиції зазначимо, що в науковій літературі в якості невід'ємної риси українського менталітету визначається емоційно-естетична домінанта, що спричиняє зменшення впливу раціонально-вольового компоненту психіки. Такий стан речей має як позитивні, так і негативні сторони: з одного боку, емоційність українця є механізмом адаптації до середовища, в якому він живе; з іншого – він погано сприймає абстрактні положення і принципи (в тому числі правові), оскільки має емоційне мислення та оперує переважно не поняттями, а образами [57, с. 246]. Можливо, саме тому український електорат впродовж досить тривалого часу залишається сприйнятливим до політичних маніпуляцій на кшталт «розтоптати ворога» чи «обрати рятівника народу».

Ще одна відмітна риса українського менталітету – індивідуалізм. В контексті політико-правової свідомості тут йдеться не стільки про прагнення особистості бути окремим суб'єктом, скільки про протиставлення себе

суспільству («моя хата з краю»). Зазначене зумовлює тенденції безструктурності соціуму і безпосередньо пов'язане зі становленням державності: такий тип світоглядної орієнтації засадничо не налаштований на співпрацю з іншими, на взаємодію з будь-ким, отже, на єдність у політичному житті [54, с. 76].

За таких умов лише найближче оточення сприймається як «Ми», всі інші – «Вони», тобто потенційно ворожі. «Чужих» можна використовувати, маніпулювати ними, але довіряти їм не варто. Тому українська модель побудови державності може бути визначена як непотична, фаворитична [52, с. 103-106; 280, с. 275-284]: родич, друг, знайомий одержить посаду з більшою ймовірністю, ніж «чужий».

Вважаємо, що саме проблема українського індивідуалізму найтіснішим чином пов'язана з подальшими демократичними перетвореннями і політичною долею України загалом. Так, сьогодні в країні зареєстровано понад 100 партій; деякі з них з часом безслідно зникають, щоб перед черговими виборами «відродитися» під новою назвою, інші – «народжуються», позиціонуючи свою унікальність. Цілком нормальною практикою стало виникнення партії не для здійснення конкретної роботи та поширення певної ідеології, а «під лідера». Вибори перетворюються в змагання між такими лідерами, в демонстрацію їх чеснот та вад і слабкостей «інших».

Між тим, реальним орієнтиром українського державотворення повинна бути єдність «Я» та «Ми», гармонійне поєднання приватних та публічних інтересів. Якщо в організаціях громадянського суспільства починають домінувати приватні інтереси, вони трансформуються в кланові, відповідно – не здатні до демократичних перетворень.

Сьогодні вже очевидно, що політико-правова свідомість виборців у контексті українського менталітету характеризується пробудженням політичної активності народу, що прийшла на зміну пасивному ставленню до

суспільно-політичних подій. Наскільки прогресивними чи маніпулятивно спрямованими певними політичними діями є ці кроки – покаже майбутнє.

Суспільно-політична активність українців безпосередньо пов'язана з усвідомленням ними своїх громадянських інтересів та можливостей впливати на політичні сили. У свою чергу, політикум нового часу поставлений перед фактом, що лише за умов реалізації запитів та потреб суспільства він може існувати. Інше питання, що за допомогою політичних технологій інколи штучно створюються та популяризуються такі запити. Проте сам факт необхідності рахуватися з інтересами громадян вигідно відрізняє поточну історичну епоху від часів тоталітаризму.

На нашу думку, повноцінне функціонування політичних партій можливе лише за умови, якщо їх ідеологічні положення та практичні дії будуть відповідати інтересам певних верств населення та/або соціальних груп. Наступним кроком є розуміння і врахування ментального базису своїх виборців та формування політико-правового менталітету. Саме така послідовність забезпечує високу лояльність електорату щодо політичних сил, які далеко не завжди виконують передвиборчі обіцянки, проте користуються практично ірраціональною вірою в свої, нібито вельми корисні для суспільства наміри.

Такий стан речей стає можливим, оскільки політико-правовий менталітет – це сукупність сталих, популярних у тій або іншій соціальній спільності чи групі світобачень, що відображають особливе сприйняття поточної суспільно-політичної ситуації в країні [50, с. 62]. Політико-правовий менталітет – один із основних соціально-психологічних чинників, детермінуючих активність народу в процесі державотворення.

Спостерігаючи поточні події в країні та звертаючись до наукових першоджерел, можемо виділити наступні *ознаки політико-правової свідомості* через призму українського менталітету:

- зосередженість, скоріше, на мікро-, ніж на макро- проблемах, тобто першочергове прагнення до особистісно-індивідуальних здобутків і благ, а не до демократичних перетворень у державі;

- висока емоційність сприйняття дійсності (сентиментальність, чутливість, емпатія тощо);

- переважання моральних оцінок над правовими;

- пріоритет особистісної свободи як прояв індивідуалізму;

- прагнення витіснити почуття меншовартості, притаманне громадянській свідомості українців.

Остання ознака становить собою динамічний процес витіснення архаїзму, все ще присутнього в суспільній думці, проте такого, що втрачає чинність: сучасне покоління має унікальну можливість не просто спостерігати, але й брати активну участь в становленні України як демократичного політико-правового суспільства. На наших очах відбувається зміна певних ментальних особливостей українців, що є вельми позитивним фактом не лише для забезпечення психологічного комфорту громадян, але й для профілактики міжнаціональних конфліктів. Як засвідчує історія, досить часто збройні конфлікти розпочиналися на тлі підбурювання суспільства до одержання реваншу щодо нанесеної реальної чи уявної шкоди з боку іншої держави.

Незважаючи на роки незалежності та обраний власний шлях, на сьогодні відрив України від радянського середовища на ментальному рівні ще завершився, проте все більше громадян набувають проєвропейської орієнтованості. Сучасники вже не відчують колишнього братерства, єдності та майже родинних відносин, що були характерні для радянських республік. Більше того, триваюча неоголошена війна спричиняє появу почуття неприязні між українським та російським народами. А це, у свою чергу, підкреслює актуальність саме проєвропейської ментальної спрямованості України.

Для перевірки цього положення нами проведено експрес-опитування стосовно бачення сучасною молоддю майбутнього України. Відповідь на це запитання, на нашу думку, дозволяє окреслити державну орієнтованість українського суспільства, краще розуміти потреби сучасних та майбутніх виборців з їх новим менталітетом, більш ефективно впливати на їх політико-правову свідомість. В опитуванні впродовж 2018-2019 навч. року брали участь 92 магістри (вік респондентів – 21-30 років), які навчаються за спеціальністю «Правоохоронна діяльність» у Національній академії внутрішніх справ (м. Київ).

Обрання респондентами саме майбутніх юристів було обумовлено тим, що від їх професійної діяльності залежать стан правовідносин, суспільна правосвідомість загалом. Запропоновані запитання розраховані на довільні висловлювання респондентів, які б засвідчували їх розуміння та ставлення щодо наступних позицій:

- чи доцільно, на Ваш погляд, продовжувати практику інтеграції в європейське середовище для України? Чому?

- чи доцільно, на Ваш погляд, інтегруватися на схід та зміцнювати міждержавні відносини України з колишніми республіками СРСР, зокрема, з Росією? Чому?

В результаті проведеного опитування встановлено, що переважна більшість респондентів прагнуть євроінтеграції для нашої країни та доволі негативно ставляться до ідеї зближення з Росією (див. табл. 1.3.2).

Окрім цього, у бесідах з респондентами вони висловлювали й інші думки, цікаві у контексті дослідження психологічних детермінант політико-правової свідомості виборців. В узагальненому вигляді вони виглядають наступним чином.

Таблиця 1.3.2

Бачення молоддю майбутнього України

Вектори розвитку України	Кількість опитаних	Пояснення
Проевропейський	87,0% (80 осіб)	здобути гідний рівень життя, притаманний розвинутим європейським країнам
Проросійський	13,0% (12 осіб)	зберегти модель відносин, характерних за часів СРСР через те, що вона мала багато переваг: гарантовані робочі місця, безкоштовна медицина та освіта, тощо

1. Більшість опитаних (68,1%) вважає, що держава має краще опікуватися проблемами своїх громадян й забезпечувати їм гідний, а не мінімальний рівень існування, особливо коли йдеться про дітей або літніх людей. Емоційне забарвлення, з яким обговорювалося це питання, вказує на те, що:

- вони не відчували належної державної підтримки в дитинстві й побоюються через це мати власних дітей, наражаючи їх на соціальні негаразди;

- їх турбує наявний стан пенсійного забезпечення та перспективи мати такий же у похилому віці.

2. Опитані оцінюють стан дотримання основних прав і свобод громадян в Україні як недостатній (71,8%), проте не бачать реальних шляхів змінити таке становище. Хоча приблизно третина з них вважає, що домагатися позитивних змін в суспільстві можливо за рахунок власної конструктивної праці.

3. Серед гострих недоліків українського суспільно-політичного простору опитані вказують на відсутність для громадян дієвих фактичних

механізмів впливати на рішення, які ухвалює влада (63,5%). Це спричиняє відсутність мотивації до участі в політичному житті країни та небажання з повагою ставитися з повагою до дотримання норм чинного законодавства.

4. На сьогодні єдина можливість якимось чином впливати на майбутнє України – голосування на виборах. Проте лише 31,8% опитаних вважають, що їх голоси здатні щось змінити; 38,5% – що таке голосування не має сенсу через застосування адмінресурсу та фальсифікації.

Парадоксально, але досить високі показники зневіри не впливають на віру в позитивні зміни, відповідно, надії на демократичний й більш комфортний для існування державоустрій України. Ймовірно, тут має значення вік респондентів («все ще попереду»), особливості їх життєвого досвіду (достатньо високий соціальний статус магістра) та ще одна особливість ментальності українців – *інтровертивність* вищих психічних функцій у сприйнятті навколишньої дійсності та концентрація на особистісно-індивідуальних проблемах.

Безумовно, що інтровертивність сприяє розвитку рефлексивності, поміркованості, врівноваженості особистості; інтроверти меншою мірою залежать від впливів оточуючого середовища. У сфері соціальних відносин інтровертивність поєднується з гнучким соціальним інтелектом. За К. Г. Юнгом, інтроверсія – кумулятивний і самозберігаючий психотип. Але якщо вона формується під впливом стресогенних чинників, то йдеться вже про реакцію закритості і вибірковості: у стандартних ситуаціях домінує установка на адаптацію і толерантність, у проблемних – на ізоляцію, витіснення неприємних переживань [57, с. 236-244].

Отримані відповіді загалом вписуються в результати інших досліджень [62; 269] і підтверджують висловлене нами раніше положення, що сучасний український менталітет, в тому числі його політико-правова складова, перебуває у стані відчутних змін. Перш за все, це пов'язане з бурхливими соціальними та політичними змінами реалій життя України останніх років.

Відповідно, формування політико-правової свідомості виборців передбачає модернізацію застарілих моделей сприйняття ними свого місця як громадян в суспільстві. На нашу думку, це можливе за рахунок низки умов, а саме:

- критичне переосмислення національних традицій (громадянської пасивності, принципу «моя хата з краю»);
- підтримка інновацій на всіх рівнях соціально-політичного життя;
- позбавлення комплексу вторинності і меншовартості українців як нації;
- виникнення нових конструктивних соціально-політичних традицій.

Як ми зазначали раніше, формування політико-правової свідомості бажано розпочинати якомога раніше, разом із іншими складовими громадянської свідомості. Цілеспрямована робота допоможе здолати небажані ментальні явища, присутні в етнопсихологічному контурі нашої держави, зокрема, деформації політико-правової культури та упереджене сприйняття політикуму пересічними виборцями.

Відповідно, політико-правову свідомість виборців у контексті українського менталітету можна охарактеризувати як суперечливу, таку, що має різні й, навіть протилежні якості: героїзм і пасивність, відвага та обережність, прагнення суспільно-політичних змін та небажання докладати власних зусиль для їх здобуття цього.

Також зазначимо, що окрім вже названих, серед проблем нашого часу в діяльності суб'єктів політичних та громадських інституцій чільне місце посідають психологічні чинники. Наприклад, за нашим спостереженням, будь-яка політична сила може розраховувати на прихильність виборців, якщо пообіцяє вирішити нагальні соціальні проблеми (припинити військові дії, підняти рівень життя простих громадян, знизити ціни на продукти споживання). Саме тому програми різних за своєю ідеологічною спрямованістю політичних партій «схожі як рідні сестри», що зменшує

впливовість раціональних чинників політичного вибору та сприяє зростанню рівня ірраціональності цього процесу.

З іншого боку, політичні сили, вміло використовуючи характеристики українського менталітету, мають можливість організувати політичне життя в країні таким чином, щоб підтримувати баланс між:

- ментально-психологічними особливостями української політико-правової свідомості виборців та їх прагненням до особистісної самореалізації;
- рівнем домагань народу та динамікою суспільних змін, розбудовою різноманітних соціальних інститутів.

Все це, у свою чергу, відіграє ключову роль у функціонуванні та, основне, зміні політичної влади. Цю думку підтверджують як психолого-правові дослідження науковців, так і новітні події української історії (2004 р., 2013-2014 рр.). Управління перебігом подій у суспільно-політичному житті (створення резонансних подій, їх моделювання, висвітлення в медіа під певним кутом зору) дозволяє трансформувати, хоча й вельми поступово, ментальні особливості українського народу.

З цього випливає, що в перспективі, через: 1) створення суспільного резонансу, 2) вплив на суспільну свідомість, 3) зміну ментальних особливостей народу – можливо прискорювати процеси демократизації політичного життя України. Це з невідворотністю спричинить формування й нової фігури громадянина-виборця, яку ми пропонуємо характеризувати наступним чином: особа, яка є свідомим носієм громадянських прав і свобод та відповідає перед суспільством як за свої вчинки, так і за бездіяльність у важливих для держави ситуаціях.

На основі вищезазначеного можемо запропонувати перелік особливостей суспільного ладу в країні, за яких політико-правова свідомість виборців найбільш ефективно зможе реалізовувати свій потенціал у контексті українського менталітету (див. табл. 1.3.3).

Таблиця 1.3.3

**Особливості ефективної реалізації політико-правової свідомості у
контексті українського менталітету**

Суспільно-політичні інститути	Функції	Результати
сформоване громадянське суспільство	динамічний розвиток й відкрита взаємодія (реалізація потреб та інтересів) всіх соціальних суб'єктів	розквіт конструктивних форм суспільної та індивідуальної діяльності
система децентралізації державної влади (розвинута структура практики реалізації поточних суспільних потреб на місцях)	швидке реагування на потреби різних прошарків суспільства та окремих громадян	особистісна самореалізація, зростання культурного рівня, подолання дискримінації за будь-якими ознаками
громадські організації з фактичними механізмами впливу щодо захисту прав громадян	профілактика та нівелювання будь-яких законодавчих чи громадських ініціатив, що обмежують права та інтереси громадян	практичні можливості для громадян впливати на політичні та суспільні процеси й втілення відповідних рішень в життя

Таким чином, менталітет – емоційно-мисленнєвий і поведінковий, тобто достатньо усвідомлюваний феномен; стиль мислення і поведінки, властивий певному етносу. У загальному вигляді менталітет можна уявити як цілісне утворення, що містить уявлення суспільної та групової свідомості про світ, людину, природу, суспільство, а також сукупність готовностей, установок та схильності людини сприймати, оцінювати та переживати світ

певним чином. Ментальність – суб’єктивна складова менталітету, що представлена особливостями менталітету на рівні свідомості/підсвідомості та поведінки окремої особи.

Український менталітет – стиль мислення та поведінки українців (незалежно від територіальної приналежності), що відтворюється на рівні свідомості та базується на структурних елементах площини підсвідомого. Він є самостійною ознакою нації, що бере витoki в культурній спадщині, міфології, релігії та інші сферах життєдіяльності спільноти. Його основні властивості: працьовитість, відсутність агресивності, індивідуалізм та пасивність у широкому соціумі. Від інших народів українці відрізняються більшою ірраціональністю поведінкових проявів, що зумовлене інтуїтивним сприйняттям і оцінюванням сутності соціальних процесів. У контексті політико-правової свідомості це спричиняє вищий рівень їх піддатності маніпулятивному впливу. Невід’ємною рисою українського менталітету є емоційно-естетична домінанта, що спричиняє зменшення впливу раціонально-вольового компоненту психіки.

Трансформації менталітету українців визначаються особливостями історичного розвитку нашої країни. Як і стосовно інших народів, це детермінується цивілізаційними хвилями, зокрема, взаємовпливом західної, європейської та східної культур, що на побутовому рівні представлене масовими міграціями з депресивних до економічно розвинених країн, а також все зростаючою популярністю міжетнічних шлюбів. Суспільно-політичні події останніх років з їх неоднозначним трактуванням та бурхливою динамікою сприяють зміцненню та розвитку почуття національної єдності українців.

Висновки до розділу 1

1. Суспільна свідомість онтогенетично первинна відносно індивідуальної, вона детермінує прояви найбільш глибинних якостей особи і особливостей її соціальної поведінки, містить певні норми, правила і

традиції конкретного суспільства, що засвоюються на рівні індивідуальної свідомості. Інтерпретація суспільного життя трансформується в ідеологію, причому особа стосовно суспільної свідомості виступає як об'єкт впливу. Але при цьому індивідуальна свідомість – динамічна і пластична, тому ідеї окремих пасіонарних осіб можуть легко сприйматися масами, наносячи відчутну шкоду пануючій ідеологічній сфері.

2. Суспільна правосвідомість відображає рівень поваги до законодавчої системи з боку громади, зокрема: дотримання чи недотримання більшістю громадян нормативно-правових засад життєдіяльності соціуму; суб'єктивного ставлення окремих осіб та соціальних груп до об'єктивних, затверджених в нормативно-правових актах правил поведінки; правового позиціювання через демонстрацію сприйняття, усвідомлення, інтерпретації юрисдикційних відносин та їх ролі у регуляції правової поведінки.

3. Формування політико-правової свідомості виборців як психічного новоутворення можливе лише за безпосередньої участі суспільної свідомості, більше того, вибір ефективних методів потребує врахування її особливостей в конкретний історичний період. Стан політико-правової свідомості є ланкою, що поєднує індивідуальну свідомість як процес відображення і усвідомлення дійсності та практичну діяльність людей у сфері дії прав. Він визначається наявністю у свідомості особи певних установок та стереотипів стосовно сприйняття правової інформації та ставлення цієї особи до політико-правових явищ: права в цілому, конкретних правових приписів, законотворчої та правоохоронної діяльності, тощо.

4. Загальними детермінантами формування політико-правової свідомості виборців є цінності, що відображають інтереси суспільства: науково-світоглядні (гуманізація внутрішньодержавних та міжнародних відносин, нейтралізація проявів агресивності як на побутовому і соціальному рівнях, так і стосовно світових політичних стосунків); національні (патріотизм, високий рівень політичної і правової свідомості, громадянська активність і громадянська відповідальність); духовно-моральні (повага до

прав людини на всіх рівнях, толерантність до будь-яких відмінностей членів суспільства); морально-етичні (висока побутова культура взаємовідносин, взаємодопомога); світоглядно-психологічні (здатність до взаєморозуміння і саморозуміння, контрольованих емоційних і поведінкових проявів).

5. Важливою детермінантою формування політико-правової свідомості виборців слід вважати реалізацію державою суспільних та національних інтересів. Дієвий соціальний захист, що може надати держава, сприяє гармонійній взаємодії громадянина і суспільства. Зазначене забезпечує мотивацію соціальної активності особи в суспільній сфері. Політико-правова свідомість, як інтегративна форма відображення дійсності, реалізується саме через усвідомлення особою свого місця як громадянина та члена суспільства на перетині перелічених вище цінностей.

6. Основними ознаками політико-правової свідомості українців слід вважати: першочергове прагнення до особистісно-індивідуальних здобутків і благ, а не до демократичних перетворень у державі; висока емоційність сприйняття дійсності (сентиментальність, чутливість, емпатія тощо); переважання моральних оцінок над правовими; пріоритет особистісної свободи як прояв індивідуалізму; інтровертивність вищих психічних функцій у сприйнятті навколишньої дійсності та концентрація на особистісно-індивідуальних проблемах.

РОЗДІЛ 2.

ЮРИДИКО-ПСИХОЛОГІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА МЕХАНІЗМІВ ВПЛИВУ НА ПОЛІТИКО-ПРАВОВУ СВІДОМІСТЬ ВИБОРЦІВ

В умовах складного становлення України з її радянським минулим та суперечливим сучасним, демократизація і гуманізації всіх сфер суспільно-політичного життя є вкрай актуальним питанням. Одним із шляхів його вирішення є підвищення ефективності формування та розвитку політико-правової свідомості українців. Разом із провідними науковцями вважаємо [129, с. 94; 51, с. 38; 276, с. 111], що саме вона містить значний потенціал для подолання наявних політичних, економічних, екологічних та демографічних негараздів.

Відповідно, проблема формування високого рівня політико-правової свідомості українців як народу та виборців є важливим предметом наукового аналізу. Раніше ми вже вказували на чинники, які обтяжують вирішення цього питання. Зокрема, це психологічно тяжка історична спадщина бути підкореним народом багато сторіч, з одного боку, та неналагодженість психолого-соціальних механізмів формування громадянської свідомості на прогресивних європейських ідеалах – з іншого.

Між тим, попри зовнішні та внутрішні протиріччя, доцільно орієнтуватися на демократію як на вирішальний ціннісний вектор становлення провідних високорозвинених держав світу. Ми підтримуємо позицію щодо того, що саме наявність сформованого та функціонального громадянського суспільства й визначає рівень політичного, соціального та економічного розвитку держави в цілому [44, с. 67; 249, с. 72].

2.1. Політико-правова свідомість як психодіагностична проблема

Справжня (на відміну від формальної або ілюзорної) громадянська свідомість суспільства та окремої особистості виявляється не стільки проголошенням ідеологічних догматів, скільки фактичними реальними діями відповідно до ідеологічного спрямування. Проте вважаємо, що й володіння понятійним апаратом сучасного суспільно-політичного життя є необхідним для самостійно мислячої та критично налаштованої особи-громадянина.

Акцент на активності особи як громадянина важливий ще й тому, що в сучасному світі зростає кількість осіб, які не цікавляться політико-суспільним життям країни, переймаються лише особистою матеріальною вигодою та байдужі до проблем держави в цілому [215, с. 61; 259, с. 113].

Разом із тим, ЗМІ регулярно повідомляють про наявність та розповсюдженість так званих «антиукраїнських поглядів» як серед людей старшого віку, так і серед інших прошарків населення. Це доволі сумнівні побоювання. Ще більше неоднозначними є, нібито, «антиукраїнське» трактування поточних політичних кроків чинного правлячого кабінету, наприклад, зібрання масштабних мітингів у столиці України та протестних акцій під будівлями Верховної Ради в жовтні 2019 р. як реакція на дотримання державою «формули Штайнмайєра» [237].

Першоджерела вказують [245], що «формула Штайнмайєра» – це метод імплементації Комплексу заходів щодо виконання Мінського протоколу, запропонований німецьким політиком Франком-Вальтером Штайнмайєром у контексті врегулювання війни на сході України через надання окремим територіям Донбасу:

- 1) тимчасового особливого статусу;
- 2) проведення там виборів;
- 3) за підсумками виборів, надання постійного особливого статусу.

Основна мета «формули» полягає у припиненні збройного конфлікту на Донбасі та розведенні військ. Між тим, починаючи з 1.10.2019 р. після

оприлюднення формули сучасники на власні очі мали можливість спостерігати мітинги за участю тисяч людей, які вийшли на вулиці міст України з протестом проти політичних рішень Президента України В. Зеленського та його команди.

У зв'язку з цим, 06.10.2019 р. ми провели нестандартизоване опитування серед мітингувальників на Майдані Незалежності в Києві, яке показало, що переважна кількість респондентів або не знають, або не розуміють, у чому сутність тієї самої «формули Штайнмайєра», проти введення якої вони прийшли протестувати. Ми опитали 57 осіб віком 19-51 роки, свій соціальний статус вони представили наступним чином:

- 31,6% (18 осіб) – студенти навчальних закладів України;
- 17,5% (10 осіб) – представники робітничих спеціальностей;
- 17,1% – офісні працівники;
- 17,5% (10 осіб) – особи, які відмовилися назвати свій рід занять;
- 14,0% (8 осіб) – тимчасово безробітні.

Враховуючи доволі екстремальні умови проведення опитування (під час та всередині мітингу на столичному Майдані Незалежності), ми спробували з'ясувати відповіді на наступні запитання:

- що таке «формула Штайнмайєра», у чому полягають її основні постулати, які наслідки для України її прийняття?

- у чому вони Ви вбачаєте загрозу для України у разі розвитку подій згідно цієї формули?

- яку альтернативу вирішення конфлікту на Донбасі Ви можете запропонувати?

Отримані результати, на наш погляд, свідчать про значний вплив так званої «інформаційної війни», потерпілими від якої є самі мітингувальники. Наголошуємо на цьому через те, що, намагаючись вчинити гідно та відстояти права українців, вони не мають достатнього раціонального уявлення, що саме прийшли у той день виборювати. Респонденти лише проголошували лозунги

про незгоду з капітуляцією нашої країни перед Російською Федерацією, хоча «формула Штайнмайєра» не передбачає подібного.

Між тим, опитані особи впевнено демонстрували не лише переконання та ідеї, якими наповнена їх громадянська свідомість, але й тверду впевненість, що захищають демократичні цінності своєю присутністю на мітингу. Ми узагальнили відповіді та обрали найбільш популярні з них, які відображають поточний стан політико-правової культури пересічних українців та їх громадянську позицію (див. табл. 2.1.1).

Таблиця 2.1.1

Узагальнені результати опитування

Питання	Відповіді		
	Не знаю або не маю чіткої відповіді	Інші варіанти	
Що таке «формула Штайнмайєра»?	20 осіб, 35,1%	Капітуляція України на користь РФ 28 осіб, 49,1%	Капітуляція України на користь сепаратистам 9 осіб, 15,8%
У чому загроза прийняття формули для України?	10 осіб, 17,6%	Втрата незалежності Україною 21 особа, 36,8%	Зменшення території України 26 осіб, 45,6%
Яке альтернативне вирішення конфлікту на Донбасі?	13 осіб, 22,9%	Звернення до міжнародної спільноти про допомогу 10 осіб, 17,5%	Офіційне оголошення війни та спрямування на Донбас всіх збройних сил України 34 особи, 59,6%

Незважаючи на доволі помітний відсоток відповідей «Не знаю або не маю чіткої відповіді», сама присутність цих осіб на мітингу вказує на

наявність живого інтересу та активності українців щодо суспільно-політичних подій у країні. При цьому значна їх кількість не володіє знаннями щодо перебігу цих процесів і, навіть, їх основними поняттями (обидва варіанти відповідей про капітуляцію та міркування, як саме можна вирішити складну ситуацію на Донбасі).

Вважаємо вельми позитивним сам факт спроб участі громадян у суспільно-політичних процесах держави. Він свідчить про достатньо високий потенціал політико-правової свідомості народу, але цей потенціал доцільно скеровувати та розвивати на державному рівні. Отже, політичні лідери мають плідне поле для формування та/або спрямування політико-правової свідомості виборців за рахунок бажання народу відстоювати свою громадянські права.

Відповідно, для профілактики маніпуляцій суспільною свідомістю важливим є *налагодження системи інформування громадян щодо подій суспільно-політичного життя в країні*. Ми маємо на увазі, насамперед, своєчасне та неупереджене висвітлення у ЗМІ та соціальних мережах знакових для держави подій, з ретельним описом того, що вони означають та їх можливих наслідків. Таке висвітлення новин має відрізнятися від відверто протокольних трансляцій засідань Верховної Ради або офіційних виступів керівників різного рівня: для привернення уваги до політичного життя країни суспільно-політичні новини мають подаватися цікаво, ілюстровано та з поясненнями, які не залишали б непорозумінь.

У зв'язку з цим, видається вельми доречним налагодити роботу *інформаційного урядового медіа-каналу ЗМІ*, який би цілодобово, з періодичними повторами, висвітлював:

- актуальний суспільно-політичний стан в Україні, активність масових рухів і протестів, якщо вони мають місце, вимоги мітингувальників та ступінь їх обґрунтованості;
- інформацію щодо майбутнього країни, урядові плани, важливі кроки й досягнення;

- роз'яснення щодо спроб (якщо вони матимуть місце) дестабілізації існуючого державоустрою;
- інформацію, які дії громадян в контексті участі в суспільно-політичному житті порушують законодавство України.

Така медіа-інформаційна підтримка кроків парламенту і уряду стала б якісно відмінною від традицій замовчування та приховування проблем, що їх країна отримала в спадок. Тому вона містить потенціал для формування суспільства обізнаних у поточній політичній ситуації громадян, які готові протистояти інформаційній війні та маніпулюванню їх політико-правовою свідомістю.

Можемо констатувати, що проблема медіа-грамотності українців у теперішній час є однією з найбільш актуальних. Проведене нами дослідження (Див. Додаток Б) дозволяє зробити наступні висновки⁴.

1. Громадяни найчастіше отримують інформацію про події в Україні та світі з: українського телебачення (73,3%), українських інтернет-ЗМІ (25,7%) та соціальних мереж (24,0%). Іншими джерелами є родичі, сусіди, друзі, колеги по роботі, знайомі (12,2%), загальнонаціональні газети (5,8%) та загальнонаціональне радіо (5,2%). Незначним слід вважати вплив російського телебачення (4,9%), регіонального телебачення (4,8%) та регіональний інтернет-ЗМІ (3,9%).

При цьому лише приблизно половина респондентів довіряють першим за популярністю джерелам – українському телебаченню (42,6%), українським

⁴ Дослідження реалізоване нами у складі дослідницької групи Seetarget у термін з 1 по 10 березня 2019 року. Вибірка репрезентативна для дорослого населення, яке постійно проживає на території України, не проходить військову службу і не перебуває у в'язницях або медичних закладах (лікарнях, медичних інтернатах). До вибірки не включалися території, які тимчасово не контролюються владою (АР Крим, окремі райони Донецької і Луганської областей).

Вибірка – стратифікована, чотирьох-ступенева, випадкова на кожному ступені. Спочатку населення України було стратифіковане за регіонами (24 області та м. Київ), далі населення кожного регіону додатково стратифікувалося на міське (міста і селища міського типу) і сільське (за винятком м. Києва). У цілому населення України було поділене на 49 страт. Опитування проводилося методом особистих інтерв'ю з використанням планшетів в домогосподарствах проживання респондентів.

Унаслідок реалізації випадкової на всіх етапах вибірки у фінальному масиві даних дещо перепредставлені жінки і особи старшого віку. Для відновлення правильних пропорцій були побудовані спеціальні статистичні «ваги». Статистична похибка для вибірки 4002 респонденти (з імовірністю 0,95 і за дизайн-ефекту 1,5) не перевищує 1,6%.

інтернет-ЗМІ (15,4%) та соціальним мережам (14,1%). Приблизно така ж ситуація з родичами, сусідами, друзями, колегами по роботі, знайомими (7,1%), українським радіо (4,4%) та газетами (5,0%), регіональними інтернет-ЗМІ (3,7%), російським телебаченням (2,5%) та регіональним телебаченням (1,9%)

Відповідно, можемо стверджувати, що значна кількість громадян України перебувають у стані інформаційної невизначеності, що спричиняє зневіру до її джерел загалом. Наступним кроком мав би стати перехід до самостійного аналізу політико-правової ситуації в країні та світі, однак допоки цього не відбувається.

2. Підставою для попереднього висновку є той факт, що респонденти найчастіше звертаються до соціальних мереж, аби дізнатися про стан справ в Україні та світі: Facebook (73,3%), Instagram (34,2%), Вконтакті (16,0%), Однокласники (9,3%), Twitter (6,0%), Linkedin (2,1%). Приблизно десята частина опитаних (12,3%) не є регулярними користувачами такої інформації.

Не заперечуючи вагомість впливу соціальних мереж на інформаційний простір, зазначимо, що такі публікації відображають особисту думку авторів, але аж ніяк не цілеспрямовану державну політику щодо формування громадянської свідомості.

3. Лише половина опитаних (52,9%) впевнені у своїй здатності відрізнити правдиву інформацію від дезінформації та фейків, ще п'ята частина (21,9%) – вагаються з цього приводу. При цьому 76,0% респондентів заперечують важливість державних програм протистояння неправдивій інформації.

Отже, згідно з одержаними результатами (див. Додаток Б), медіа-грамотність українців безпосередньо пов'язана з їх довірою до джерел інформації⁵. Як вже зазначалося, основними джерелами тут є телебачення

⁵ Дослідження реалізоване нами у складі дослідницької групи Seetarget у період з 5 по 12 червня 2019 р. Вибірка – 2011 респондентів у віці від 18 років, що репрезентує населення України за статтю, віком, типом населеного пункту та регіоном проживання. Метод опитування – особисте формалізоване інтерв'ю (face-to-face); статистична похибка для вибірки не перевищує 2,2%.

(87,0%) та Інтернет (53,0%). При цьому думці експертів у ЗМІ довіряє лише 10,0% опитаних, довіряє у певних випадках – 35,0%, не довіряє – 42,0%; суспільно-політичній інформації в соціальних мережах довіряє 16,0%, довіряє у певних випадках – 37,0%, не довіряє – 32,0%, не користуються ними взагалі – 12,0%.

Поряд із цим, громадяни достатньо критично оцінюють⁶ свій досвід участі в громадській активності: цілком позитивно – 18%, неоднозначно – 34%, негативно – 26%, вкрай негативно – 9%. Лише 3% опитаних регулярно брали участь у заходах громади (зборах, слуханнях тощо); ще 14% – робили це час від часу; 34% – послалися на брак часу, майже половина (46%) – заявили, що їх це не цікавить (Див Додаток А).

Значною мірою громадянська пасивність проявляється й у фінансовому контексті: 21% респондентів за останні півроку робили благодійні внески до громадських або благодійних організацій, при цьому вони вважають, що такі організації мають фінансувати: бізнесмени (64%), держава (48%), зацікавлені громадяни (31%) і, навіть, іноземні громадяни (15%) та уряд інших країн (9%).

З врахуванням зазначеного, ми вирішили провести емпіричне вивчення розвитку політико-правової свідомості українців та визначити різноманітні аспекти її особливостей, враховуючи сучасні реалії та чинне законодавство. Дослідження складалося з двох послідовних частин:

- опитування студентів-правників;
- співставлення психологічних висновків щодо відповідей студентів з результатами інших актуальних соціологічних досліджень на схожу тематику.

⁶ Дослідження реалізоване нами у складі дослідницької групи Seetarget у період з 12 по 23 травня 2019 р. Вибірка – 1203 респонденти, що репрезентує доросле населення України за віком, статтю, областю та типом населеного пункту. Метод опитування – особисте формалізоване інтерв'ю (face-to-face); статистична похибка для вибірки не перевищує 2,9%

У першій частині емпіричного дослідження (див. Додаток В) було опитано 116 студентів 2-3 курсів Національної академії внутрішніх справ у м. Києві (вік 19-21 роки).

Обрання респондентами студентів було обумовлено тим, що:

1) саме студенти складали найбільшу чисельну групу серед учасників нещодавніх (відносно проведення дослідження) суспільно-політичних протестів, тобто, вони мають думки та переконання, які корелюють з прагненнями мітингувальників;

2) на формування політико-правової свідомості студентів можна впливати більш ефективно, ніж на менш гомогенні групи. До того ж, складні умови демократичних перетворень в Україні потребують становлення громадянина, який володів би певним переліком якостей гідного члена суспільства, зокрема:

- здатність не лише знати свої громадянські права, але й свідомо ставитися до виконання своїх суспільних обов'язків (наприклад, самостійно приймати рішення, за кого голосувати на виборах);

- брати на себе відповідальність за сфери суспільного життя, на які він здатен впливати (наприклад, звертатися до поліції у разі виявлення правопорушень або небезпеки не лише для себе, але й для оточуючих);

- брати активну участь у житті держави (наприклад, цікавитися та реагувати на резонансні події в суспільстві, докладати зусиль для конструктивного вирішення суспільних проблем, тощо).

Також ми сподівалися отримати дані, які дозволять виявити чинники впливу на респондентів як на виборців:

- отримати інформацію щодо стану сформованості політико-правової свідомості студентів;

- встановити проблемні моменти в організації роботи щодо формування політико-правової свідомості у закладах вищої освіти та запропонувати рекомендації щодо внесення відповідних корективів.

Опитувальники містили запитання, відповіді на які дозволяють скласти уявлення про рівень сформованості політико-правової свідомості респондентів. Інструктаж передбачав повідомлення про анонімність опитування та важливість щирих відповідей, а не демонстрацію «соціально бажаних».

Узагальнення одержаних результатів та порівняння їх з попередніми даними дозволяє зробити наступні висновки:

1) студенти менше орієнтовані на інформацію, що надається ЗМІ (24,1%), ніж громадяни загалом; вони віддають перевагу Інтернет-ресурсам (25,9%) та міжособистісному спілкуванню (32,8%). При цьому рівень їх недовіри до засобів масової інформації також вищий (не довіряю певною мірою – 38,8%, не довіряю повністю – 33,6%);

2) студенти досить критичні стосовно власної професійної компетентності. Так, лише п'ята їх частина вважає свої правові знання достатніми для захисту своїх прав; прагнення удосконалювати свої знання притаманне 44,1%, невизначену відповідь надали 25,8% опитаних;

3) студенти демонструють амбівалентність стосовно оцінки діяльності правоохоронних органів. Так, для захисту своїх прав третина з них (34,5%) звернулася б до поліції, але четверта частина (25,9%) – не має віри до жодної з перерахованих інституцій. При цьому рівень до віри до поліції значно вищий, ніж до суду (17,2%), прокуратури (15,5%) та органів виконавчої влади (12,9%) і перевищує аналогічний показник соціологічних опитувань. Ймовірно, це обумовлене корпоративними симпатіями респондентів – студентів навчального закладу системи МВС України. Така думка підтверджується відповідями на наступне запитання – справедливість покарання у випадках притягнення громадян до кримінальної, адміністративної, цивільної відповідальності мала місце, на їх думку, лише у 19,0% випадків;

4) рівень розвиненості політико-правової свідомості опитаних студентів не може бути оцінений як достатній. Так, половина з них (50,8%)

не задумувалися над особливостями сучасного стану законодавства, що регулює виборчий процес в Україні; 61,2% оцінюють свою поведінку як виборця як пасивну, ще 25,9% – взагалі не цікавляться цією проблемою.

Окрім безпосередніх відповідей на запитання, з респондентами проводилися бесіди проблемно-уточнюючого характеру, в ході яких з'ясовувалися наступні складові політико-правової свідомості:

- 1) знання виборчих прав громадян – когнітивний компонент;
- 2) ставлення до порушення виборчих прав – оціночний компонент;
- 3) здатність до протидії порушенню виборчих прав – поведінковий компонент.

Були виявлено наступні *проблемні моменти*:

- опитаним бракує знань стосовно можливостей впливу на різні аспекти життєдіяльності власного навчального закладу та політико-правові реалії України;

- бажання в майбутньому працювати поза межами України вказує на невдоволеність чинним соціальним і економічним державоустроєм.

У зв'язку з цим, доцільно більше приділяти уваги ознайомленню студентів із тими аспектами суспільного життя, у яких вони мають брак інформації. Окрім теоретичного вивчення, доцільним тут є активне залучення молоді до громадської діяльності: згідно з даними соціологічних опитувань, серед молоді віком від 14 до 28 років лише 1% бере активну участь у політичному житті; 7,4% респондентів назвали себе членами громадських організацій, 5% – членами партій і 13,5% – членами громадських організацій. При цьому молодіжні суспільні об'єднання мають досить високий кредит довіри [171, с. 100; 220], отже, існує реальна суспільна потреба в розвитку таких організацій.

На основі проведеного дослідження маємо підстави для твердження, що загальною характеристикою політико-правового самовизначення молоді в сучасний період є певна суперечливість поглядів, переконань і поведінки. З одного боку, результати соціологічних опитувань засвідчують, що лише 16%

молоді цікавляться політикою, 46,2% зазначили, що цікавляться нею лише періодично, 19,1% – ставляться до неї байдуже, а 16,9% – взагалі принципово нею не цікавляться [220]; з іншого – саме молодь є найбільш активними учасниками резонансних політичних подій в Україні останнього часу.

В процесі проведення бесід встановлено, що більшість респондентів не орієнтується, чи існують в їхньому ВЗО органи студентського самоврядування чи студентські соціальні служби; лише приблизно кожен десятий епізодично брав участь у їхній діяльності. Відсутність прагнення до соціальної активності опосередковано впливає й на зацікавленість політичною ситуацією в країні: опитувані не висловлюють бажання вступати до будь-якої політичної партії чи громадської організації. При цьому політична й соціально-економічна нестабільність у державі продукує протестні настрої у референтному середовищі, тому не виявляючи безпосередньо політико-правової активності, студенти вважають, що в Україні наявні нагальні підстави для акцій непокори, хоча й не готові до них приєднатися. Такі міркування підтверджуються інформацією, отриманою при проведенні глибинних інтерв'ю з деякими респондентами.

Таким чином, соціалізація сучасної студентської молоді відбувається в суперечливих умовах, що й спричиняє маргіналізоване ставлення до розбудови інститутів громадянського суспільства, низький рівень громадянської активності, недовіру до владних структур та суспільно-політичних інститутів.

Одним із можливих шляхів подолання такого стану нам видається активізація діяльності органів студентського самоврядування, що є одним із елементів функціонування громадянського суспільства. Беручи участь в упорядкуванні власного життя й навчання, студенти отримують можливість адекватно та конструктивно задовольняти свої соціогенні потреби в саморозвитку і самоактуалізації, формувати належний рівень політико-правової свідомості.

Актуальною залишається розробка й впровадження якісно нових підходів і методик формування політико-правової свідомості молоді, що стало очевидним у контексті громадянсько-політичної активності останнього часу (українських Майданів); методологічний супровід становлення громадянської активності молоді набуває значущості з огляду на необхідність прогнозування її взаємодії з оновлюваним соціальним простором України.

Згідно з одержаними результатами, лише приблизно половина опитаних виявила сумлінне виконання свого громадянського права бути виборцем, що є важливим показником розвитку політико-правової свідомості [105; 166; 271 та ін.]. Інші пояснювали своє небажання голосувати наступним чином:

- не вірять, що їх голос вплине на результати;
- побоювання фальсифікацій;
- не знають, за кого голосувати;
- небажання витратити на голосування свій час;
- зневіра у здатності виборів впливати на суспільно-політичне життя

України.

Також у бесідах із респондентами було встановлено, що найбільшими прагненнями їх як виборців є: підвищення рівня життя громадян, гідна оплата праці, високий рівень медицини та освіти, подолання корупції. Власну активність у цьому напрямку опитані пов'язують зі зворотнім зв'язком з державою: хочуть відчувати опіку держави щодо своїх громадян й мають бажання відповісти зі свого боку – опікою над державою. У разі задовільного рівня захисту наші опитані готові захищати свою країну, пишатися нею, працювати на її благо, дбати про її розвиток, тощо.

Останнє є відповіддю на запитання *«Що сприяє розвитку громадянської свідомості народу демократичної держави?»* – це тісний зворотний зв'язок між захистом й опікою з боку держави та громадянською активністю її громадян.

У другій частині емпіричного дослідження ми зіставили отримані дані з результатами соціологічних опитувань на подібну тематику. Так, було проаналізоване Національне опитування щодо громадянської оцінки суспільно-політичного життя в Україні, проведене влітку 2019 р. на замовлення Пакту в рамках Програми сприяння громадській активності «Долучайся!» (USAID) [49]. Вибірка складала 2054 респондентів дорослого населення, релевантного за віком, статтю, областю та населеними пунктами населенню нашої країни.

Дослідники вказаного проекту наводять багато показників, з яких ми обрали, проаналізували та представили нижче ті, що цікаві у контексті нашого дослідження. Відповідно, опитавши респондентів-студентів та спираючись на отримані раніше відповіді мітингувальників протесту проти введення «формули Штайнмайєра», можемо стверджувати наступне.

1. На відміну від студентства, політико-правова активність українців в цілому відносно низька, хоча поінформованість щодо актуальних суспільно-політичних подій в країні та зацікавленість ними – достатня. Зокрема, 25,2% регулярно або інколи відвідує зустрічі в своїй громаді, 17,1% бере участь в діяльності громадських організацій.

На нашу думку, до останнього можна віднести й участь у мітингах протесту, враховуючи, що подібні акції далеко не завжди є стихійними, – частіше це заздалегідь сплановані заходи. Проте, як було з'ясовано, більшість учасників скоріше уявляють (фантазують), що володіють суспільно-політичною інформацією, ніж насправді мають хоча б основні уявлення про поточні політичні події.

2. Активну форму відображення своєї політико-правової свідомості респонденти вбачають у наступному: робота у місцевих громадських комітетах – 7,0%, громадські слухання – 6,8%, мирні зібрання – 6,0%, написання скарг до місцевих органів влади про інфраструктурні проблеми – 5,9%, подання офіційних скарг представникам державних органів влади – 5,1%.

Тобто, на відміну від опитаних нами студентів, респонденти USAID більш обізнані та активні у способах реалізації політико-правової свідомості. Проте, у результатах їх опитування не зустрічалось посилянь на бажання брати участь у мітингах або на досвід участі в акціях протесту. Відповідно, або дослідники свідомо уникали подібних запитань, або протестні рухи є, скоріше, спонтанним вибором їх учасників (не організаторів, а рядових членів), ніж складовою уявлень про належну громадянську активність.

Також можливий варіант приховування реальних даних респондентами. Це співвідноситься з результатами, отриманими нами від мітингувальників на Майдані Незалежності – майже всі опитані відмовлялися називати свої прізвища.

3. Респонденти USAID вказували, що повідомляли про суспільні проблеми особисто або за телефоном – 21,2%, мали досвід роботи у місцевих громадських комітетах – 19,8%, повідомляли про суспільні проблеми онлайн – 19,7% та подавали офіційні скарги представникам державної влади – 17,8%.

З проведеним нами опитуванням студентів тут корелює наступний факт: респонденти USAID найменше брали участь в антикорупційній боротьбі, менше 2% із них повідомляли про корупцію офіційних осіб або виборчі порушення, навіть анонімно. Між тим, студенти виділяли фактори корупції та фальсифікації виборів як такі, що потребують особливої уваги. Тобто, на сьогодні, особи, які позиціонують себе громадськими активістами, найменше приділяють увагу найболючішим соціальним питанням.

4. Найбільше суперечливим для опитаних стало питання участі у мітингах. Як ми вже вказували, більшість із них намагаються приховати цей факт або уникали запитань щодо особистої участі у мирних зібраннях. Така ситуація пояснюється наступними даними: 59,1% респондентів USAID не знали, чи є необхідність дозволу влади на проведення таких заходів.

Між тим, згідно ст. 39 Конституції України «Громадяни мають право збиратися мирно, без зброї і проводити збори, мітинги, походи і демонстрації, про проведення яких завчасно сповіщаються органи виконавчої

влади чи органи місцевого самоврядування». Тобто, приховувати свою участь у мирних зібраннях підстав немає, хоча, враховуючи проведені бесіди з мітингувальниками, вони побоювалися, що їх волевиявлення може згодом трактуватися як заборонене, отже, їх громадянська активність набуде статусу адміністративних правопорушень.

5. 44,4% респондентів, опитаних USAID, готові зробити грошову пожертву справі, в яку вірять, та організації, якій довіряють. Ми не ставили це запитання на Майдані Незалежності, хоча опитані вже вносили пожертву – свій час та свідоме нараження себе на небезпеку. Вважаємо таку жертвовність ілюстративною та характерною для українців як для виборців. Тобто, наших співгромадян можна змусити до активності через надання їм певної великої мети (наприклад, запобігання капітуляції).

6. Останній з виділених нами показників – це те, які саме проблеми суспільства опитані вважають найважливішими, тобто, на що перше звертає увагу українець (громадянин та виборець):

- стан охорони здоров'я – 56,7%;
- корупція – 36,5%;
- забруднення навколишнього середовища – 35,8%;
- підвищення пенсійного забезпечення – 28,9%;
- економічний занепад – 26,1%.

Отже, порівнюючи результати наших опитувань та опитування USAID щодо особливостей політико-правової свідомості українців, можемо стверджувати, що всі респонденти показали наявну систему інтеріоризованих громадянських цінностей, хоча й з різним соціально-психологічним вектором.

Відносно схожими є образи держави, власної громадянськості та громадянськості співвітчизників, доволі відмінними – показники правової грамотності (знання законодавства у студентів-правників вище, ніж в інших вибірках), громадянської активності (здатність до практичних кроків була найвищою серед вибірки мітингувальників), соціальної задіяності в

суспільних процесах (участь у громадських об'єднаннях, обізнаність у способах громадянського волевиявлення – вища у респондентів USAID).

Схожим для всіх опитаних є те, що їх політико-правова свідомість системно взаємозв'язана з національною, політичною, правовою атмосферою в суспільстві, тобто є, по суті, *реактивною*. Відповідно, такий зв'язок – це те спільне для українських виборців, що з певною умовністю слід вважати об'єктивною детермінантою їх громадянської свідомості. Тому через експлікацію суб'єктивних моделей сприйняття реалій сьогодення можна впливати на формування та розвиток громадянського суспільства в Україні.

Також можемо зазначити, що опитані студенти продемонстрували більш високу когнітивну складність сприйняття своєї політико-правової активності, ніж вибірка мітингувальників, хоча останні були опитані саме під час спроб діяти згідно своєї громадянської свідомості. У зв'язку з цим постають питання: чи має суспільно-психологічну цінність невиважена громадянська активність?, чи доречно брати участь в акціях протесту, сутність яких не зовсім розумієш, сліпо довіряючи лідерам політичних об'єднань?

Запитання риторичні, оскільки в будь-якому разі недоцільно добровільно бути жертвами політичних маніпуляцій. Саме у рівні критичності стосовно цих питань можна простежити розбіжності між громадянською самоідентифікацією опитаних трьох вибірок: мітингувальники, скоріше, орієнтуються на уявний, ідеальний образ активного громадянина; вибірки студентів та опитаних USAID ближче до розуміння того, яким є дійсний, реальний образ та поведінка свідомого громадянина України.

Це дозволяє стверджувати, що офіційним лідерам країни та керівникам провідних політичних партій доцільно більше уваги приділяти питанням політико-правової освіти й висвітлювати сутність основних суспільно-політичних понять, які дозволять орієнтовно наповнити конкретним змістом розуміння громадянського обов'язку, активності, суспільно-ціннісних

орієнтирів, домінантних категоріально-сміслових основ їх ідеалів громадянськості та інших можливостей прояву громадянської свідомості.

Також зазначимо, що за результатами опитування можемо зробити висновок, що в основі громадянської свідомості опитаних, окрім іншого, простежуються самореалізаційні прагнення (самоствердження як громадянина та людини), національні та валеологічні орієнтири. Тим не менше, саме соціально-психологічні аспекти є ключовими чинниками, до яких слід звертатися з метою залучення українців до суспільно-політичної активності.

Таким чином, емпіричне дослідження політико-правової свідомості виборців дозволяє дійти наступних висновків:

1) громадяни достатньо критично оцінюють свій досвід участі в громадській активності, при цьому лише 3% опитаних регулярно брали участь у заходах громади, а майже половина (46%) – заявили, що їх це не цікавить. Значною мірою громадянська пасивність проявляється й у фінансовому контексті: більшість респондентів вважають, що громадські та благодійні організації мають фінансувати бізнесмени (64%), держава (48%), зацікавлені громадяни (31%) і, навіть, іноземні громадяни (15%) та уряд інших країн (9%);

2) переважна кількість респондентів-мітингувальників не змогла пояснити, проти чого вони протестують, отже, вони є, скоріше, жертвами інформаційної війни, ніж українцями з високим рівнем політико-правової свідомості. Проте сама присутність цих осіб на мітингу свідчить про значний потенціал для її розвитку;

3) майже третина опитаних студентів-правників незадовільно орієнтуються в історико-культурній спадщині України, бажають переїхати жити до іншої країни, не зовсім розуміють, як можуть захищати довкілля та ін. Проте більшість із них достатньо орієнтуються в суспільно-політичних проблемах, добре обізнані з законодавством та цікавляться виборами, хоча й мають сумніви щодо їх доброчесності;

4) лише приблизно половина опитаних виявила сумлінне виконання свого громадянського права бути виборцем, що є важливим показником розвитку політико-правової свідомості. Інші пояснювали своє небажання голосувати наступним чином: не вірять, що їх голос вплине на результати; впевнені у можливості фальсифікацій; не знають, за кого голосувати; не бажають витратити на голосування свій час; не вірять, що вибори здатні вплинути на суспільно-політичне життя України.

2.2. Психологія впливу громадської думки та ЗМІ на політико-правову свідомість виборця

За часів незалежності Україна мала вже досить багато національних виборів, що свідчить про її прагнення до стабільної демократії. Окрім того, вибори слугують важливим соціально-психологічним чинником єднання нації. Значущість події виборів для кожного свідомого українця визначається можливістю відчувати приналежність до суспільно-політичних явищ як сьогодення, так і майбутнього, впливати на суспільно-політичні процеси та відчувати себе частиною України гостріше, ніж це відбувається у буденному житті. Цю думку поділяють науковці, які досліджували тематику впливу значущих соціальних подій на становлення нації та громадянського суспільства [17; 98 та ін.].

Зазначимо, що популярний вислів «свідомий українець» ми відносимо до особи громадянина нашої держави, який активно використовує не лише свої права, але й обов'язки, тобто бере участь у виборах та свідомо віддає свій голос за певних кандидатів.

Громадська думка – це ставленням знеособленого суб'єкта (великої соціальної групи, спільноти) до соціально значущого об'єкта (явища, події, процесу). Як і більшість психологічних феноменів, вона представлена трьома основними аспектами: когнітивним – знання чи уявлення; емоційно-

оціночним – ставлення, позиція чи установка; поведінковим – практичні дії [169, с. 56-76; 172, с. 158-161; 179].

Окрім того, громадська думка – це усвідомлення груповим суб'єктом подібності реакцій на певне явище, подію, процес. Іншими словами, власна оцінка людини завжди залежить від того, як вона розуміє оцінки свого оточення з даного приводу. Немало сприяють цьому ЗМІ, транслюючи оцінювані ними явища широкому загалу. Відповідно, громадська думка має дуалістичний характер: думка про об'єкт і думка про його соціальні оцінки; вона спрямована як назовні (на об'єкт), так і на самого себе (на груповий суб'єкт) [130, с. 21-41]. Саме в цьому полягає механізм впливу масової свідомості на індивідуальну.

Як зазначає відомий німецький фахівець Е. Ноель-Нойман, громадська думка здатна продукувати різні соціально-психологічні феномени, зокрема, залежність політичного вибору людини від її уявлень про те, на кого орієнтується більшість виборців. Аналізуючи динаміку електоральної поведінки громадян ФРН, вона дійшла висновку, що певна їх частина при голосуванні керувалася не власними переконаннями, а орієнтацією на лідерів виборчого процесу («ставка на переможця»). Не погоджуючись із автором стосовно генетичної природи такої поведінки як страху опинитися в соціальній ізоляції [158, с. 30-39], цілком підтримуємо наступну тезу: оприлюднення інформації про громадську думку впливає на стан як індивідуальної, так і масової свідомості. Цьому сприяють певні особливості українського менталітету, зокрема, орієнтація на позицію більшості.

Безумовно, що громадська думка – результат стихійних процесів функціонування масової свідомості, але це не виключає можливості опосередкованого управління її формуванням, зокрема, за допомогою ЗМІ.

Виділяють наступні етапи формування громадської думки:

1) початкове ознайомлення людини з певною проблемою, виникнення уявлень і ставлення до неї;

2) взаємодія думок різних людей через обговорення проблеми, обмін інформацією;

3) виникнення типізованої думки в межах певного соціального прошарку населення [89, с. 148-158].

По суті, сучасні мас-медіа відображають цілісну реальність у вигляді селекціонованих замовниками образів і символів, конструюючи її відповідно до їхніх потреб та цілей. При цьому слід зважати, що такі презентації будуть тим більш переконувачими, чим більше вони співпадають з вже наявними стереотипами виборців стосовно певного кандидатами чи політичної партії. В іншому разі – такі стереотипи стають своєрідними «фільтрами» при сприйнятті агітаційного матеріалу [127]. Як висновок: передвиборча агітація повинна здійснюватися за наступним алгоритмом: а) вивчення громадської думки та виокремлення базових конструктів стосовно очікувань певної соціальної групи населення, б) узгодження таких очікувань з існуючими стереотипами, їх «вписування» в наявні соціальні умови, в) визначення пріоритетів майбутньої діяльності.

Слід зазначити, що сучасна історична епоха характеризується широким впровадження інформаційних технологій та визначальним впливом ЗМІ на політико-правову свідомість виборця. У зв'язку з цим, особливого значення набуває проблема розуміння, вивчення та вмілого використання психології впливу суспільної думки на окрему особистість. Маємо триєдине явище: громадська думка, вплив ЗМІ та особливості політико-правової свідомості, що визначають один одного й залежать від вектору розвитку процесів, на які самі ж впливають.

Ми акцентуємо на цьому увагу, оскільки вважаємо, що основна боротьба за виборців, вплив на них та можливості для формування політико-правової свідомості на сьогодні найбільшою мірою відбуваються в інформаційному просторі, точніше – у віртуальному світі (інтернет, соціальні мережі), популярність якого перевищує всі інші ЗМІ. Відповідно, на виборців впливають не стільки реальні дії та поведінка політиків, скільки висвітлення

цих дій (дійсних чи вигаданих) в інтернеті та ЗМІ, що ретельно створюються політтехнологами та рекламними кампаніями. Вони, за допомогою цілеспрямованої системи спланованих заходів в межах обраної концепції іміджу, більш чи менш успішно досягають мети впливу на політико-правову свідомість реципієнтів (виборців) [7; 16 та ін.].

Мета, зазвичай, полягає у створенні уявлення про політиків та їх оточення як про тих самих супер-героїв, які врятовують державу від поневірянь та допоможуть народу вийти на якісно новий рівень життя. Паралельно до цього докладаються зусилля щодо дискредитації інших політиків, що дозволяє на їх фоні виглядати ще краще. Прикладом може комедійний політичний телесеріал «Слуга народу» про обрання Президентом України вчителя історії. Таким чином, було створено інформаційний (віртуальний) простір, у якому образ В. Зеленського асоціювався з «народним політиком», тобто особою, яка виборює інтереси простих громадян та є їх представником.

Вважаємо, що це – приклад потужного та ефективного психологічного впливу художніх образів на суспільну думку. Як засвідчують соціологічні дослідження, передвиборча програма В. Зеленського та його обрання главою України мали підтримку серед народу понад 60%. У перші 100 днів на посаді його рейтинг продовжував залишатися надзвичайно високим: майже 63% українців позитивно оцінили діяльність президента України⁷. Проте прояви невдоволення і відкритих протестів свідчать про початок процесу диференціації між сприйнятим уявним (бажаним) та реальним образами Президента.

Занепокоєння тут викликає, навіть, не стільки базис популярності, на якому політична партія може отримати владу в Україні, скільки сподівання значної кількості українців на те, що події реального життя будуть розвиватися за сценарієм соціального телешоу. У зв'язку з цим, ще раз

⁷ Усього було опитано 2.040 респондентів, які за своїми характеристиками презентують доросле населення України опитування. TCH: URL: <https://tsn.ua/ukrayina/ponad-60-ukrayinciv-pozitivno-ocinyuyut-pershi-100-dniv-zelenskogo-vin-lishayetsya-liderom-reytingu-doviri-opituvannya-1401624.html>

звертаємо увагу на бажаність створення альтернативного інформаційного забезпечення українців, які сьогодні під час передвиборчих змагань змушені формувати свої політичні уподобання, ґрунтуючись на продуктах «інформаційної війни» конкуруючих політиків [115, с. 96-103; 35, с. 42-47; 213, с. 87-94].

Ефективний вплив на суспільну думку через ЗМІ для формування певного вектору політико-правової свідомості виборця повинен передбачати знаходження тонкого балансу між тотальним контролем, як це було за часів СРСР, та хаосом, який можемо спостерігати у продуктах сьогоднішніх мас-медіа. Зокрема, вважаємо за доцільне більш ретельно на законодавчому рівні врегулювати відповідальність ЗМІ за навмисне введення громадян в оману (створення «фейкових» новин), яке має на меті корисливі або шкідливі для соціально значущих інтересів наслідки. На сьогодні цей аспект регулюється різними статтями низки нормативних актів (Закони України «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», роз'яснення Міністерства юстиції України «Правові засади діяльності журналістів в Україні», тощо [38, с. 48]), проте кількість щоденних неправдивих новин не зменшується [46, с. 220-222; 100, с. 61-67; 111].

Можемо припустити, що причина полягає у відсутності в нашій країні налагодженої та поширеної практики відстоювання своїх інтересів у даній сфері через суд. До того ж, громадські організації, які здійснюють просвітницьку роботу серед населення, опікуються іншими питаннями, ніж вистежування шкоди, яку ЗМІ спричиняють суспільству у психологічній сфері та як це впливає на політико-правову свідомість виборця.

До того ж, ч. 3 ст. 15 Конституції України цензура заборонена. Й це настільки широке поняття, що безліч медіа, до яких на сьогодні належать соціальні мережі та, навіть, особисті аккаунти їх користувачів, знаходяться у доволі непевному правовому полі й зловживають, інколи несвідомо, можливостями впливу на громаду. Як приклад, можемо навести створення та поширення комп'ютерних програм («Zao», «FakeApp» та ін.), що дозволяють

досить натуралістично замінювати вигляд особи на відео. Це відбувається за допомогою використання програмних технологій «Deerfake»⁸, які вже своєю назвою вказують на масштаби проблеми навмисного введення в оману суспільства [190, с. 127]. Механізм їх роботи закладений в двох протилежних алгоритмах:

- перший навчається на наданих йому фотографіях, щоб сформувати реалістичну підміну зображення особи;
- другий відсікає невдалі варіанти доти, поки сам не почне плутати копію зображення та оригінал.

Перша публічна поява продукту, створеного за допомогою цих технологій, відбулася у 2017 р. на інформаційній інтернет-платформі «Reddit», де були використані зображення відомих акторок для демонстрації відео еротичної спрямованості. Це спричинило зміни та обмеження у правилах користування найпопулярнішими соціальними мережами, зокрема заборону публікувати контент сексуального характеру.

Проте основна небезпека інформаційних технологій для підробки медіа-контенту – у їх можливостях психологічного впливу на політико-правову свідомість суспільства. Так, найвпливовіші світові ЗМІ та речники влади називають «Deerfake» однією з ключових інформаційних небезпек сучасності. Загроза поширення підроблених фото/відеоматеріалів полягає також у тому, що такі підробки можуть відштовхнути світову спільноту у недавнє минуле, коли відео та фото не вважалися достатніми доказами.

До того ж, не лише в Україні, але й у світі загалом спостерігається доволі слабкий розвиток протидії загрозі інформаційних підробок, хоча самі технології для омани удосконалюються з кожним днем. Відповідно, у контексті дослідження психології впливу суспільної думки та ЗМІ на політико-правову свідомість виборця, питання розвитку інформаційних технологій, здатних розпізнати підроблені медіа-матеріали, стає одним із ключових.

⁸«Deerfake» (англ.) – «глибока підробка»

У якості ілюстрації такої загрози наведемо можливі наслідки:

- провокування внутрішніх та міждержавних конфліктів за допомогою використання програми підробки важливих заяв від імені (з обличчями) певних політиків;
- створення продукту еротичного змісту для дискредитації чи втручання в особисте життя жертви;
- крадіжки, шахрайство (наприклад, прохання переслати гроші, які висловлюють шахраї з підробленими обличчями близьких жертви) тощо.

Отже, вважаємо актуальним та важливим напрямом майбутніх досліджень створення ефективної протидії інформаційній загрозі підроблених фото/відео – розробки відповідного психолого-програмного забезпечення.

Інший аспект проблеми психологічного впливу ЗМІ на формування громадської думки та на політико-правову свідомість виборця полягає у тому, що має місце повідомлення емоційно забарвлених суджень, а не об'єктивного стану речей. Відповідно, замість інформування відбувається маніпулювання: нав'язування ставлення до подій соціального життя на противагу наданню можливості роботи власні висновки.

Враховуючи це, можемо стверджувати, що в своїй діяльності ЗМІ широко використовують механізми психологічного впливу задля сприйняття наданої інформації під певним (бажаним для їх власників) кутом зору. Це засвідчує вирішальну роль психології у сенсі впливу на політико-правову свідомість, з іншого боку – демонструє ефективність процесів її моделювання зацікавленими особами.

На основі здобутків вчених, які досліджували зазначену тематику, ми виокремили основні умови здійснення впливу громадської думки та ЗМІ на політико-правову свідомість виборця (див. табл. 2.2.1).

Таблиця 2.2.1

**Основні умови здійснення впливу громадської думки та ЗМІ
на політико-правову свідомість виборця**

Умова	Наслідки
створення ЗМІ системи прийомів і методів формування політико-правової свідомості	контроль над інформаційною діяльністю, протидія «інформаційній війні»
компетентний демократичний контроль громадян за інформаційною діяльністю ЗМІ	отримання інформаційно виваженої та об'єктивної картини світу та суспільно-політичної ситуації в країні
протидія спробам маніпулювання суспільною свідомістю через ЗМІ	профілактика маніпулятивного впливу на суспільну думку

Проблема психології впливу громадської думки та ЗМІ на політико-правову свідомість було предметом низки наукових досліджень, проте з часом питання лише примножуються, зокрема, за рахунок наступних обставин:

- поява значної кількості нових ЗМІ: нові телевізійні канали, нові інформаційні інтернет-портали з інтерактивними можливостями долучатися до процесу сповіщення громадськості;
- популяризація приватних інтернет-блогерів, тобто осіб, які мають значну аудиторію та своїми публікаціями суттєво впливають на громадську думку;
- примноження кількості політичних партій та громадських організацій в атмосфері майже постійних революційних перетворень суспільно-політичного ладу в нашій державі, тобто зіткнення часто протилежних інтересів зацікавлених осіб на їх «полі бою» – у ЗМІ, де перемога забезпечує вигідний певній політичній силі вектор спрямованості політико-правової свідомості виборців.

Вивчення психології впливу громадської думки та ЗМІ на політико-правову свідомість виборця дозволяє дійти висновку, що вирішальним чинником для багатьох наших співгромадян стають передвиборчі обіцянки

кандидатів у депутати Верховної Ради України і кандидатів у Президенти України. Саме цей чинник після виборів стає найбільш травматичним для психіки виборців через відсутність їх виконання.

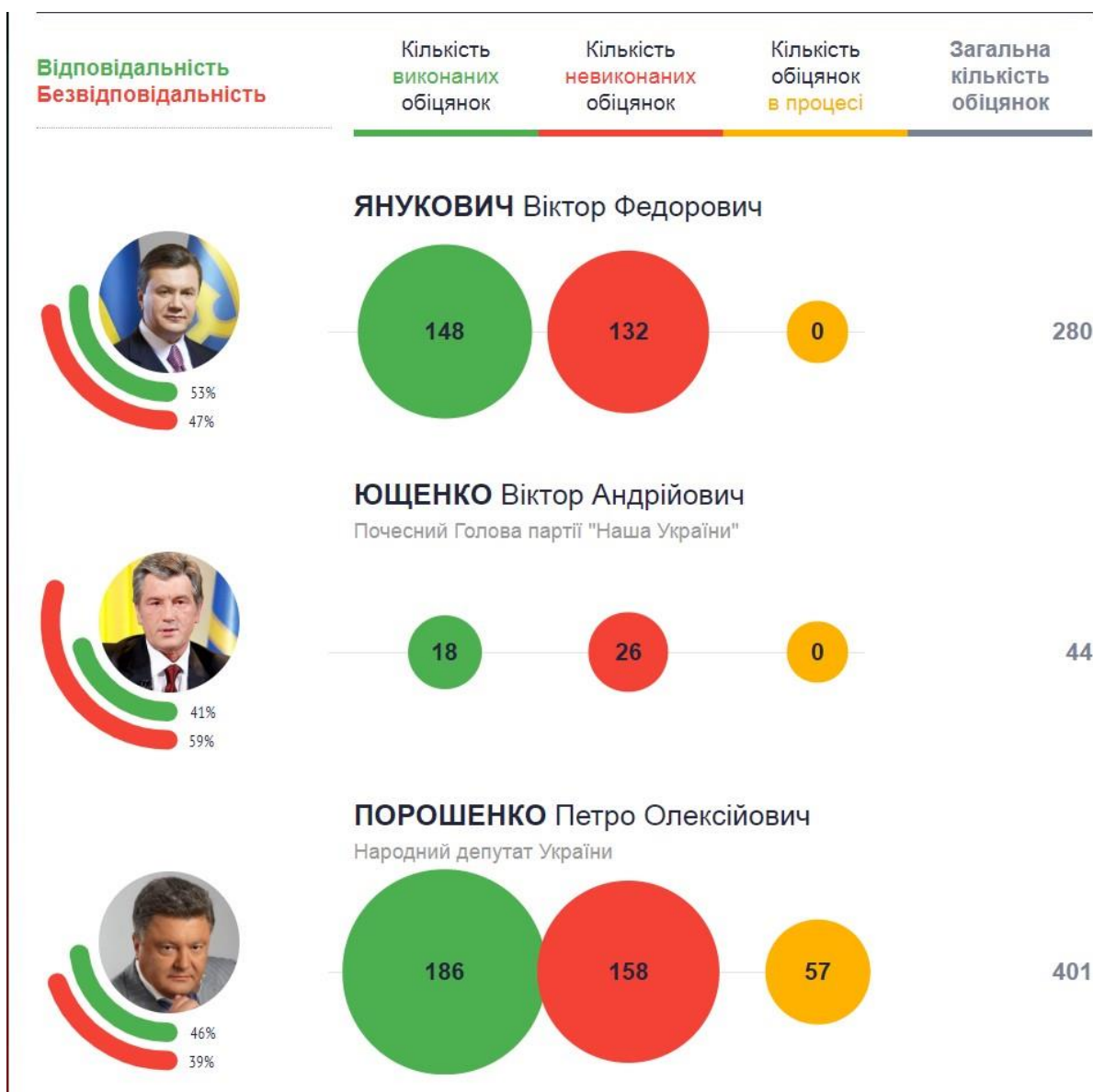
Сучасні ЗМІ містять достатньо інформації для порівняння передвиборчих зобов'язань політиків та стану їх виконання. Так, за даними інформаційного аналітичного порталу «Слово і діло» [188], порівняння трьох попередніх президентів України В. Ющенка, В. Януковича та П. Порошенка дає наступний результат (див. табл. 2.2.2).

Як бачимо, значна частина передвиборчих зобов'язань попередніми президентами не виконана. Серед найбільш актуальних та гострих проблем, у вирішенні яких було введено виборців в оману, є обіцянка П. Порошенка встановити за лічені дні мир на Донбасі. Він декілька разів вибачався за це, проте проблему так і не вирішив.

Виборці хочуть вірити, що передвиборчі зобов'язання будуть виконані; ЗМІ рекламують спроможність певного кандидата у Президенти України покращити їх життя «вже сьогодні», але на момент закінчення строку президенства цього так і не відбувається. Відповідно, можемо стверджувати, що передвиборчі кампанії політиків за допомогою медіа маніпулюють суспільною думкою українців, створюючи соціальні міфи про себе та про майбутнє країни в разі їх обрання. Передвиборча кампанія так і залишається лише механізмом політичних технологій, а не програмою дій перебування на посаді.

Таблиця 2.2.2

Порівняння стану виконання передвиборчих зобов'язань президентами України



На наш погляд, тут має місце певне замкнене коло: 1) спочатку політика обирають завдяки його обіцянкам покращити суспільно-політичний лад в країні, 2) потім вже обраних можновладців неможливо притягнути до відповідальності за невиконання їх обіцянок через:

- відсутність відповідного законодавчого врегулювання;

- відсутність мотивації самих обраних політиків вносити до законодавства норми, згідно яких їх самих можна було б притягнути до відповідальності за оману виборців.

У зв'язку з цим, вважаємо доречним внести корективи до законодавства у частині введення відповідальності для політиків за невиконання передвиборчих обіцянок. Це має виглядати як зобов'язання для Президента України та для депутатів регулярно (наприклад, раз на півроку) через ЗМІ:

- звітувати перед народом щодо стану виконання своїх передвиборчих обіцянок;

- пояснювати, що стало на заваді їх виконанню та як саме посадовець планує вирішувати проблему.

Відповідні корективи у формі відкликання з посад у разі відмови звітувати та/або тривалого (понад рік) невиконання значної кількості своїх передвиборчих обіцянок без дійсно поважних на це причин можуть бути внесені до нещодавно прийнятого Закону України «Про особливу процедуру усунення Президента України з поста (імпічмент)» (набув чинності 25.09.2019 р.) [194] та до Закону України «Про статус депутатів місцевих рад» [195].

Така практика, окрім позбавлення від некомпетентних чи несумлінних посадовців, має потенціал для формування через ЗМІ та громадську думку політико-правової свідомості виборця. Більше того, регулярне звітування посадовців перед народом України щодо стану виконання своїх зобов'язань допомогло б, нарешті, сформувати в нашій країні європейські стандарти громадянського суспільства, зокрема, сприяло б:

- згуртуванню соціуму та його переходу до формату громадянського суспільства;

- формуванню у державних посадовців поваги до громадян України як до своїх роботодавців;

- профілактиці зловживань та непорозумінь, які призводять до соціальної напруженості внаслідок впливу «інформаційних війн»;
- критичному осмисленню суспільно-політичної ситуації в країні на противагу поширенню медіа-технологій, спрямованих на політичне маніпулювання з метою побудови позитивного іміджу замовників та негативного – їх опонентів.

Окремої уваги заслуговує ще один аспект психології впливу громадської думки та ЗМІ на політико-правову свідомість виборця – це специфічне пострадянське явище, що полягає у використанні радянського минулого з його перевагами та недоліками як метрологічної одиниці для критики або пропагування певної політичної платформи [88, с. 281-287; 192, с. 439-452], наприклад, деактуалізація пропонованих політичним опонентом суспільних цінностей як таких, що мали місце в СРСР та дотримання яких несе вже пережиту загрозу.

При цьому інша сторона презентує свої дії як такі, що містять потенціал розвитку та здатні призвести до омріяного «світлого майбутнього». Успішність маніпулювання у цій площині забезпечується тим, що молодше покоління виборців не мало можливості на власні очі бачити життя за радянських часів, тому вони складають уявлення про цей історичний період, спираючись на опосередковані дані. Такий стан речей створює потужні умови для використання політиками активності молодих українців у власних цілях.

Для перевірки цієї тези ми провели опитування серед молоді щодо того, на основі чого вони складають уявлення про політико-суспільні реалії життя за часів СРСР та як порівняння з цими уявленнями сучасних політичних програм впливає на бажання їх, як виборців, підтримувати чи ні відповідні політичні та громадські утворення.

Нами було опитано 194 студенти 3-4 курсів Національної академії внутрішніх справ у м. Києві, віком 19-23 роки. Особливості юнацького періоду життя (порівняно невеликий життєвий досвід, перші кроки у

професійному становленні та особистому житті тощо) засвідчують, що вони є тією категорією виборців, на чію психічну сенситивність значною мірою розраховані політичні маніпулювання ідеалами/недоліками суспільно-політичного ладу історичного проміжку існування України, якого сучасна молодь не переживала особисто.

Ми запропонували респондентам відповісти на наступні запитання та після кожної відповіді вказати, на основі яких даних вони склали своє уявлення.

1. Чи розцінюєте ви суспільно-політичний лад колишнього СРСР як успішну систему забезпечення гідного життя пересічного громадянина?

2. Чи підтримаєте ви на виборах політичну партію, яка буде виступати за поновлення радянських пріоритетів для сучасної України?

Було отримано результати, які дозволяють стверджувати наступне:

1) уявлення про життя в СРСР молодь отримує з кінофільмів, телевізійних серіалів (43,1%), а також із спогадів представників старшого покоління (48,8%), відповідно, такі оцінки переважно позитивні: мало місце опікування з боку держави добробутом громадян – надання їм безкоштовно житла, освітніх та медичних послуг, відсутність перешкод у працевлаштуванні. Серед основних недоліків називається неможливість мати власний бізнес та стати заможним, вільно виїжджати за кордон, відсутність політичного вибору;

2) близько третини опитаних висловлюють розчарування сучасним суспільно-політичним ладом, вони бажали б мати в сучасній Україні суспільно-політичний лад на кшталт такого, яким їм уявляється СРСР;

3) респонденти, які висловилися проти радянських ідеалів, керуються, переважно, досвідом батьків та інших авторитетних для них осіб старшого покоління, а не продукцією ЗМІ чи телесеріалів;

4) цікавим психологічним моментом є ставлення опитаної нами молоді до похилих осіб, тобто тих, чиє особистісне, професійне та громадянське становлення склалося в період існування СРСР: доволі незначна частина

опитаних (17,4%) розуміє, що сучасний незадовільний матеріальний стан більшості пенсіонерів є наслідком особливостей пенсійної системи вже незалежної України, а не Радянського Союзу. Інші впевнено вказують на соціальне зубожіння похилих українців як на наслідок недоліків радянської системи матеріального забезпечення громадян, тобто підтверджують наше припущення щодо наявності підґрунтя для маніпулювання політико-правовою свідомістю молоді через ЗМІ, користуючись відсутністю систематичних об'єктивних медіа-інформаційних продуктів, присвячених даній проблематиці.

Безумовно, що ЗМІ чинять великий вплив на формування громадської думки щодо окремих кандидатів чи політичних партій, впливаючи як на електоральну поведінку як у часи виборчих кампаній, так і на загальне ставлення до них. В цьому сенсі класичним можна вважати приклад Партії зелених – однієї з найстаріших партій України, яка була заснована в 1990 р. і на виборах до Верховної Ради України 1998 р. зуміла подолати 4%-й бар'єр завдяки добре профінансованій та ефективній рекламі у ЗМІ (за партію голосували 1.444.264 виборців, що склало 5,44%). Привабливою для виборців стала програма партії, в якій декларувалися принципи демократії, гуманізму, поваги до прав та інтересів людини незалежно від її соціального статусу, національності чи походження; стверджувалося, що майбутнє України – у запереченні агресивного технократизму, раціональному використанні ресурсів, в узгодженні інтересів різних соціальних груп, у беззастережній відмові від насильства над людиною і природою [197].

Між тим, опоненти стверджували, що в цей час партія була швидше зібранням олігархів, ніж Партією зелених (бізнесмени домінували у виборчому списку партії). Політичні експерти обвинувачували партію, що вона фінансується великими промисловцями – власниками металургійних підприємств – чиї заводи завдають серйозної шкоди довкіллю. Керівники партії, у свою чергу, ці обвинувачення відкидали [299]. Пізніше партія стала маргінальною на національному рівні (на парламентських виборах 2014 р. за

неї проголосувало 0,24% виборців), хоча її представники дотепер присутні у регіональних і місцевих органах влади.

У теперішній час вже не потребує доведення, що політичні партії прагнуть контролювати (мати у своїй власності завдяки фінансуванню) впливові телеканали, радіо та періодичну пресу. Українські реалії засвідчують, що володіння рейтинговим телеканалом немалою мірою сприяє подоланню відсоткового бар'єру, необхідного для проходження в парламент. Не настільки значний, але також вагомий внесок належить тут радіо та періодичній пресі.

Отже, можемо стверджувати, що громадська думка та засоби масової інформації відіграють значну, якщо не провідну, роль у формуванні політико-правової культури виборців та електоральної поведінки населення. Особливо яскраво це проявляється в період виборчих кампаній. Зазначене актуалізує проблему рівня політичної і правової свідомості самих ЗМІ: вони здатні як стримувати конфронтацію в суспільстві, сприяти діалогу між різними соціальними групами, так і «підігрівати» її, створюючи умови для ворожнечі і розбрату.

Таким чином, узагальнення наукових першоджерел та результатів емпіричного дослідження щодо впливу суспільної думки та ЗМІ на політико-правову свідомість виборця в умовах сучасної України дозволяє зробити наступні висновки:

1) громадська думка – це ставленням знеособленого суб'єкта (великої соціальної групи, спільноти) до соціально значущого об'єкта (явища, події, процесу). Як і більшість психологічних феноменів, вона представлена трьома основними аспектами: когнітивним – знання чи уявлення; емоційно-оціночним – ставлення, позиція чи установка; поведінковим – практичні дії. При цьому власна оцінка людини завжди залежить від того, як вона розуміє оцінки свого оточення з даного приводу, завдяки чому певна частина виборців при голосуванні керується не власними переконаннями, а орієнтацією на лідерів виборчого процесу («ставка на переможця»);

2) громадська думка та засоби масової інформації відіграють значну, якщо не провідну, роль у формуванні політико-правової культури виборців та електоральної поведінки населення. Особливо яскраво це проявляється в період виборчих кампаній. Зазначене актуалізує проблему рівня політичної і правової свідомості самих ЗМІ: вони здатні як стримувати конфронтацію в суспільстві, сприяти діалогу між різними соціальними групами, так і «підігрівати» її, створюючи умови для ворожнечі і розбрату;

3) вплив суспільної думки та ЗМІ на політико-правову свідомість виборця в умовах сучасної України характеризується, насамперед, застосуванням психологічно насиченої реклами політичних партій, в тому числі – спрямованої на дискредитацією опонентів. Її контекст передбачає створення певного ідеального образу кандидата та його популяризацію через ототожнення з образом ідеального президента/депутата, відповідно, це формує суспільну думку про необхідність обрання саме цієї особи;

4) у сфері зусиль видавати бажане за дійсне через ЗМІ особливу загрозу створюють комп'ютерні технології, які дозволяють замінювати вигляд особи на відео («Deepfake»). Це особливо значуще через слабкий розвиток протидії та виявленню таких підробок, наслідки яких мають потенціал провокувати конфлікти між різними соціальними групами і, навіть, міждержавні конфлікти.

2.3. Юридіко-психологічні та політико-правові детермінанти електоральної поведінки виборців

Розгляд проблеми формування політико-правової свідомості виборців потребує звернення до більш широких понять *електоральної культури* (культури політичних виборів) та *електоральної поведінки*, що становлять собою міждисциплінарний феномен – комплекс проблем, пов'язаних із сукупністю матеріальних і духовних цінностей у політико-правовій сфері,

вивчення й врахування яких передбачає збереження та гармонізацію держави в період проведення передвиборчих кампаній.

Слід зазначити, що ґрунтовні наукові дослідження цієї площини почали проводитися в 1940-1950-х рр. в США [86; 147; 173 та ін.]. На той час домінували наступні теорії (див. табл. 2.3.1).

Таблиця 2.3.1

Теорії електоральної поведінки виборців

Біхевіоризм	Теорія раціонального вибору	Політична географія
статусна електоральна поведінка	економічне голосування	екологічна доцільність
соціально-психологічна ідентифікація	партійно-ідеологічна ідентифікація	регіональне голосування

Спираючись на сучасне переосмислення, можемо стверджувати, що в межах *біхевіоризму* формування електоральної поведінки визначалося суто впливом зовнішніх чинників (соціально-психологічна ідентифікація з референтною групою, яка підтримує певні політичні сили чи окремого кандидата на виборну посаду). *Теорія раціонального вибору* в електоральній поведінці передбачає залежність, передусім, від економічних чинників (соціальна стратифікація, наявність адміністративного ресурсу). *Політична географія* визначає успіх політичних партій чи окремих кандидатів як реакцію виборців на їх діяльність у «своїх» регіонах, тобто ступінь зацікавленості і врахування нагальних проблем регіонального електорату.

На рівні групового суб'єкта електоральна культура визначає зразки і особливості поведінки окремих соціальних груп (реальних чи уявних), що проявляються у міжвиборчий період та у виборчому процесі. На рівні індивідуального суб'єкта діяльності електоральна культура представлена сукупністю переконань і установок особи, її орієнтацій і цінностей. Вона зумовлює сприйняття та ставлення до виборчого законодавства, окремих

кандидатів і партій, самоідентифікацію як прихильника тієї чи іншої політичної сили, реалізацію чи нехтування свого права на голос.

З метою визначення особливостей електоральної поведінки на рівні індивідуального суб'єкта нами проведене анкетування 85 громадян в соціальних мережах⁹. Пропонувалося відповісти на запитання, що стосуються ставлення респондентів до політико-правової дійсності, а також їх актуальних життєвих інтересів (див. Додаток Д).

Узагальнення одержаних результатів дозволяє стверджувати, що суспільна думка досить критично оцінює сучасний стан демократичних перетворень в Україні. Більшість опитаних (94,1%) хотіли б бачити позитивні зміни в економіці, політиці, в суспільному житті в цілому. На їх думку (68,2%), життя в сучасному суспільстві не відповідає нормам, проголошеним у Конституції України. При цьому становленню України як розвиненої і демократичної держави заважає: відсутність досвідчених і добросовісних керівників (44,7%), свідоме гальмування реформ певними особами та політичними силами (28,2%), і лише незначною мірою (8,2%) – інерційність, консерватизм та байдужість людей.

Як вже зазначалося раніше, загалом має місце низький рівень довіри громадян до політичних партій та їх лідерів [174; 205 та ін.]: більшість опитаних вважає, що вони відстоюють, насамперед, власні інтереси (78,8%), а також інтереси корпоративні (50,6%). На національні інтереси та інтереси виборців вказала лише п'ята частина (відповідно 15,3% та 5,9%), ще 15,3% – не змогли визначитися.

Політико-правова свідомість респондентів значною мірою визначається утилітарною мотивацією, про що свідчить ствердна відповідь на запитання «Чи згодні Ви з твердженням: свобода думки і слова – це не головне, головне – щоб було що їсти і де жити» (65,9%). Вважаємо таку ситуацію цілком зрозумілою, оскільки сьогодні за межею бідності в Україні перебувають близько 80% людей, тобто в такій частині українців споживчий кошик

⁹ Характеристики вибірки: вік – від 30 до 50 років; чоловіки – 40 осіб (47,1%), жінки – 45 осіб (52,9%)

менший від визнаної у світі межі бідності – 17 доларів на день [218]. Як зазначає Г. Л. Вербицька, низький рівень життя широких верств населення у поєднанні з надмірним – за європейськими стандартами – майновим розшаруванням є чи не основною соціальною проблемою України. Таку невинновдану високу ціну платить суспільство за несистемні економічні трансформації [28, с. 305-309].

Політико-правовій консолідації суспільства перешкоджають також різка зміна способу життя та системи соціальних цінностей, падіння життєвого рівня, поділ населення за рівнем матеріальної забезпеченості і доходів, відповідно – маргіналізація і люмпенізація громадян. Соціальні суб'єкти, які формуються за таких несприятливих умов, є надто лабільними та мають низький рівень соціальної самоідентифікації; вони не стільки формують власну думку, що спирається на усвідомлену соціальну позицію, скільки некритично сприймають уявлення політичних еліт, що транслуються засобами масової інформації [254, с. 30-39].

Ставлення респондентів до дотримання демократичних прав можна охарактеризувати як амбівалентне: 58,8% з них вважають, що їх можна обмежити (хоча й тимчасово) задля наведення порядку в державі та подолання злочинності, ще 15,35% – не мають визначеної думки. Найбільш ймовірною причиною такого стану речей вважаємо розходження між декларованими і реальними правами людини в сучасній Україні.

Так, опитані відзначають, що протягом років незалежності вони одержали нові можливості. Переважно це стосується духовної сфери: вільно висловлювати свої політичні погляди (70,6%), виїжджати за кордон (55,3%), дати кращу освіту дітям (54,1%), займатися справою, яка раніше була недоступна (приватне підприємництво, фермерство, бізнес) (51,8%), відчувати себе вільною людиною (51,8%). Важливо, що сьогодні в Україні можна вільно висловлювати свої політичні погляди (60,0%) і не зазнавати за це переслідувань (89,5%); діяти відповідно з совістю та переконаннями (67,0%).

Оцінка змін в базових сферах життєдіяльності менш оптимістична: заробляти значно більше, ніж раніше (40,0%), змінити місце проживання (36,5%), купити достойне житло (20,0%).

При цьому більш важливим респонденти вважають: отримання середнього, але гарантованого заробітку, а не високого заробітку, але пов'язаного з ризиком втратити роботу (56,5% проти 28,2%), гарантоване одержання безплатних квартир від держави, а не можливість власним коштом придбати житло (44,7% проти 40,0%).

В наукових першоджерелах можемо знайти аргументи на користь того, що тут має значення ностальгія громадян за патерналізмом держави радянських часів [102, с. 52-55; 200, с. 161-165; 201, с. 60-65; 244, с. 148-155]. На нашу думку, тут слід, скоріше, говорити не про патерналістські настрої, а про незадоволення громадян актуальним рівнем соціального захисту. Ностальгія за минулим можлива лише у тих, хто жив у тому минулому, а приблизно половина наших респондентів його не пам'ятають: вони живуть у квартирах, одержаних колись батьками, і знають, що раніше освіта і медичне обслуговування було безплатним.

Звідси й невизначеність при відповіді на запитання, хто повинен нести відповідальність за забезпечення людей всім необхідним – вони самі чи держава: 36,5% – не мають визначеної думки, 44,7% – вважають, що це повинна робити держава і лише 18,8% – покладаються на себе.

Повертаючись до мотивації електоральної поведінки, зазначимо, що для респондентів найбільшими цінностями є здоров'я, благополуччя своєї сім'ї та найближчого оточення (56,5%), матеріальний достаток (28,2%) та власна безпека (20,0%). Реалізація свого професійного потенціалу та своїх здібностей набагато менш вагомі (відповідно 16,5% та 15,3%), але значно випереджають мотивацію служінню державі, суспільству, своєму народові (2,3% або 2 особи з 85 опитаних).

Безумовно, що така утилітарність спрямованості особистості повинна мати пояснення. Видається, що ми знаходимо його у відповідях на наступні запитання.

Оцінка свого життя респондентами має, переважно, негативне забарвлення: це страх перед майбутнім (44,7%), незадоволення життям (37,6%), почуття безвиході, неможливості поліпшити своє життя (30,6%), тривога, передчуття небажаних змін (24,7%). Третина опитаних (32,9%) мають надію, що життя поступово зміниться на краще і лише декілька осіб – вказують на емоції позитивного спектру.

Більш оптимістична ситуація з уявленнями опитаних про почуття оточуючих людей: з одного боку, вказується на розгубленість (28,2%), відчай (25,9%), страх (24,7%), байдужість (22,3%), агресивність (15,3%); з іншого – на надію, що життя поступово зміниться на краще (24,7%), почуття свободи і незалежності (7,0%), впевненість в завтрашньому дні та почуття власної гідності (по 4,7%). Видається, що причина тут проста: в сучасному суспільстві не прийнята надмірна відвертість у висловленні своїх переживань, тому на запитання знайомого «Як справи?» ми часто відповідаємо «О'кей», не вдаючись до подробиць.

Амбівалентність електоральної свідомості прослідковується також при порівнянні відповідей на запитання: «Які риси сьогодні необхідні для досягнення життєвого успіху?» та «Які причини, на Вашу думку, заважають досягти життєвого успіху?». В першому випадку називаються активність, ініціатива (55,3%), працелюбність (32,9%), впевненість у собі (27,0%), рішучість та сила волі (21,2%). Але при відповіді на друге запитання переважають не суб'єктивні причини, а обставини об'єктивного гатунку: поганий матеріальний стан (55,3%), відсутність необхідних зв'язків (28,2%), політика держави (25,9%), обтяженість сімейними проблемами (10,6%) та місце проживання (10,6%). На власні хиби (недостатній рівень освіти, особисті якості, власні лінощі) вказали лише окремі респонденти.

Відповідно, можливості досягти для себе, своєї сім'ї матеріального благополуччя понад третина опитаних (38,8%) оцінює як достатньо низькі, приблизно стільки ж (36,5%) – як середні; мати власну справу – відповідно як достатньо низькі (48,2%) та середні (22,3%).

Ще однією характеристикою електоральної поведінки слід вважати пасивність виборців. Майже половина з опитаних (45,9%) не вважають себе громадянином, який здатен впливати на стан справ у країні та нести за них відповідальність, ще третина (30,6%) – над цим питанням взагалі не задумуються; 12,9% – вказали на ситуативну активність у цьому напрямі. Вони не бачать можливості впливати на прийняття рішення, що стосуються власного міста, села (достатньо низько – 56,7%, середньо – 15,3%), тим більше – впливати на прийняття державних рішень (достатньо низько – 61,2%, середньо – 12,8%)¹⁰.

Об'єктивно електоральна культура становить собою відносно стійку систему знань і уявлень, норм електоральної поведінки, виборчого процесу в цілому; це «активна» частина політико-правової культури. Її основними ознаками є динаміка та інтенсивність (в Європі та США побутує вираз: «Виборча кампанія розпочинається наступного дня після оголошення результатів попередньої»).

В Україні виборчі кампанії розпочинаються приблизно за рік до дня голосування, тобто електоральна культура тривалий час перебуває в латентному вигляді та актуалізується лише періодично. Тому сучасні виборчі кампанії досить важко прогнозувати: в їх процесі за допомогою ЗМІ конструюється нова віртуальна реальність, що здатна змінити не лише окремі прояви, але й сам вектор політико-правової активності.

Маємо всі підстави стверджувати, що досить інтенсивний вплив на національну електоральну поведінку справляють PR-кампанії на підтримку

¹⁰ Відзначимо досить значну долю тих, кого ці питання взагалі не цікавлять: відповідно 16,5% та 17,7%

кандидатів на виборні посади та партій. Більше того, їхня перемога або поразка значною мірою зумовлюються відповідністю або невідповідністю стану політико-правової культури електорату. Особливо яскраво це виявляється у випадках залучення до PR-кампаній іноземних фахівців та запозичення з іншого соціокультурного контексту засобів і прийомів, що часто становлять собою «чорний PR» [164]. Показником ефективності PR-кампаній та їх відповідності стану виборчої культури, безумовно, є результати виборів.

Як зазначає О. С. Зубченко, електоральна культура – це динамічний, багатокомпонентний процес передачі та подальшої легітимації політичної влади в рамках певної політичної культури. Суб'єктивним проявом електоральної культури є електоральна поведінка, об'єктивним – політична взаємодія електоральних представництв (окремих кандидатів та політичних партій, їх спонсорів) з питань змін у виборчій системі, створення передвиборчих коаліцій та ін. «Електоральна культура – це відкрита система, що констатується діалектичною взаємодією контурів самовідтворення та саморозвитку, являючи собою екстраполяцію протиріччя між державою і громадянським суспільством у сфері політичних виборів» [76, с. 167].

Вважаємо, що в цьому визначенні не вистачає врахування національної специфіки електоральної культури, яка багато в чому є визначальною. Її призначення полягає, окрім іншого, в забезпеченні кількісного та якісного відтворення демократичних підвалин певної держави. Виборча система взаємодіє з електоральною системою та утворює своєрідні підсистеми, що складають поле електоральної культури, яке врешті-решт формує політико-правові характеристики особи стосовно виборчого процесу [183, с. 224-227].

Серед основних характеристик електоральної поведінки виділимо наступні [75; 181 та ін.]:

- взаємодія електоральних орієнтацій соціальних спільнот та окремих громадян, особливості сприйняття виборцями передвиборчої агітації;

- реагування громадян на чинники, що впливають на електоральну активність;
- ефективність впливу ЗМІ на електоральні вподобання виборців;
- ставлення виборців до можливостей реалізації своїх громадянських прав та функцій як механізму реалізації громадянських свобод;
- участь у політичному житті держави, вплив на владу, зворотний зв'язок із владою через оцінку її дій та їх результатів.

Численні політико-правові дослідження засвідчують, що однією з основних проблем українських виборців є недовіра до наявності причинно-наслідкового зв'язку між голосуванням та змінами у владі [30; 34 та ін.]. Причому йдеться як про високу ймовірність фальсифікацій, так і про переконаність, що політична система України не змінюється через зміни прізвищ її носіїв. Між тим, саме політичні вибори є потужним та єдиним законним механізмом, за допомогою якого можливо задіяти соціально-психологічні та політико-правові фактори впливу:

- народу впливати на владу — змінювати політичних фігурантів, оцінювати якість їх роботи, задавати вектор розвитку держави в цілому;
- стимулювати носіїв влади гідно виконувати свої обов'язки не лише заради власної самооцінки, але й розуміючи, що народ може вплинути на звільнення з посади, на якій не було показано очікуваних результатів.

Аналізуючи наявні наукові здобутки [58; 264 та ін.], ми виділили найбільш згадувані (популярні), взаємопов'язані та взаємообумовлені особливості формування електоральної поведінки виборців (див. табл. 2.3.1).

Чіткий вплив соціально-психологічних та політико-правових чинників простежується у наступних моделях електоральної поведінки виборців [14; 69; 123; 134; 155; 198; 250; 278]:

- *адміністративна модель* — це реактивна поведінка виборця, яка ґрунтується на прагненні уникнути небажаних (невідомих) наслідків зміни державних механізмів взаємодії з народом, тобто позиція збереження чинного status-quo. Відповідно, мотивація «збереження — уникнення»

належить до політико-правових чинників впливу на електоральну поведінку виборців через намір збереження поточного політико-правового стану (адміністративного ресурсу). Відображається вона у голосуванні за посадовців, які вже обіймають виборчі посади;

Таблиця 2.3.1

**Соціально-психологічні та політико-правові особливості
електоральної поведінки виборців**

Особливості електоральної поведінки	
Соціально-психологічні	Політико-правові
приналежність до певних соціальних груп (класових, етнічних, релігійних тощо) накладає відбиток на політичні переконання громадян й змушує орієнтуватися на вибір тих політичних сил, які пропонують покращення життя саме для цієї категорії осіб	реалізація прав громадян на вибори влади, здійснення ними свого вибору щодо наділення окремих осіб чи партій владними повноваженнями
формування політичних переконань виборців за допомогою створення ЗМІ рекламних образів принадного майбутнього, а не на основі реальних результатів діяльності певних політичних сил	вибір «меншого зла»: вплив суспільства на якісний склад нової влади за принципом очікування виборцем меншої шкоди від партії, за яку він проголосував
прагнення виборців асоціюватися з кандидатом на владну посаду	реагування на якість життя у певний період: підтримка влади чи опозиції

- *ідеологічна модель* – протилежна адміністративній, бо фактором впливу на вибір влади є свідомі переконання про бажане й небажане не лише для себе особисто, але й для країни. Основною тут є мотивація створення

суспільного комфорту за допомогою певних політичних сил; з цього випливає незадоволення поточним політичним устроєм держави. Це належить до соціально-психологічних чинників впливу на електоральну поведінку виборців через базування на, перш за все, нематеріальних важелях, хоча й не заперечує їх. Відображається, переважно, у голосуванні за нових або відсторонених від влади посадовців, сподіваючись на політико-правові зміни;

- *іміджева модель* – ілюструє поточну політико-правову ситуацію в Україні з її медіа-війнами у контексті пропаганди одних політичних угруповань та дискредитації інших. Відповідно, керування у своїх політичних переконаннях прихильністю до домінуючого стереотипу «доброго та поганого» образу кандидатів на вищі державні посади (саме їх образу, а не реальних дій особи) належить до соціально-психологічних чинників впливу на електоральну поведінку виборців. Відображається це у голосуванні за найяскравішу картинку у ЗМІ;

- *соціально-економічна модель* – відображає прагнення виборців посилити та примножити можливості того прошарку суспільства, до якого вони належать. Тобто, йдеться про захист, перш за все, майнових інтересів. Мотивація «збереження – примноження» капіталу та робочих місць належить до політико-правових чинників впливу на електоральну поведінку виборців. Відображається вона у голосуванні за осіб, які просувають привілеї для тих соціальних груп, до яких належить відповідний сегмент виборців;

- *проблемна модель* – ґрунтується на віданні переваг тим політичним партіям, які обіцяють вирішити проблеми регіону або великої групи виборців. Відмінність від попередніх полягає в тому, що кандидати на владні державні посади не прагнуть охопити максимум електорату, роблячи ставку на виокремлені «свої» групи. Виборці керуються мотивацією «своя хата з краю» – сподіваннями вирішити нагальні завдання свого регіону, що належить до політико-правових чинників впливу на електоральну поведінку. Прикладом з новітньої української історії тут можуть бути передвиборчі

обіцянки двох останніх президентів України вирішити збройний конфлікт на Донбасі;

- *програмна модель* – передбачає голосування виборців суто з точки зору принад, які обіцяє передвиборча агітація певних кандидатів. На наш погляд, це доволі сумнівний механізм довіри до можливостей, бажання, порядності обраних кандидатів насправді здійснити свої передвиборчі обіцянки.

Раніше ми вже зверталися до численних прикладів невиконання передвиборчих зобов'язань. До того ж, всі кандидати на владні посади обіцяють приблизно те саме й, вважаємо, відрізняються лише реальними можливостями здійснити обіцяне та наявністю бажання це зробити. Відповідно, мотивація тут ґрунтується на довірі та власній неспроможності виборця самостійно перевірити можливості обраних кандидатів, що належить до соціально-психологічних чинників впливу на електоральну поведінку. Відображається вона у голосуванні за посадовців з найкрасномовнішими передвиборчими програмами;

- *модель ідеального політичного профілю* – базується на створенні образу ідеального кандидата на владні посади. Різниця з іміджевою моделлю полягає тут у тому, що замість підкреслення та/чи перебільшення принад реальної особистості, за допомогою ЗМІ створюється завідомо штучний образ досконалого політика. Тобто, це майже сценічна роль, яку грає відповідний кандидат чи політична партія. Мотивація «збереження – примноження» капіталу та робочих місць належить до соціально-психологічних чинників впливу на електоральну поведінку, вона відображається у голосуванні за осіб, яким вдалося максимально реалістично поводитися як ідеальним політикам. Зазначимо, що ця модель дуже нестійка через легкість розвінчання – особливості поведінки в заздалегідь не відрепетируваних ситуаціях (переживання конфлікту, стресу та ін.);

- *модель референтної групи* – спирається на думку авторитетної меншості, чий вибір повторює більшість. Відповідно, мотивація «за мене все

вирішають інші» належить до соціально-психологічних чинників впливу на електоральну поведінку. Вона відображається у голосуванні за посадовців, які подобаються начальству, суспільству та ін., тобто без власної критичної оцінки кандидата;

- *традиційна модель* – це некритичне відання при голосуванні переваги партії чи окремій особі, за яку вже раніше голосували, незважаючи на її ефективність та актуальність. Прикладом тут може бути прихильність окремих категорій виборців комуністичній партії вже у пострадянський період. Мотивація «за вже знайоме, аби не було гірше» належить до соціально-психологічних чинників впливу на електоральну поведінку, вона відображається у голосуванні «за звичкою» за одних й тих самих осіб;

- *маніпулятивна модель* – ґрунтується на зверненні до виборця за рахунок адресної пропаганди. Прикладом тут може бути залякування ймовірністю підвищення цін у разі програшу даної партії та обіцянки соціально-політичного раю – за умови її успіху. Від інших, на нашу думку, дана модель відрізняється суто маніпулятивним впливом, який виключає будь-які можливості для реального прогресу. Вона належить до соціально-психологічних чинників впливу на електоральну поведінку і відображається у голосуванні за осіб, які переконали виборців у своїй необхідності на виборчих посадах, але без реальних намірів здійснити обіцяне;

- *когнітивна модель* – голосування за кандидата чи партію через власні сформовані переконання про корисність цих осіб на виборчих посадах. Від інших відрізняється наявністю критичного осмислення та відсутністю обмежень у виборі через сторонні чинники. Відповідно, йдеться про дійсно свідомий вибір політичних сил, що належить до політико-правових чинників впливу на електоральну поведінку виборців. Така модель відображається у голосуванні за осіб, чиї передвиборчі програми та реальні дії відповідають уявленню про належне у цій площині у політико-правовій свідомості виборців.

Для наочності наведемо моделі електоральної поведінки виборців та чинників, що їх формують (див. табл. 2.3.2).

Як бачимо, соціально-психологічні чинники чинять більший вплив на електоральну поведінку, ніж політико-правові. Наскільки (у відсотках) представлена кожна з названих моделей у соціально-політичній сфері України, визначити досить складно, оскільки виборці не завжди в змозі пояснити, що саме ними рухає під час голосування.

Таблиця 2.3.2

**Основні моделі електоральної поведінки виборців
та чинники, що їх формують**

Моделі електоральної культури виборців	
Соціально-психологічні чинники	Політико-правові чинники
• іміджева модель • програмна модель; • модель ідеального політичного профілю; • модель референтної групи; • традиційна модель; • маніпулятивна модель	• адміністративна модель; • соціально-економічна модель; • проблемна модель; • когнітивна модель

Остання позиція дозволяє виділити два основних типи електоральної поведінки: раціональний – усвідомлене голосування та ірраціональний – неусвідомлений, емоційний вибір. Ми погоджуємося з авторами, які вказують на динамічну ситуацію в розподілі таких типів [14; 69; 123; 134; 155; 198; 250; 278]. Інші дослідники виділяють три основні тенденції електоральної поведінки виборців [241, с. 49] – соціологічний, соціально-психологічний та раціональний, але також вказують на динамічність цих тенденцій: виборці відносно цього розподілу часто змінюють свої уподобання.

На наш погляд, доцільно сприймати українських виборців як носіїв складної електоральної культури, яка часто має типологічні ознаки амбівалентного характеру. Це можна порівняти з типами темпераменту людини: ознаки кожного з них притаманні кожній особі, проте у різному співвідношенні. Особливо актуально це для України, з її з молодого демократією та перехідними соціальними процесами (гібридними політичними реформами, нестійкою соціальною координацією, тощо).

Проаналізувавши здобутки науковців [87; 109; 182; 206; 256 та ін.], можемо стверджувати, що електоральна культура в нашій країні останніми десятиріччями піддавалася інтенсивній еволюції, обумовленій значними соціальними змінами:

- трансформації з радянської та пострадянської країни до незалежної держави проєвропейської спрямованості;
- переусвідомлення національно-історичної специфіки (піднесення престижу національних традицій та української мови, утворення незалежної Православної церкви України, тощо).

Відповідно, через стрімкі зміни політичного ладу та уявлень про бажане майбутнє, формування електоральної поведінки виборців в Україні відбувається в умовах радикальних змін уявлень про владу та державні інституції. Це не може не відображатися на наявності/відсутності у виборців відчуття стабільності, благонадійності керівництва держави [124, с. 57], а також традиції сприймати український уряд як повноцінне та окреме від інших держав утворення.

На нашу думку, недовірі та низькій електоральній культурі сприяють завищені очікування від політиків, яких обирають під час голосування на виборах. Часто такі невинновдані очікування є провиною самих новообраних урядовців: їх діяльність після обрання на державні посади відрізняється від їх передвиборчих обіцянок. Відповідно, подібні соціально-психологічні чинники мають небажаний вплив на формування електоральної поведінки виборців – відлякують їх від голосування як від того, що не має сенсу.

До політико-правових чинників формування електоральної поведінки виборців належить також те, що наша країна досить неоднорідна за структурою і змістом суспільної свідомості серед різних верств населення, соціальних груп, регіонів та різних поколінь. На відміну від країн Європи та США, з їх усталеною демократією та електоральними традиціями, українці кожної з перелічених груп мають власне уявлення про належне політико-правове майбутнє України.

Слід зазначити, що поведінка електорату у передвиборчий період та у процесі голосування є найбільш важливим проявом їх політико-правової культури. Коли виборці віддають голоси за певну політичну партію чи певну особу, на них впливають різноманітні політичні, соціально-психологічні та інші чинники, а також засоби PR і політтехнологій. Але при кожних виборах у кожній державі є люди, які не голосують з тих чи інших причин. Абсентеїзм¹¹, як правило, спричиняється нерозвиненістю політико-правової свідомості людей, які більше піклуються про елементарне виживання, аніж про підтримку амбіційних та егоїстичних інтересів політиків-владотлюбців, а також уявленнями, що їх особиста участь у виборах нічого не змінить [91, с. 37-40]. В більш широкому сенсі «абсентеїзм» – байдуже ставлення до суспільного життя загалом. Позиція неучасті, яку прийняла особа, стосується тих видів громадянської активності, де вона може себе проявити: висловити свою думку, визначити свою належність до будь якої групи чи організації, окреслити своє ставлення до певної події чи явища.

Абсентеїзм в Україні не має давньої історії: в Радянському Союзі відсоток голосування на виборах сягав майже 100%. У Всеукраїнському референдумі про проголошення незалежності України участь у виборах брало 84% виборців, у парламентських виборах 1998 р. – 70,6%, у виборах президента 1999 р. – 74,9% [91, с. 37-40]. Це засвідчує, що громадянам було дуже важливо висловити свою власну думку.

¹¹ Абсентеїзм –позиція пасивності, неучасті в політичному житті; антонім до слова «активність», «активна політична позиція» [1].

Події «першого Майдану», що сприймалися як реальна можливість змінити політичний режим через зміну лідера держави – дещо каталізували громадянську політико-правову активність, але вже з 2006 р. кількість абсентеїстів різко зростає до 38%. Такий стан речей зумовлюється великою розчарованістю у владі: громадяни хотіли бачити політичні, економічні, соціальні зміни, натомість – сварки всередині помаранчевої команди.

Зарубіжні дослідники визначають Україні як «гібридну державу», де панує авторитарний, хоча й змагальний політичний режим. Політичні процеси у таких державах характеризуються корупцією та домінуванням еліт, які не мають підтримки населення. Отже, й рівень політичної участі громадян – низький, вибори дають непевні результати, тому й мають невизначену легітимність [288].

На наш погляд, визначення виборчого процесу у конституційному праві розуміється дещо звужено: це врегульована Конституцією та законами України специфічна діяльність органів і громадян (суб'єктів виборчого процесу), спрямована на підготовку і проведення виборів з метою формування представницьких органів влади [96, с. 200-204]. Оскільки вибори мають суспільну політико-правову природу, виборчий процес – це не просто адміністративний та технологічний процес, це процес публічно-конкурентний. Його найважливіша ознака – це можливість здійснення політичної правосуб'єктності виборців.

У зв'язку з означенням набуває найважливішого значення принцип дотримання вимог законності: неприпустимими є будь-які порушення закону. При цьому дотримання вимог законності має бути наслідком високої політико-правової культури учасників виборчого процесу, а не здійснюватися просто під загрозою покарання [95, с. 33].

Як вже зазначалося раніше, поведінкова складова політико-правової культури – найбільш яскравий елемент електоральної культури, що на індивідуальному рівні проявляється в процесі передвиборчої агітації та власне голосування. При цьому передвиборчу агітацію слід вважати

найбільш політизованою частиною виборчого процесу. Саме тут до виборця доноситься потік інформації про кандидата (прямо) та його опонентів (опосередковано), що значною мірою визначають його вибір – свідомий і зважений чи емоційно-ірраціональний; на цьому ж етапі самі виборці обмінюються інформацією та її суб'єктивними оцінками.

Безумовно, що кожен виборець є суб'єктом виборчого процесу, тому він має право на такий обмін відповідно до своїх політичних переконань чи емоційних уподобань. Але при цьому слід враховувати, що згідно Виборчого Кодексу України [33], участь виборців у передвиборчій агітації передбачає знання ними основних її форм і засобів, основних умов та обмежень щодо проведення публічних заходів. Активна поведінка виборців не повинна виходити за межі можливостей, наданих законодавством – це розповсюдження виборчих листівок, розклеювання виборчих плакатів, публічні закликів голосувати за або проти партій чи кандидатів, що не містять забороненої законом інформації. Громадяни мають право висловлюватися щодо передвиборчих програм партій (блоків) та передвиборчих зобов'язань окремих кандидатів у депутати, їх ділових та особистих якостей. Але при цьому закон забороняє:

- поширювати матеріали, що містять заклики до ліквідації незалежності України, зміни конституційного ладу насильницьким шляхом, порушення суверенітету і територіальної цілісності держави, підриву державної безпеки, незаконного захоплення державної влади, пропаганди війни, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, посягання на права і свободи людини, здоров'я населення;

- надавати виборцям гроші чи безоплатно або на пільгових умовах товари, послуги, цінні папери тощо;

- розміщувати агітаційні матеріали на пам'ятках архітектури, а також у місцях, де вони перешкоджають безпеці дорожнього руху;

- проводити агітацію посадовим та службовим особам органів державної влади та місцевого самоврядування, а також членам виборчих комісій [95, с. 33].

Відсутність необхідних правових знань потенційно небезпечна тим, що виборець може стати об'єктом маніпулятивного впливу та буде притягнений до відповідальності за порушення юрисдикційних норм. Здійснення такого впливу небезпечне також тим, що воно здатне істотно впливати на політичний вибір особи, змінюючи пріоритети уподобань.

Наявність правових знань, навпаки, дозволяє захищати і відстоювати свої права. Наприклад, дотепер непоодинокими є випадки, коли люди працюють у виборчих комісіях примусово, за наказом чи проханням керівництва; кандидати у депутати, які перебувають на адміністративних посадах, залучають своїх підлеглих до передвиборчої агітації, в тому числі – в робочий час.

На етапі голосування наявність правових знань і вмінь активної поведінки також необхідна. Вони визначають готовність як відстоювати власні права, так і реагувати на порушення виборчого законодавства. Безумовно, що на виборчих дільницях присутні спостерігачі, але й самі виборці повинні зважати на обов'язкову наявність програм всіх (без виключення!) політичних партій та кандидатів; на присутність сторонніх «консультантів», які розповідають про нюанси голосування; на появу одночасно великих груп голосуючих однорідних соціальних груп.

На суспільному рівні електоральна поведінка виборців не вичерпується лише їхнім періодичним голосуванням, загалом вона передбачає участь у суспільних справах, політико-правову та громадську активність. Саме за рахунок цього реалізуються соціально-психологічні механізми формування політико-правової свідомості, що впливають не лише на електоральний вибір, але й на усвідомлення людьми своїх потреб і прагнень як громадян держави.

Процес формування електоральної поведінки виборців, як і будь-якої іншої (правомірної, девіантної, асоціальної) проходить ряд послідовних стадій: 1) пізнання чи одержання уявлення про політико-правові принципи і норми; 2) оцінка цих принципів і норм, виникнення інтересу до них на емоційному та раціональному рівнях; 3) їх уособлення (привласнення); 4) особистісна ідентифікація з чинними нормативними приписами (політико-правові переконання); 5) реалізація норми в поведінці, закріплення її як стереотипу [12, с. 10-13].

Аналізуючи наукові здобутки [206; 223 та ін.], ми виокремили низку чинників, від яких залежить успіх передвиборчої кампанії та здобуття виборчих посад. У боротьбі за електорат світова практика пропонує наступні психолого-політичні технології, що актуальні й для України.

1. Врахування соціально-економічних та політико-правових особливостей кожного електорального сектору: кандидат від певного округу має наголошувати на вирішенні місцевих проблем регіону, а не декларувати, як це часто мало місце в передвиборчій агітації, загальні лозунги на кшталт «Я люблю Україну; Любіть Україну».

На нашу думку, навіть політик-початківець може досягти значних успіхів, якщо продемонструє глибокі знання актуальних потреб своїх виборців. Такий підхід свідчить про бажання покращити життя конкретного сектору громадян, а не якоїсь абстрактної спільноти. Згідно з соціально-психологічними законами, виборці інших регіонів звертають увагу на такого політика як потенційно корисного посадовця й на більш масштабних ділянках впливу. Наприклад, майже всі президенти України, перш ніж очолити державу, зарекомендували себе як лідерів на попередніх державних посадах. Виключенням є лише чинний Президент Володимир Зеленський, який набув популярності, значною мірою, завдяки ролі президента у телесеріалі «Слуга народу», що є безпрецедентним для України й світу загалом та потенційно цікавим розвитком подій як у соціально-психологічній, так і в політико-правовій площині.

2. Врахування актуальних потреб окремих категорій виборців, що визначаються сукупністю демографічних та соціально-економічних показників, наприклад:

- вирішення локальних проблем молодих сімей (наявність у певній місцевості достатньої кількості дошкільних закладів та інституцій освіти всіх рівнів);
- опіка над людьми похилого віку, які потребують допомоги (матеріальна допомога, оздоровчі заходи, захист від небажаних впливів тощо);
- контроль за безробіттям у регіоні та докладання зусиль з його подолання і профілактики.

3. Адаптація виборчих технологій під очікування електорату. Тут прослідковується якісна різниця відносно попередньої позиції: очікування та потреби електорату – часто не одні й ті ж речі.

Для виявлення очікувань та успіху передвиборчої агітації проводяться дослідження політичного ринку даної місцевості, наприклад, вивчення попередніх агітаційних кампаній інших політиків та їх досягнень у здійсненні обіцяного. На основі цього виборцям пропонується піти далі, ніж це здійснили конкуренти. Це надає певні переваги: можна спиратися на досвід невдалих спроб вирішення спірних питань та не повторювати вже здійснених помилок попередників.

4. Визначення цільової електоральної групи. Окремий політик чи політична партія досягають успіху тоді, коли «роблять ставку» на той сегмент виборців, вплив на який принесе успіх саме певним кандидатам. Наприклад, молоді політики звертаються до проблем молоді, особи більш зрілого віку – порушують проблеми соціального захисту. Хоча передвиборчі програми всіх кандидатів можуть враховувати майже весь спектр соціально-політичних проблем, проте акцентувати увагу доцільно на тому, що більш відповідає основному вектору спрямування даної політичної сили.

Так, у передвиборчій програмі чинного Президента України В. Зеленського було приділено багато уваги молоді за допомогою тих засобів соціальних комунікацій, які популярні серед осіб до 40-45 років – інтернет-соціальним мережам. Українське суспільство у період активної передвиборчої агітації (весна 2019 р.) мало змогу спостерігати багато відеозвернень від В. Зеленського та його команди. Вони публікували у соціальних мережах та коментували майже кожен свій політичний крок, чим долучали до себе величезну кількість прихильників, які піддавалися емпатійному емоційному заохоченню. Цю практику намагалися наслідувати й інші кандидати, проте значно менш ефективно.

Розгляд чинників, від яких залежить успіх передвиборчої кампанії та отримання виборчих посад, дозволяє стверджувати, що для українського електорату характерно значне розшаруванням за економічними, ідеологічними та іншими ознаками. Відповідно, вплив на електоральну поведінку виборців та якісна взаємодія з нею матиме бажаний результат лише при диференційованому підході до всіх аспектів передвиборчих перегонів.

Тут постає значущим визначення своїх адресних електоральних груп для кожної політичної сили. Спираючись на здобутки дослідників, можна виокремити наступні підстави для конструювання адресних електоральних груп, характерних для України [60; 108 та ін.]:

- соціально-економічні (відповідні верстви населення);
- територіальні (об'єднання за місцем проживання);
- корпоративні (військовослужбовці, працівники правоохоронних органів, вчителі тощо);
- наявність певних однорідних проблем (актуальність соціальних негараздів для великої кількості осіб, наприклад, нестача опалення для певної місцевості);
- особистісні (акцент на суспільно бажаному образі політичної сили певного типу).

Таким чином, наукові дослідження детермінант електоральної поведінки виборців представлені трьома групами теорій: в межах біхевіоризму – формування такої поведінки зумовлюється впливом зовнішніх чинників, насамперед, соціально-психологічною ідентифікацією з референтною групою, яка підтримує певні політичні сили чи окремого кандидата на виборну посаду; теорія раціонального вибору – поведінка залежить, передусім, від економічних чинників; політична географія – визначає успіх політичних партій чи окремих кандидатів як реакцію виборців на їх діяльність у «своїх» регіонах, тобто ступінь зацікавленості і врахування нагальних проблем регіонального електорату.

Сучасна суспільна думка досить критично оцінює стан демократичних перетворень в Україні. Більшість опитаних (94,1%) хотіли б бачити позитивні зміни в економіці, політиці, в суспільному житті в цілому. На їх думку (68,2%), життя в суспільстві не відповідає нормам, проголошеним у Конституції України. При цьому становленню України як розвиненої і демократичної держави заважає: відсутність досвідчених і добросовісних керівників (44,7%), свідоме гальмування реформ певними особами та політичними силами (28,2%), і лише незначною мірою (8,2%) – інерційність, консерватизм та байдужість людей.

Основними характеристиками електоральної поведінки є наступні: взаємодія електоральних орієнтацій соціальних спільнот та окремих громадян, особливості сприйняття виборцями передвиборчої агітації; реагування громадян на чинники, що впливають на електоральну активність; ефективність впливу ЗМІ на електоральні вподобання виборців; ставлення виборців до можливостей реалізації своїх громадянських прав та функцій як механізму реалізації громадянських свобод; участь у політичному житті держави, вплив на владу, зворотний зв'язок із владою через оцінку її дій та їх результатів.

Однією з провідних характеристик електоральної поведінки є також пасивність виборців. Майже половина з опитаних (45,9%) не вважають себе

громадянином, який здатен впливати на стан справ у країні та нести за них відповідальність, ще третина (30,6%) – над цим питанням взагалі не задумуються; 12,9% – вказали на ситуативну активність у цьому напрямі. Вони не бачать можливості впливати на прийняття рішення, що стосуються власного міста чи села, тим більше – впливати на прийняття державних рішень.

Рівень когнітивної, емоційної та поведінкової складової політико-правової свідомості, у яких проявляється електоральна культура виборців України, слід оцінювати як недостатній. При цьому політико-правові знання та уявлення (когнітивна складова), прагнення до демократичних перетворень у державі загалом є найбільш сформованими, а реальний рівень активності (поведінкова складова) – проявляється набагато менше. На рівні декларованому демократичні цінності підтримуються практично всіма громадянами, тоді як у реальному житті вони часто «відступають на другий план»: у політико-правовій свідомості виборців ще не знайшла відображення думка, що тільки активна електоральна поведінка загалу виборців здатна впливати на демократичні перетворення суспільства.

Висновки до розділу 2

Узагальнення одержаних результатів дозволяє дійти наступних висновків:

1) загальною характеристикою політико-правового самовизначення молоді в сучасний період є певна суперечливість поглядів, переконань і поведінки. З одного боку, результати соціологічних опитувань засвідчують, що лише 16% молоді цікавляться політикою; з іншого – саме молодь є найбільш активними учасниками резонансних політичних подій в Україні останнього часу. Політична й соціально-економічна нестабільність у державі продукує протестні настрої у референтному середовищі, тому не виявляючи безпосередньо політико-правової активності, студенти вважають, що в

Україні наявні нагальні підстави для акцій непокори, хоча й не готові до них приєднатися. При цьому більшість молодих людей не цікавляться громадським життям власного ВЗО (лише приблизно кожен десятий епізодично брав участь у їхній діяльності), не висловлюють бажання вступати до будь-якої політичної партії чи громадської організації;

2) проведене емпіричне дослідження засвідчує, що: 1) студенти менше орієнтовані на інформацію, що надається ЗМІ (24,1%), ніж громадяни загалом; вони віддають перевагу Інтернет-ресурсам (34,5%) та міжособистісному спілкуванню (32,8%). При цьому рівень їх недовіри до засобів масової інформації також вищий (не довіряю певною мірою – 38,8%, не довіряю повністю – 33,6%); 2) студенти досить критичні стосовно власної професійної компетентності. Так, лише п'ята їх частина вважає свої правові знання достатніми для захисту своїх прав; прагнення удосконалювати свої знання притаманне 44,1%, невизначену відповідь надали 25,8% опитаних; 3) студенти демонструють амбівалентність стосовно оцінки діяльності правоохоронних органів. Так, для захисту своїх прав третина з них (34,5%) звернулася б до поліції, але четверта частина (25,9%) – не має віри до жодної з перерахованих інституцій; 4) рівень розвиненості політико-правової свідомості опитаних студентів не може бути оцінений як достатній. Так, половина з них (50,8%) не задумувалися над особливостями сучасного стану законодавства, що регулює виборчий процес в Україні; 61,2% оцінюють свою поведінку як виборця як пасивну, ще 25,9% – взагалі не цікавляться цією проблемою;

3) основна боротьба за виборців, вплив на них та можливості для формування політико-правової свідомості на сьогодні найбільшою мірою відбуваються в інформаційному просторі, точніше – у віртуальному світі (інтернет, соціальні мережі), популярність якого перевищує всі інші ЗМІ. Відповідно, на виборців впливають не стільки реальні дії та поведінка політиків, скільки висвітлення цих дій (дійсних чи вигаданих) в інтернеті та ЗМІ, що створюються політтехнологами та рекламними кампаніями;

4) політичні партії прагнуть контролювати, тобто мати у своїй власності завдяки фінансуванню, впливові телеканали, радіо та періодичну пресу. Українські реалії засвідчують, що володіння рейтинговим телеканалом немалою мірою сприяє подоланню відсоткового бар'єру, необхідного для проходження в парламент. Не настільки значний, але також вагомий внесок належить тут радіо та періодичній пресі;

5) ставлення виборців до дотримання демократичних прав характеризується як амбівалентне: 58,8% з них вважають, що їх можна обмежити (хоча й тимчасово) задля наведення порядку в державі та подолання злочинності, ще 15,35% – не мають визначеної думки. Найбільш ймовірною причиною такого стану речей є розходження між декларованими і реальними правами людини в сучасній Україні. Нові можливості, одержані протягом років незалежності, стосуються, переважно, духовної сфери: вільно висловлювати свої політичні погляди (70,6%), виїжджати за кордон (55,3%), дати кращу освіту дітям (54,1%), відчувати себе вільною людиною (51,8%):

6) найбільшими цінностями для респондентів є здоров'я, благополуччя своєї сім'ї та найближчого оточення (56,5%), матеріальний достаток (28,2%) та власна безпека (20,0%). Реалізація свого професійного потенціалу та своїх здібностей набагато менш вагомі (відповідно 16,5% та 15,3%), але значно випереджають мотивацію служінню державі, суспільству, своєму народові (2,3%). Такий стан речей зумовлений тим, що оцінка свого життя має, переважно, негативне забарвлення: це страх перед майбутнім (44,7%), незадоволення життям (37,6%), почуття безвиході, неможливості поліпшити своє життя (30,6%), тривога, передчуття небажаних змін (24,7%), третина опитаних (32,9%) мають надію, що життя поступово зміниться на краще і лише декілька осіб – вказують на емоції позитивного спектру.

РОЗДІЛ 3.

ЕЛЕКТОРАЛЬНА ПОВЕДІНКА ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ ПОЛІТИКО-ПРАВОВОЇ СВІДОМОСТІ ВИБОРЦІВ

Особливості електоральної поведінки досліджували вітчизняні і зарубіжні вчені, зокрема, М. В. Мирош, Ю. Г. Барабаш, А. П. Голод, А. В. Коротаєв, В. В. Путренко, Л. М. Ісаєв, С. Г. Серьогіна, Д. О. Ляшенко та ін. Серед різноманітних визначень електоральної поведінки у контексті нашого дослідження увагу привертають наступні:

- сукупність дій, які виражають політичні орієнтації виборців щодо делегування їх повноважень представницьким органам влади. Виявляється в участі або неучасті електорату (громадян, що мають право голосу) в голосуванні. Електоральна поведінка має специфічний зміст і показники прояву на всіх етапах процесу (кампанії) виборів: напередодні виборів у політичних акціях передвиборчої кампанії; в безпосередній участі у виборах та після них (стосунки виборців та обраних – зустрічі, запити, відкликання, перевибори тощо) [222, с. 71];

- один з найпоширеніших типів політичної поведінки, виражений в участі або в неучасті потенційних виборців у голосуванні; частина таких категорій як політична участь, політична поведінка, політична діяльність [231, с. 84];

- участь у діях, пов'язаних із делегуванням, тобто ототожнення з участю в голосуванні. Голосування – центральна та наймасовіша форма політичної участі. Електоральна поведінка – це форма конвекційної політичної участі [273, с. 67];

- певний процес, а не закінчена дія. Поведінка виборця передбачає накопичення, збирання інформації, а вже згодом прийняття рішення, акт вибору того чи іншого кандидата, тієї чи іншої позиції [191, с. 38].

На основі вищевикладеного пропонуємо наступне узагальнення уявлень про явище «електоральної поведінки» – *це реагування виборця на поточні політичні події через участь або неучасть у голосуванні на виборах та подальша підтримка або відмова у ній щодо тієї політичної сили, за яку він проголосував.*

3.1. Раціонально-релевантні та емоційно-релевантні чинники мотивації електоральної поведінки виборців

У площині електоральної поведінки вибори є механізмом політичної мобілізації населення – запрошенням до участі у легітимізації влади з метою підтримки існуючого режиму або делегування владних повноважень опозиції. Узагальнення одержаних нами емпіричних результатів та міркувань інших науковців засвідчує, що чинники впливу на електоральну поведінку можна розподілити на дві основні групи – раціональні та емоційні [82; 261 та ін.].

Як зазначено в енциклопедичному словнику «Соціальна філософія», «раціональність (від лат. ratio – розум) – у найширшому сенсі означає розумність, свідомість, протилежність ірраціональності. У більш вузькому значенні – це характеристика знання з точки зору його відповідності деяким принципам мислення» [219, с. 260]. Отже, раціональні чинники мотивації електоральної поведінки виборців пов'язані з розумним, усвідомленим підходом до прийняття ними рішення, за кого віддавати свій голос під час виборів.

Протилежний підхід випливає з визначення поняття ірраціональності (лат. irrationalis – несвідоме, нерозумне) – верховенство почуттєвого в світосприйнятті та оцінюванні світу [219, с. 371]. Відповідно, емоційні чинники мотивації електоральної поведінки виборців пов'язані з таким

ставленням до певних політичних сил чи окремих функціонерів, що перебуває поза межами осмислення, є алогічним або неінтелектуальним.

Ефективність виборів як інструменту побудови демократичного суспільства та реалізації виборчих прав окремих громадян, безумовно, залежать від досконалості законодавства, а також механізмів і процедур їх проведення, але не меншою мірою – від поведінки виборців, які мають інтерес до політики і розбудови державоустрою загалом, приймають рішення та вчиняють раціонально чи емоційно. При цьому на них активно впливають різноманітні засоби виборчих технологій та соціально-психологічний контекст виборчого процесу. Тому поведінка електорату в передвиборчий період і в процесі самих виборів є одним із важливих проявів їх політико-правової культури.

У наукових першоджерелах [18; 21; 45 та ін.] виділяють раціональне та ірраціональне у політиці загалом й, відповідно, у впливі на електоральну поведінку. Першим, хто здійснив спробу перетворення політики на науку, по праву вважається Н. Макіавеллі. В трактаті «Государ» (1513 р.) [125] він надав обґрунтування політики як ціннісно-нейтральної сфери діяльності, яка повинна бути невіддільна законам моралі, тобто бути раціональною, а не почуттєвою. Вже в XX ст. науковці також відзначали важливість відокремлення політики від ірраціонального, доцільність раціоналізації політики в цілому та електоральної поведінки виборців як відображення політичних процесів (К. Мангейм, Р. Арон, Х. Арент та ін.). Хоча, на відміну від середньовіччя, основним чинником відокремлення тут слугує не намагання позбавитися релігійних обмежень, а прагнення до свободи і демократії.

Електоральна поведінка виборців як психолого-правове явище [5; 160 та ін.] у своїй *раціональній частині* відображає їх здатність критично оцінювати вибір представників певних політичних сил та заявлені ними передвиборчі зобов'язання. Останнє потребує, відповідно, наявності постановки і вибору цілей, які ставить перед собою виборець. У реаліях

нашої держави це означає, що через надання владних повноважень певній політичній силі він сприятиме своїм вибором при голосуванні:

- зміцненню добробуту громадян України;
- вдосконаленню регулювання владою соціальних відносин;
- оптимальному керуванню суспільством, профілактиці дезорганізації управління та ін.

На противагу цьому, *іrrаціональність* в електоральній поведінці виборців виражається в домінуванні емоцій, коли голосування за певних політичних діячів здійснюється на основі асоціацій кандидатів на владні посади з фольклорними поетичними образами чи певними наївно-містичними міркуваннями (на кшталт «Він – ефективний бізнесмен, тому зможе навести лад у економіці», «Вона жінка, тому буде захищати права дітей», «Він спортсмен, тому далекий від корупції», тощо) [262, с. 78].

Науковці аргументують [94; 226 та ін.], що інтенсивність та сутність впливу на електоральну поведінку залежать від соціальної групи або політичної партії, з якою виборець себе ідентифікує. Психологічна близькість до такої групи визначає для особи цінності та ідеали, які їй пропонують. Відповідно, здатність критично оцінювати їх та робити висновки зумовлює тип електоральної поведінки – буде вона раціональною чи емоційною.

Наприклад, виборець розуміє всі або більшість аспектів передвиборчої програми та свідомо голосує за неї – це прояв раціональної мотивації його електоральної поведінки. Або ж виборець не володіє специфічною термінологією, не цілком розуміє, що саме пропонує певний кандидат, проте голосує за нього, керуючись більш інтуїтивними уподобаннями, ніж тим, що можна піддати критичній оцінці – це приклад іrrаціональної мотивації електоральної поведінки виборця.

Обидва підходи (орієнтація на раціональні чи емоційні чинники) визначають мотивацію поведінки окремих електоральних груп, на які зацікавлені політичні сили можуть здійснювати вплив; звужують спектр їх політико-правового світосприйняття, обмежуючи можливості вибору

альтернативного варіанту. Світоглядні орієнтації спрощують політичний вибір, роблять його передбачуваним і, відповідно, керованим. При цьому раціональний підхід проявляється в тому, що виборці голосують за ту політичну силу, яка, на їх думку, забезпечить їм особисто більшу вигоду; емоційні – у голосуванні на основі іміджево сформованих симпатій чи антипатій.

Проблема чинників мотивації електоральної поведінки досить детально розглядалася у контексті теорії раціонального вибору (К. Монро, К. Майер, У. Рікер, Г. Сімон) [293; 295; 296], згідно з якою вибір є раціональним, коли він співпадає з інтересами особи, яка обирає. При цьому більшість adeptів теорії раціонального вибору вважають, що раціональність є категорією економічною. Як зазначає Е. Даунс, кожна розумна людина приймає рішення стосовно голосування так само, як і всі інші: якщо дохід перевищує видатки, людина голосує, якщо ні – утримується [284]. Це означає, що громадяни в передвиборчому процесі оцінюють результати партійної політики: якщо її наслідком стало покращення життя – виборці голосують за правлячу партію, якщо життя погіршилося – за опозицію. Ілюстрацією цього може бути виборча кампанія в майже в кожній європейській країні: спостерігаємо класичну схему агітації партії влади та опозиції, коли правляча коаліція акцентує увагу на своїх досягненнях, а опозиція – на недоліках урядової політики. Втім, українському електорату в аналогічних ситуаціях робити свій вибір набагато складніше через нестабільність партій та блоків правлячої коаліції, а також непослідовність поведінки партійних лідерів (наприклад, Луценко Ю. В. в різний час був членом Соціалістичної партії України, партії «Народна самооборона», партійного блоку «Наша Україна», партії «Солідарність», Блоку Петра Порошенка).

Окрім теорії раціонального вибору, існують і інші підходи до розуміння раціональності. Зрештою, раціональною є будь-яка поведінка, що спричиняється логічними міркуваннями і завершується упорядкованими умовисновком, отже, основою для політичного вибору можуть стати правові,

моральні переконання, релігійні чи етнічні вподобання, тощо [163, с. 106-125]. Більше того, суб'єкта голосування може зробити свій вибір під впливом референтної групи, і в соціально-психологічному сенсі його поведінку також слід вважати раціональною [175].

Кажучи іншими словами, раціональний вибір передбачає усвідомлення виборцем як власної суб'єктності («я обираю»), так і об'єктності («я обираю, тому що...»). Соціальна поведінка завжди детермінується певними суспільними умовами, що створює сприятливі передумови для маніпулювання особою з боку об'єктів голосування в процесі прийняття рішення [175, с. 38].

Окрім вищезазначених, для пояснення мотивації електоральної поведінки застосовуються багатофакторні моделі, в яких фігурує низка чинників. Одна з таких моделей – «воронка причинності» [135, с. 47-54], що передбачає врахування показників чотирьох рівнів: 1) специфіка країни в цілому (тип і рівень розвитку державності, економічна та політична кон'юнктура, соціальне розшарування, особливості стабільного розвитку чи перехідного періоду); 2) особливості політико-правової свідомості суспільства, діяльність ЗМІ, характер виборчої компанії, позиції виборців з окремих проблем; 3) ретроспективна та перспективна оцінка виборцями ефективності діяльності конкретних політичних сил; 4) уявлення та емоційне ставлення виборців до конкретних кандидатів чи політичних партій (підстави для голосування «за» чи «проти»).

Проаналізувавши здобутки науковців, які досліджували схожу тематику [119; 207 та ін.], ми виокремили положення, вагомі у контексті політико-правової свідомості. Зокрема, радянське минуле України наклало відбиток на мотивацію електоральної поведінки (спадщина світосприйняття від поколінь до поколінь) як схильність віддавати перевагу тим політичним силам, які демонструють патерналістські риси у своєму іміджі.

Ймовірно, це пов'язане з колишньою обмеженістю для більшості населення рівня достатку та можливостей у різних сферах (умови товарного

дефіциту, «залізної завіси» тощо). Такий історичний досвід українських виборців тенденційно спрямовує їх до пошуку сильних захисників, які візьмуть на себе відповідальність за добробут громадян. Відповідно, виборці прагнуть не стільки відстоювати самостійно власні права, скільки делегувати їх захист обранцям на виборах.

Цей чинник має особливе значення тому, що поєднує як раціональні, так і емоційні чинники мотивації електоральної поведінки. Прагнення «сильної руки» мало під собою очевидну раціональну обумовленість. Його відголоски сьогодні вже давно не актуальні, хоча продовжують чинити свій вплив – вони емоційні, більше того – суперечать гуманістичним ідеалам демократії та громадянського суспільства, до яких прагне Україна. Електоральні вподобання системи політичних відносин, заснованих на принципах патерналізму, вказують на прагнення до державоустрою, де обрана політична сила через відповідні інститути поводить себе стосовно громадян як «батько» до «дітей» в патріархальній сім'ї. Внаслідок цього замість найнятих на благо народу працівників державні посадовці виступають у якості певної можновладної еліти. Отже, патерналістський імідж політичної сили слід вважати *амбівалентним чинником мотивації електоральної поведінки виборців*.

Враховуючи успадковане прагнення до подібного роду відносин для значної частини виборців у пострадянських країнах [23; 151 та ін.], вважаємо за доцільне роз'яснення психологічної природи емоційних, точніше – ірраціональних, чинників мотивації електоральної поведінки та пропагування розповсюдження таких ідей не на макрорівні (на рівні держави), а на мезорівні (на рівні установ, виробничих об'єднань, фірм тощо), де патерналістське ставлення керівництва до найманих співробітників може бути політикою організації, вступаючи до лав якої працівник дає на це згоду.

Звертаємо увагу на бажаність здійснення подібного психологічного переносу ірраціонального в електоральній мотивації через сублімацію таких прагнень (заміну образу патерналістської держави на образ конкретного

роботодавця) задля відмови від них під час виборчого процесу. Доросла людина і громадянин не повинна свідомо погоджуватися обирати кандидатів, які декларують здійснення проєктивної «батьківської опіки» з позицій беззаперечного (непідконтрольного критиці) авторитету.

Вважаємо, що такий різновид стосунків системи «громадянин і держава» слід вважати електоральною поведінкою *інфантильного виборця* (не людини як особистості, а особи як виборця). Оцінюючи реалії сьогодення та вивчаючи дослідження фахівців [8; 90; 212 та ін.], можемо стверджувати, що виборці, які керуються виключно емоційними чинниками, є жертвами або вихованцями суспільства:

- з нерозвиненими структурами соціальних інститутів та можливостей для прояву громадянської активності;
- зі слабкими механізмами захисту прав громадяни;
- яке спирається на апарат примусу і насильства.

Прикладом такого стану речей є держави з авторитарними або тоталітарними режимами, де існує єдина монополююча особа чи партія, навколо лідера якої створюється культ некритичного сприйняття та підкорення його владі. Між тим, вдосконалення механізмів суспільного ладу та соціальної взаємодії детермінується наданням народу повноти суверенітету та статусу джерела законодавства і права, а на заміну тоталітарним повинні утверджуватися демократичні відносини між владними інституціями та громадянським суспільством. При цьому площина політико-правової свободи громадянина обмежується принципом: «дозволено робити все, що не заборонено законом».

Незважаючи на непоодинокі випадки масових політизованих подій в сучасній Україні, маємо констатувати, що електоральна поведінка українських виборців характеризується [4; 1665; 203; 275 та ін.]:

- слабким рівнем обізнаності про політико-правові процеси, що пояснюється зневірою громадян у власній спроможності змінити вектори державного розвитку;

- недовірою до державних інститутів через низький рівень життя та відсутність можливостей для захисту своїх громадянських прав;
- сумнівами в тому, що обрана політична сила буде дотримуватися своїх передвиборчих обіцянок.

Остання позиція, на нашу думку, найбільшою мірою впливає на схильність українських виборців до електоральної поведінки емоційного характеру: хронічне недотримання політичними силами декларованих у передвиборчий період зобов'язань спричиняє небажання критичного ознайомлення з програмами партій та окремих кандидатів, внаслідок чого голосування відбувається швидше на емоційних (іраціональних) підставах, ніж на раціональному виборі.

Розгляд перебігу українських виборів та політтехнологій, які при цьому використовувалися, дозволяє стверджувати, що схильність українських виборців до іраціональності в електоральній поведінці вже давно була помічена й постійно експлуатується. Наведемо деякі приклади звернення до емоційної сфери електорату, які український політиком демонстрував під час виборів президента України в 2019 р. [31]. Не маючи особистих симпатій/антипатій стосовно будь-кого з наведених нижче кандидатів, ми лише звертаємося до їх агітаційних матеріалів як до прикладів використання іраціональних чинників мотивації електоральної поведінки виборців у новітній політичній історії України.

Так, передвиборча програма кандидати у президенти Ю. Тимошенко базувалася на проголошенні легкого подолання складних державних проблем, зокрема за рахунок прийняття нової Конституції. Її політична сила апелювала до «наболілого» та обіцяла вирішити злободенні проблеми: справедливість в судах, зниження комунальних тарифів, підвищення добробуту населення, подолання корупції. Проте видається, що проблеми соціуму частіше зумовлюються недотриманням норм права, навіть недосконалою, ніж у необхідності приймати нові закони.

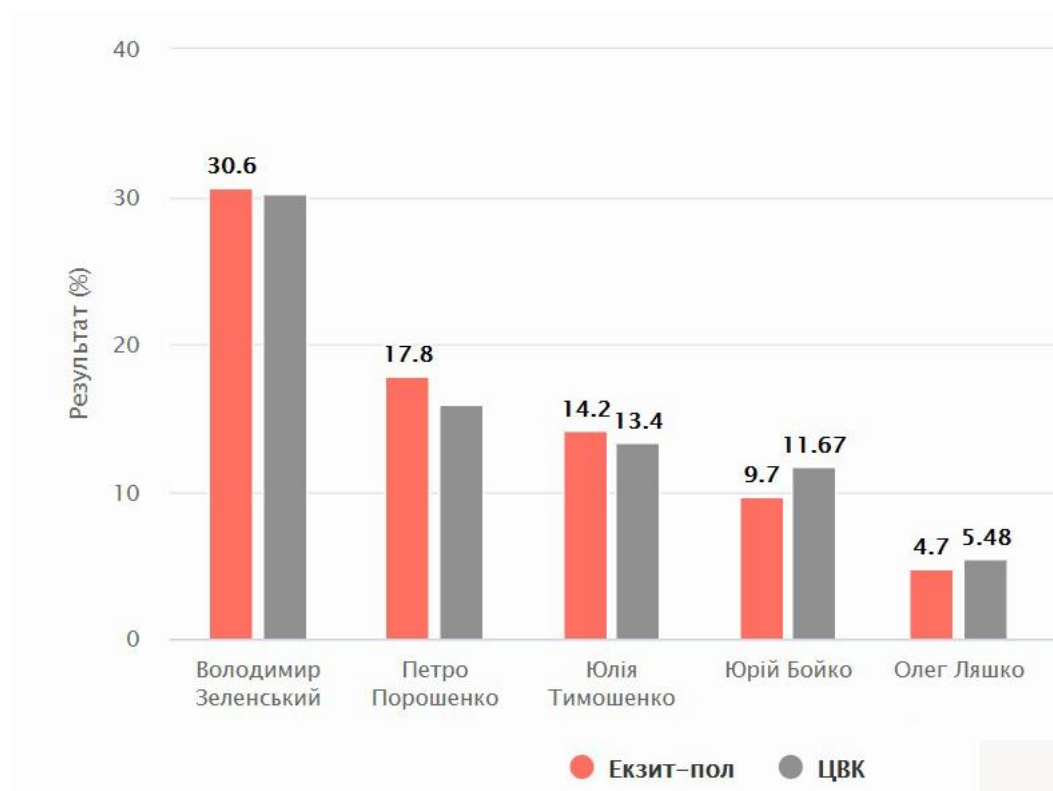
Інший варіант звернення до емоційної сфери виборців – демонстрація релігійності. Наприклад, кандидат у президенти Ю. Бойко молився за мир під час хресної ходи УПЦ (МП) та стверджував, що лише його команда має реальний план урегулювання збройного конфлікту на Донбасі. Тобто, електорату було запропоновано мир та християнські цінності, і саме емоційна складова тут приваблює.

Іншу сторону «ірраціональної медалі» становила собою передвиборча програма кандидата у президенти України О. Ляшка. Зокрема, акценти було розставлено на іміджі особистої простонародності кандидата та його боротьбі з олігархами, приділена значна увага гумору та яскравим образам у передвиборчій агітації.

За даними Національного екзит-полу першого туру президентських виборів 2019 р., представлені політичні сили отримали помітну підтримку електорату (див. діаграму 3.1.1) [61].

Діаграма 3.1.1

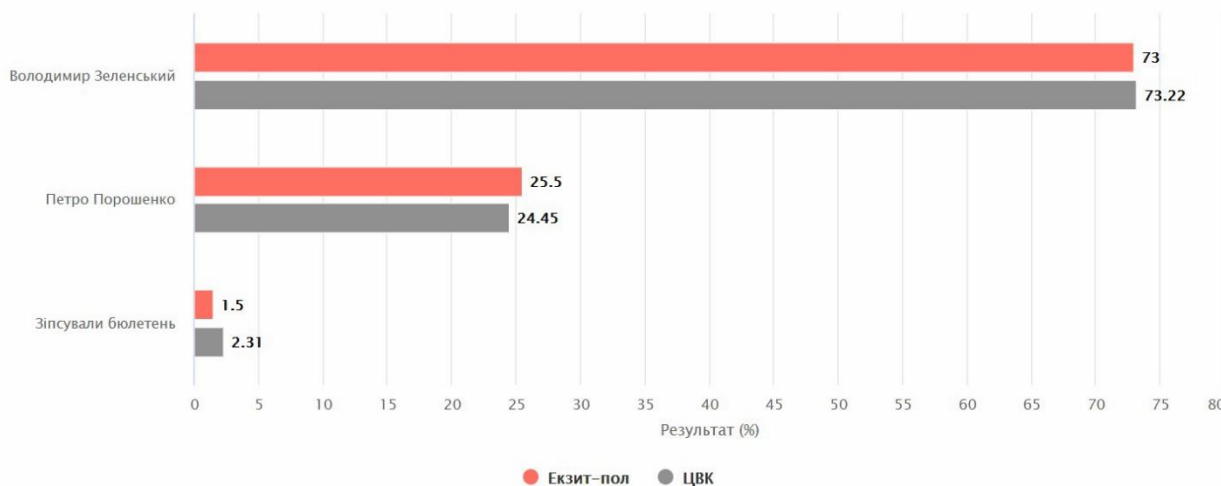
**Дані Національного екзит-полу
першого туру президентських виборів 2019 р.**



Дані екзит-полу першого туру президентських виборів 2019 р. наведені для повноти ілюстрації даних другого туру (див. діаграму 3.1.2).

Діаграма 3.1.2

**Дані Національного екзит-полу
другого туру президентських виборів 2019 р.**



Раніше ми вже відзначали, що одним із чинників популярності переможця вказаних виборів В. Зеленського стала його участь у телесеріалі в ролі президента, тому зараз наводимо статистичні дані лише як приклад розповсюдженості емоційно забарвлених мотивів електоральної поведінки українських виборців: ототожнення персонажу телесеріалу з актором, який зіграв цю роль, й довіра до його можливостей показати високі політичні здібності не лише на сцені, але й на реальній державній посаді – є емоційним підходом.

Підсумовуючи наведене зазначимо, що вивчення електоральної поведінки виборців та чинників впливу на неї дозволяє встановити наявність:

- 1) перетинання раціонально-релевантних та емоційно-релевантних складових мотивації виборців у їх ставленні до суспільно-політичного життя;
- 2) реагування на цей феномен політичними силами за допомогою відповідних політтехнологій, що використовують різноманітні важелі регулювання взаємодії з електоратом.

Отже, особливості українського електорату слід розглядати як комплексне явище, що характеризується амбівалентністю спонукань раціонально-емоційного характеру в усіх верствах суспільства [110; 146 та ін.]. Така специфічність зумовлюється умовами історичного розвитку країни, становлення її менталітету та формування етнічного характеру, територіальним положенням та економічним статусом тощо. Можемо стверджувати також наступне:

- історична мінливість державності України та майже постійні соціальні трансформації вплинули на те, що електоральна поведінка українських виборців істотно відрізняється від аналогічних процесів, характерних для стабільних типів суспільств;

- відмінності електоральної поведінки виборців є відображенням не лише їх особистого матеріального становища та соціального статусу, але й економічного та правового положення суспільства, до якого ці виборці належать;

- виборча активність українців має динамічний характер, на неї впливає розвиток демократичних тенденцій не лише в Україні, але й у світі;

- виборча активність лише певною мірою впливає на державну політику, рівень компетентності та відповідальності інститутів громадянського суспільства, зокрема, щодо врахування інтересів різних соціальних груп;

- розвиток електоральної культури та електоральної поведінки детермінується структурою політичної системи держави й відображає успішність розбудови громадянського суспільства;

- відносно новим та таким, що потребує особливої уваги, є вплив на суспільну думку, електоральну свідомість та електоральну поведінку інформаційного суспільства.

Перелічене обумовлює невизначеність у сприйнятті політико-суспільних процесів в Україні та множинність підходів у межах електоральних уподобань. До того ж, становлення раціональної складової

електоральної свідомості потребує ефективного функціонування соціальних інститутів, які ще чекають свого розвитку. Інституціоналізація детермінує упорядкування емоційно-непередбачуваних процесів, відповідно, електоральна поведінка стає похідною від політико-правової культури громадян та орієнтованою на зворотній зв'язок громадян і влади.

Формування раціональної електоральної поведінки на державному рівні залежить від *якості виконання соціальними інституціями своїх функцій*. Відповідно, серед раціональних чинників впливу на електоральну поведінку відзначимо, зокрема, наявність або відсутність:

- підпорядкованості життєдіяльності народу нормам і правилам громадянського суспільства;
- керованих передумов розвитку у виборців спільних інтересів і цінностей, детермінованих інституціональними нормами;
- ідентифікації громадян з певною соціально-політичною спільнотою, через що загальні та групові потреби починають усвідомлюватися як свої власні.

Комплексна взаємодія перелічених чинників створює соціальну диспозицію, на яку громадянин може орієнтуватися при виборі своїх політичних уподобань. Незважаючи на індивідуальний характер суб'єктивацій кожної особи, виборці піддаються класифікації на групи, що синхронно чи подібно сприймають відповідний вплив. Тут можна простежити парадоксальну тенденцію поєднання потреби бути індивідуальністю, притаманній кожній людині, з потребою належати до соціуму, де превалюють групові інтереси. Враховуючи це, політтехнологи та іміджмейкери одержують можливість конструювати певну віртуальну реальність, що впливатиме на емоції і поведінку певного електорального сектору у межах існуючих соціальних норм, що стане відображенням прихильності до відповідної політичної сили.

Так, *потреба в персоналізації* (альтруїзм, афіліація, прагнення до самовизначення та суспільного визнання) може використовуватися як

спонукання виборців об'єднати зусилля для досягнення великої мети (наприклад, подолання збройних конфліктів та забезпечення неподільності й державного суверенітету України). Часто такі заклики носять саме емоційно-релевантний характер, оскільки яскраве емоційне забарвлення звертань не передбачає раціонального обґрунтування і зорієнтоване лише на привертання уваги до політичної сили, котра забезпечить необхідний успіх.

Ефективність подібних підходів забезпечується впливом на відповідні психічні феномени [13; 159; 210 та ін.]: формування симпатії та прихильності на основі використання політико-правових стереотипів, міфологічних вірувань та несвідомих установок, аксіологічної системи особистісних переконань, акцентування уваги на можливостях задоволення базових потреб у фізичній та психічній безпеці, продовженні роду, самоактуалізації, самоповазі (самоідентифікації) тощо.

На основі викладеного можемо стверджувати, що чинники мотивації електоральної поведінки виборців представлені сукупністю об'єктивних та суб'єктивних детермінант. Це цілком відповідає певному психологічному алгоритму: спочатку всі об'єктивні впливи проходять через внутрішню систему обробки інформації людиною, й лише після цього втілюються у її поведінці. Відповідно, у площині нашого дослідження електоральна поведінка виборців постає як сукупність дій (голосування на користь певних політичних сил), мотиви яких є результатом обробки й привласнення зовнішньої інформації, що й складає послідовно: а) уявлення про політико-правові реалії; б) реагування на них у формі електорального вибору.

Соціальна роль виборця вимагає від особи готовності до громадянської активності. У зв'язку з цим, зацікавлені сторони прагнуть вплинути на формування певних потреб і установок суб'єкта щодо підтримки тієї політичної сили (партії чи окремої особи), яка декларує швидке задоволення цих потреб.

Цікавою у контексті досліджуваної нами теми є класифікація мотивів Д. Маклелланда [126], модифікована щодо політичної поведінки

Дж. Аткинсоном та Д. Бірчем [281]. Проаналізувавши їх, пропонуємо наше уявлення щодо наявності подібної мотивації політиків та електорату, тобто відповідності мотивів як політичних сил (прагнення отримати або утримати політичні позиції та підтримку електорату), так і виборців (прагнення отримати або утримати певний суспільно-політичний стан у державі за рахунок підтримки певної політичної сили):

- пасіонарність до влади – бажання контролювати людей та суспільний стан, характерна як безпосередньо для кандидатів на виборчі посади, так і проекційно – для їх виборців;
- мотив досягнення – отримати успіх у своїй справі, уникнути фіаско;
- мотив афіліації – прагнення до безпечних, дружніх відносин у суспільстві.

Зазначимо, що такі мотиви можуть виникати під впливом як раціонально-релевантних, так і емоційно-релевантних чинників. Відмінність між політичними фігурами та виборцями полягає у різній реакції на ці політико-правові феномени, а саме: цілком усвідомлене (раціональне) використання політиками ірраціональних мотивів виборців.

Так, спираючись на притаманне всім людям бажання досягати успіху в значущих для них сферах життя (наприклад, у власному бізнесі), політтехнологи можуть створювати імідж певного політика як простої та щирої людини. Механізм «поєднання» полягає тут у тому, що голосуючи за такого кандидата, пересічний громадянин оцінює, а точніше – переоцінює власні можливості й відчуває спроможність також досягти визнання, отримати бажану посаду тощо.

Раціональність щодо мотивації електоральної поведінки виборців – це використання взаємопов'язаних ланок психолого-правових особливостей інформаційної сфери суспільства. Ми виділили основні етапи такої взаємодії та розглянули їх з точки зору завдань для кожної з двох зацікавлених сторін (політичних сил та електорату).

1. Етап аналізу – підготовка до виборів. З боку політичних сил, які претендують на виборчі посади він полягає у здійсненні аналітичної роботи щодо потреб свого сектору електорату та виборі засобів впливу на нього для досягнення відповідних цілей; з боку виборців – у активізації когнітивного опрацювання інформації, яку надають політичні сили, для більш ефективного сприйняття поточних політико-правових процесів у державі.

2. Етап відображення отриманої інформації – агітація та голосування. Представники політичних активізують цілеспрямований інформаційний вплив на електорат за допомогою визначених раніше технологій, методів і засобів, застосовуючи раціональні аргументи та залучаючи ірраціональні чинники у певній пропорції; для електорату – це момент вибору: керуватися у своїй громадянській позиції критичним осмисленням причинно-наслідкових зв'язків між подіями та фактами чи сприймати надану політиками інформацію «на віру».

3. Етап оцінки результатів електорального вибору – поствиборчий період. На політичній арені відбувається перерозподіл прав та обов'язків: обрані претенденти повинні брати відповідальність за здійснення покладених на них сподівань виборців; необрані – осмислюють помилки передвиборчого процесу. Електорат одержує можливість перегляду або закріплення сприйняття політико-правових кроків обраних політичних сил стосовно надання їм підтримки на майбутніх виборах.

4. Етап «зворотного зв'язку» – початок нового циклу виборів: внесення політиками корективів у передвиборчу агітацію та виборцями у наміри щодо віддання преференцій певним політичним силам на наступних виборах.

Зазначимо, що оперування як раціонально-релевантними, так і емоційно-релевантними важелями впливу на мотивацію електоральної поведінки спрямоване на спонукання виборців екстраполювати наявні політико-правові тенденції у майбутнє. Відповідно, отримання та критична переробка інформації надає можливість всім учасникам системи взаємодії «електорат – політик» більш виважено та відповідально ставитися до

наступного власного вибору; некритичне сприйняття суспільно-політичних реалій (наприклад, посилення на недостатній термін досвіду державотворення, на відсутність кваліфікованої команди, на непереборні обставини, на агресивне втручання третьої сторони, тощо) свідчить про домінування закономірностей і законів міфологічного мислення. Втім, це не виключає й варіантів підтримки певного політика на основі суто емоційних критеріїв («симпатичний – несимпатичний», «мужній – жіночний» і, навіть, «має приємний/неприємний голос»).

Отже, можемо стверджувати, що для ефективної електоральної поведінки виборцям доцільно поєднувати раціональні та емоційні аспекти сприйняття та оцінювання. Такий синтез подібний до створення *«картини світу»* [120, с. 72-76]. У контексті нашого дослідження це означає, що в будь-якому поведінковому реагуванні на політико-правові події виборці віддзеркалюють своє бачення стану та перспектив розвитку державоустрою в країні.

Класичний варіант *«картини світу»* ґрунтується на існуванні універсальності системи взаємодії між людьми та визначає сутність різноманітних сфер буття – пізнання, діяльність, реалізацію потреб та правила, згідно яким все це відбувається [120, с. 72-76]. Відповідно, разом із психологічною складовою взаємодії, набуває особливого значення правова (норми і правила взаємодії в системі *«людина – суспільство – право»*).

Згідно внутрішньої оцінки зовнішньої політико-правової ситуації, людина створює не лише картину світу, яка відображає стан речей поточного життєвого періоду, але й плани на майбутнє. Тобто, перше визначає друге, а саме – якою має бути бажана картина світу, у чому її основні відмінності від теперішньої та що саме слід зробити для приведення першого та другого у відповідність одне одному.

У такому контексті ключовими чинниками змін, тобто рушійною силою виступають мотиви громадянина певного суспільства, чия точка зору у поєднанні з іншими громадянами, які живуть у схожих реаліях, визначає

вектор бажаних політико-правових змін. Цікавою тут виступає ідея, яку ми пропонуємо як один із інструментів роботи з електоратом – це те, що аналіз мотивів, як внутрішніх детермінант поведінки, найбільш повно свідчить про зовнішні чинники, що вплинули на формуванні цих мотивів. Тобто, використовуючи різні форми «зворотного зв'язку» з виборцями й дослухаючись, чому вони прагнуть голосувати за ту чи іншу політичну силу, можна скласти уявлення про ефективні засоби взаємодії з електоратом.

Ще один із чинників, який дозволяє більш повно зрозуміти механізми психолого-юридичного впливу на громадян, полягає у задіянні системи *«покарань та винагород»*, тобто стимулів реагування на прояви активної взаємодії. Його психологічне значення полягає в тому, що завдяки впливу на емоційну сферу (актуалізація позитивних чи негативних емоцій) стає можливою зміна когнітивної та поведінкової сфер, зокрема, маніпулювання свідомістю та поведінкою виборців.

Так, апелюючи до зовнішніх загроз (реальних чи уявних) й викликаючи цим побоювання за особисту безпеку та/або безпеку країни, зацікавлені політичні сили можуть спробувати змінити електоральну поведінку у бажаному для себе напрямі. Іншими словами, під страхом покарання за невірний вибір (небажану політичну поведінку) виборцю обіцяють винагороду, тобто безпеку за бажані виборчі кроки.

Безумовно, що негативні емоції є одним із найбільш потужних стимулів електоральної поведінки. Позитивні емоції виникають як наслідок задоволення певної потреби, негативні – на етапі формування домінуючої мотивації, вони становлять собою неприємні переживання, що стимулюють певну поведінкову реакцію для прискорення задоволення внутрішньої потреби [73, с. 150-161; 224, с. 135-140].

Як зазначається в теорії ритуалу інтеракції Р. Колінза, у фокусі дослідника мають бути «не люди та їх пристрасті, а пристрасті та їх люди» [93, с. 27-39]. Пояснювальний механізм цієї теорії виглядає наступним чином: обставини, що характеризуються високим ступенем суб'єктності та

емоційної включеності, породжують у присутніх почуття спільності та певні когнітивні символи; це спричиняє, в свою чергу, активацію емоційної енергії у окремих учасників, відчуття впевненості, ентузіазму і бажання діяти так, як вони вважають морально виправданим.

Отже, настання подій, що дають початок політичному протистоянню, майже завжди зумовлюється виникненням негативних соціальних настроїв і вибором когнітивних символів, котрі вони відображають. Емоція, відповідно, є не просто проявом внутрішнього стану індивідуальності, але й породженням взаємин між особами та між особами і соціальними ситуаціями. Ситуацію, в якій вона виникає і переживається, слід вважати невід'ємним аспектом самої емоції [73, с. 150-161].

Слід зазначити, що особливості впливу емоцій на політико-правову свідомість та електоральну поведінку дотепер вивчені недостатньо. Однією з причин тут є те, що вони надто швидкоплинні, не завжди усвідомлюються особою і майже не піддаються безпосередній фіксації в процесі перебігу події. Як правило, основним джерелом аналізу даних стають наративи, які відтворюються учасниками політичних подій та виборчого процесу загалом, але ступінь суб'єктивності таких вражень і переживань не дозволяє вважати їх надійним джерелом інформації.

Одним із небагатьох оригінальних емпіричних досліджень раціональних та емоційних чинників впливу на електоральну поведінку виборців є робота, проведена авторським колективом під керівництвом О. Г. Злобіної під час подій на Майдані 2013-2014 рр. Узагальнення результатів опитування учасників 60 фокус-груп (480 респондентів) засвідчує, що крім одного тренду протистояння, який демонструє динаміку від несприйняття ситуації через боротьбу з нею до згуртованості і належить до інтегративних, решта сім трендів представлена дезінтегративними емоційними станами. Ключовим емоційним настроєм визначено розчарування (чим більші були надії, тим воно вище); ключова оцінка суспільної ситуації – невизначеність. Відповідно очікуваною була висока присутність у респондентів різного роду

страхів, пов'язаних зі станами апатії, розпачу, безвиході, зневіри [72, с. 314-326; 74, с. 15-22].

Зафіксоване наступне співвідношення моделей емоційного реагування: пасивно-негативні – приблизно у половини опитаних, активно-негативні – у третини, активно-позитивні – у п'ятої частини учасників фокус-груп. На думку автора, встановлені результати не означають тотальної дезінтеграції суспільства, але потребують пильної уваги як науковців, так і політикуму, оскільки відкривають перспективи оцінки можливих трансформацій поведінкової готовності з урахуванням впливу на неї саме емоційної складової [73, с. 150-161]. Додамо, що одержані результати значною мірою пояснюють електоральну поведінку українців на президентських виборах 2019 р.: приблизно 80% респондентів на момент опитування не ставилися до кандидата на посаду президента та його команди як до політиків, котрі здатні виконати свої передвиборчі зобов'язання. Такий висновок повертає нас до співвідношення раціонально-релевантного та емоційно-релевантного в електоральній поведінці й змушує аналізувати політико-правову складову проблеми.

Також зазначимо, що існує різниця між електоральними настроями виборців України та інших держав [8; 110 та ін.]. Вона полягає в тому, що в більшості демократичних суспільств виборці не прагнуть політичних змін через небажання змінювати чинну модель державоустрою й часто налаштовані на консервативний лад, прагнучи його вдосконалення, але не радикальних змін. З цього можна зробити висновок, що робота з електоратом у державах з усталеною розвиненою демократією спирається, переважно, на раціональні чинники впливу, наприклад, на висвітлення стратегічних і тактичних кроків щодо бажаних змін суспільно-політичного ладу. Український електорат, скоріше, піддатний емоційному впливу на тлі майже тотального прагнення виборців до покращення зовнішньо-політичного статусу країни та вирішення її внутрішньо-державних проблем, що спричиняє некритичне сприйняття досить протилежних політичних програм.

Разом із тим, сучасний розвиток нашої країни в усіх сферах буття – політичному, економічному, соціальному, навіть культурному – висуває складні завдання як перед політичними силами, що намагаються завоювати прихильність електорату, так і перед чинними керівниками держави, які цю прихильність прагнуть втримати. Складність тут полягає не лише в різному баченні програми ефективних дій щодо стабілізації та покращення ситуації в країні, але й у:

- необхідності визначити належні критерії та підходи до забезпечення їх досягнення для мінімізації негативних наслідків бурхливих і неоднозначних політичних перетворень, що характерні для України останніми роками;

- небезпеці втратити актуальність для політичної сили за умови успішного виконання нею заявлених поточних завдань.

Останнє є досить суперечливим політико-психологічним феноменом, який становить собою певне замкнене коло: наприклад, подолання збройного конфлікту на сході України потребує здійснення реальних політико-правових кроків – з одного боку; з іншого – у разі вирішення проблеми політичні сили, які отримали підтримку електорату саме завдяки такому передвиборчому зобов'язанню, ризикують втратити свою актуальну політичну вагу, звільнивши потенціал країни для нових досягнень та політичних сил, що декларують інший вектор спрямованості розбудови державності.

Отже, мотиваційний чинник «вирішити проблему, але при цьому втратити підтримку частини електорату» є доволі сумнівною рушійною силою щодо вирішення складних державних завдань. Відповідно, державам, чие існування можна охарактеризувати як перехідну форму суспільно-політичного ладу (стан активних політичних, економічних та інших перетворень), притаманна тенденція до політичної ентропії, що не сприяє стабільності суспільно-політичного життя держави.

Взаємодія й поєднання раціонально-релевантних та емоційно-релевантних чинників у мотивації електоральної поведінки має місце,

оскільки політично активна особа (громадянин та виборець) здійснює свій вибір під впливом двох різноспрямованих спонукань: 1) орієнтація на пошук вигоди – актуальної чи майбутньої, потенційної (раціональний аспект), 2) орієнтація на уникнення небезпеки дестабілізації наявної соціальної ситуації, нехай і не цілком задовільної (емоційний аспект). У даному контексті йдеться про отримання певних суспільних благ за умови підтримки певної політичної сили, наприклад, сподівання покращити своє матеріальне становище.

До емоційних, а точніше – ірраціональних, чинників у мотивації електоральної поведінки слід віднести притаманну українському менталітету орієнтацію на харизматичного лідера. Як зазначають Р. Ітвел та інші дослідники, харизма – це уявлення про те, що певна особа наділена особливою місією чи призначенням, тобто визнання її лідерства, причому не внаслідок якихось раціональних аргументів, а як суто емоційне утворення. В часи динамічних трансформацій суспільства, що спричиняють стан аномії, втрату цінностей і почуття соціальної ідентичності, люди стають особливо піддатні впливу політичних лідерів, які виголошують радикальні альтернативи виходу з кризи. Вони шукають «сильної руки», здатної гарантувати успіх [83, с. 9-20; 208, с. 29-38]. Тому сьогодні масовизація в Україні дієвих політичних партій демократичного типу є вельми актуальною. Світовий досвід засвідчує, що успішне становлення демократичного суспільства можливе лише за умови, коли такі партії є носіями демократичних цінностей та сприяють формуванню демократично налаштованої політичної еліти.

Між тим, вибори до Верховної Ради 2019 р. в черговий раз засвідчили наявність тенденції орієнтації виборців на лідера, а не на партію. Так, за даними опитування Центру СОЦИС напередодні виборів, лише 19,8% виборців мали намір голосувати за висування певної політичної партії, 65,7% – обрали позицію «Все залежить від того, хто ця людина, а не від того, як саме він висувається» [236].

Політичний імідж – це спеціальним чином створений образ, в якому «основне не те, що є в реальності, а те, що ми хочемо бачити, що нам потрібно» [25, с. 63-67]; це особливий образ-уявлення масової політичної свідомості про конкретного політика чи інший об'єкт політичного контексту, в основі якого лежать його асоціативно створені та гіперболізовані характеристики, що дозволяють наділяти такий образ додатковими («фантомними») властивостями [107, с. 117-121]. За своєю структурою він представлений двома основними зрізами: інформаційний каркас (образ-знання, прототип) та іміджологема (сукупність образів-маркерів). Образ-знання дозволяє особі сприймати інформацію та порівнювати її з певними типами об'єктів політичного світу. Сукупність образів-маркерів – це образ потрібного майбутнього, образ-прогноз [107, с. 117-121]. Оскільки імідж чинить вплив на підсвідомість, він створює умови для емоційного сприйняття кандидата («подобається тому, що подобається»).

Отже, імідж становить собою досить складну конструкцію, що представлена сукупністю властивостей і якостей політика. Але така конструкція завжди повинна мати «ядро» – основну якість, що доповнюється, нехай навіть і дещо суперечливими та не цілком позитивними, всіма іншими (пригадаємо іміджевий образ О. Ляшка). Коли йдеться про таке «ядро» з розрахунку на особистісно орієнтованого виборця, то найбільш виграшними є образи «найчесніший», «борець», «постраждалий за правду», «сильний господарник», тощо; коли з розрахунку на виборця, орієнтованого на певну політичну силу – «як раніше», «як зараз», «як на заході» [127].

Втім, універсального іміджу не існує: для одного політика це можуть бути політико-ідеологічні складові, для іншого – морально-етичні принципи, для третього – особистісні і психологічні переваги. Важливо зробити правильний наголос у позитивному світлі на притаманних йому якостях [99].

Зазначене дозволяє стверджувати, що сучасний рівень політико-правової свідомості виборців визначає їх орієнтацію не стільки на знання та критичну оцінку передвиборчих програм (раціонально-релевантна складова),

скільки на «образи» (емоційно-релевантна складова), тобто на стереотипи масової свідомості, досить часто міфологізованої. У різних груп виборців домінують різні стереотипи, у кожного стереотипу – наявний свій базовий електорат. Тому справжні мотиви голосування ними далеко не завжди усвідомлюються.

Так, 5% бар'єр на парламентських виборах 2019 р. з 22 заявлених подолали 5 партій та партійних блоків: «Слуга народу» (43,16%), «Опозиційна платформа «За життя» (13,05%), «Батьківщина» (8,18%), «Європейська солідарність» (8,1%), «Голос» (5,82%); при цьому лише «Батьківщина» раніше фігурувала на політичній арені. Не вдаючись до спеціального аналізу, можемо констатувати, що передвиборча агітація 2019 р. не містила достатньої інформації щодо їх програм, зате демонструвала багато привабливих зобов'язань та обіцянок щодо «світлого майбутнього» у разі обрання, що мало спонукати громадян до відповідного вибору. Тому ці вибори, як і попередні, не слід вважати «змаганням ідеологій», провідну роль тут зіграв «образ» масової свідомості, про що вже йшлося раніше.

Відповідно, за наявності великої кількості змістово не наповнених альтернатив, мотивація електоральної поведінки виборців буде визначатися не раціональними, а емоційними чинниками, зокрема, іміджем політичного діяча. Це особливо важливо у контексті політико-правової реальності, яка не може бути пізнана безпосередньо, на чуттєвому рівні, а потребує опосередкованого пізнання задля встановлення глибинних причинно-наслідкових зв'язків. Тому узагальнені стереотипні уявлення масової свідомості, надані для сприймання в готовому (і полегшеному для розуміння) вигляді, відіграють велику роль у процесі здійснення політичного вибору.

Таким чином, є всі підстави стверджувати, що політичний вибір громадянина залежить як від раціональних (цілеспрямований пошук та критичний аналіз інформації, співставлення програм політичних партій із власними інтересами та цінностями), так і від емоційно забарвлених та, часом, ірраціональних чинників. В своїй сукупності вони визначають ступінь

усвідомленості чи неусвідомленості електоральної поведінки, зацікавленість чи байдужість громадянина щодо ретроспективних чи актуальних політичних процесів, зрештою, його відповідальність чи безвідповідальність перед власними майбутнім та майбутнім країни. Розуміння та врахування мотивів, якими керуються виборці при голосуванні, має велике практичне значення, оскільки дозволяє збільшити питому вагу раціонального вибору та зменшити – вибору емоційного.

Можемо стверджувати, що згідно з постулатами психологічної теорії діяльності (О. М. Леонтьєв), як раціональний, так і емоційний варіант електоральної поведінки виборців містить такі основні складові її механізму: потребово-мотиваційна; цілепокладання; прийняття рішення та створення програми діяльності; реалізація рішення, аналіз та оцінка результатів. У контексті політико-правової свідомості вони визначають усвідомлення й реалізацію своїх громадянських прав і обов'язків; оволодіння навичками і вміннями правової поведінки; засвоєння та відтворення політико-правового досвіду.

Потенціал мотиваційної активності особистості зумовлюється її потребами. Коли говорять про всебічно і гармонійно розвинену особистість, йдеться не лише про розвиненість її здібностей, але й про різноманіття її потреб, в процесі та за допомогою задоволення яких стає можливим саморозвиток людини, її самореалізація. Соціогенні потреби (в самооцінці, самоповазі, соціальному визнанні, престижі, приналежності, самоактуалізації та ін.) надають цілеспрямованого характеру мотиваційним, пізнавальним та емоційно-вольовим процесам особи, викликають певні емоції, почуття та переживання [274, с. 65], стають психологічною основою становлення та розвитку політико-правової культури виборців.

За умов адекватної соціалізації особистості потреби постійно змінюються й ускладнюються, внаслідок чого виникає суперечність між новоутвореними потребами і можливостями їх задоволення. Подолання такої

суперечності можливе при оволодінні новими засобами, в нашому випадку – політико-правовими знаннями, вміннями і навичками.

Задоволення виборцем соціогенних потреб у процесі реалізації своїх громадянських прав спричиняє формування їх особистісного смислу та значущості. В іншому випадку соціально-психологічний вплив на особистість певних громадських організацій, кандидатів у депутати чи членів їх виборчих штабів, політичних груп чи партій під час виборчих кампаній спонукає її до психічної активності в інтересах «третьої сторони», тобто мають місце не суб'єкт – суб'єктні, а суб'єкт – об'єктні відносини, іншими словами – маніпулювання. Дослідники зазначають, що питома вага такої «соціальної віртуальної реальності» в сучасній масовій та індивідуальній свідомості невпинно зростає; відбувається інтенсивна боротьба іміджів, у якій віртуальна реальність явно превалює над об'єктивною [64; 78; 113, с. 77-82; 252 та ін.].

Звертання до сукупності потреб і очікувань громадян сьогодні стає одним із найважливіших сегментів змагання політичних сил за голоси електорату. Захистом проти впливу маніпулятивних технологій може бути лише розвинена політико-правова рефлексія. Від того, наскільки чітко виборець розуміє свої інтереси й цілі, залежить його здатність розпізнавати та протистояти маніпулятивному впливу. Актуалізація таких рефлексивних процесів за умови самодостатньої особистості може відбуватися й самотійно, але в значній кількості випадків потребує цілеспрямованого формувального впливу, спрямованого на більш глибоке пізнання самого себе, оточуючих людей та явищ політико-правової дійсності.

Як засвідчують результати проведеного нами психодіагностичного дослідження, рівень політико-правової культури громадян (навіть профільної вибірки – студентів-юристів) не є достатнім. Таким чином, окрім безпосередньої констатації факту, ми одержуємо можливість визначити основні вектори докладання зусиль для спеціалізованого навчання:

- 1) формування у виборців вмінь критичної оцінки суспільно-політичних

явищ і процесів; 2) розвиток почуття відповідальності за власне майбутнє і майбутнє країни; 3) визначення шляхів і засобів становлення активної життєвої позиції, особистих цілей, спрямованих на досягнення не лише власних але й суспільних інтересів, інтересів держави; 4) здатність робити свідомий політико-правовий вибір і відстоювати свою позицію; 5) формування толерантності щодо осіб, соціальних груп і політичних течій, які мають іншу точку зору.

Таким чином, узагальнення щодо раціонально-релевантних та емоційно-релевантних чинників мотивації електоральної поведінки виборців, дозволяє зробити наступні висновки:

1) електоральна поведінка – це реагування виборця на поточні політичні події через участь або неучасть у голосуванні на виборах та подальша підтримка або відмова у ній щодо тієї політичної сили, за яку він проголосував. При цьому чинники впливу на електоральну поведінку поділяються на дві основні групи – раціональні та емоційні. Перші пов’язані з розумним, усвідомленим підходом до прийняття рішення, за кого віддавати свій голос під час виборів, другі – визначаються таким ставленням до певних політичних сил чи окремих функціонерів, що перебуває поза межами осмислення, є результатом активного впливу різноманітних засобів виборчих технологій та соціально-психологічного контексту виборчого процесу;

2) електоральна поведінка виборців як психолого-правове явище у своїй раціональній частині відображає їх здатність критично оцінювати вибір представників певних політичних сил та заявлені ними передвиборчі зобов’язання. Останнє потребує наявності постановки і вибору цілей, які ставить перед собою виборець. Ірраціональність в електоральній поведінці виражається в домінуванні емоцій, коли голосування за певних політичних діячів здійснюється на основі асоціацій кандидатів на владні посади з фольклорними поетичними образами чи за іншими наївно-містичними міркуваннями;

3) незважаючи на непоодинокі випадки масових політизованих подій в сучасній Україні, електоральна поведінка українських виборців характеризується: слабким рівнем обізнаності про політико-правові процеси, що пояснюється зневірою громадян у власній спроможності змінити вектори державного розвитку; недовірою до державних інститутів через низький рівень життя та відсутність можливостей для захисту своїх громадянських прав; сумнівами в тому, що обрана політична сила буде дотримуватися своїх передвиборчих обіцянок. Остання позиція найбільшою мірою впливає на схильність українських виборців до електоральної поведінки емоційного характеру: хронічне недотримання політичними силами декларованих у передвиборчий період зобов'язань спричиняє небажання критичного ознайомлення з програмами партій та окремих кандидатів, внаслідок чого голосування відбувається швидше на емоційних (ірраціональних) підставах, ніж на раціональному виборі;

4) особливості українського електорату слід розглядати як комплексне явище, що характеризується амбівалентністю спонукань раціонально-емоційного характеру в усіх верствах суспільства. Така специфічність зумовлюється умовами історичного розвитку країни, становлення її менталітету та формування етнічного характеру, територіальним положенням та економічним статусом тощо;

5) історична мінливість державності України та майже постійні соціальні трансформації вплинули на те, що електоральна поведінка українських виборців істотно відрізняється від аналогічних процесів, характерних для стабільних типів суспільств; відмінності електоральної поведінки виборців є відображенням не лише їх особистого матеріального становища та соціального статусу, але й економічного та правового положення суспільства, до якого ці виборці належать; виборча активність українців має динамічний характер, на неї впливає розвиток демократичних тенденцій не лише в Україні, але й у світі; виборча активність лише певною мірою впливає на державну політику, рівень компетентності та

відповідальності інститутів громадянського суспільства, зокрема, щодо врахування інтересів різних соціальних груп; розвиток електоральної культури та електоральної поведінки детермінується структурою політичної системи держави й відображає успішність розбудови громадянського суспільства.

3.2. Загальні та особистісно-орієнтовані напрями і засоби формування електоральної поведінки виборців

Як було обгрунтовано вище, політико-правова соціалізація громадян може відбуватися як у межах інституціоналізованих форм державоустрою, і тоді вона має достатні ознаки цілеспрямованого та впорядкованого процесу, або ж як процес стихійний, невпорядкований. В першому випадку така соціалізація має усвідомлений, раціонально-релевантний характер, в другому – ірраціональний, емоційно-релевантний.

У формуванні політико-правової свідомості громадян значну роль повинні відігравати політичні партії. Саме завдяки участі в партійному житті виборці залучаються до активної політичної діяльності (передвиборча агітація, виступи в ЗМІ, організація та проведення масових акцій, тощо). Основний зміст політико-освітньої роботи повинен бути представлений набуттям та практичним втіленням демократичних цінностей: ідеали демократії засвоюються не лише шляхом накопичення знань, але й за рахунок активної участі у політичному житті. Демократія ґрунтується саме на реальній участі громадян у політичному житті, на створенні спільних цінностей та ідеалів, тому члени суспільства зобов'язані присвячувати частину своїх сил та можливостей загальній справі.

Слід констатувати, що цей сегмент політико-правової соціалізації у теперішній час в Україні (і не лише в ній) сформований недостатньо.

Набагато більш розповсюдженим є звертання до емоційної сфери громадян за допомогою технологій політичного маркетингу.

Політичний маркетинг (від англ. *market* – ринок) – система засобів і заходів для створення образу партії (кандидата), який відповідав би очікуванням її (його) потенційного електорату, підкреслення відмінностей між «нашою» партією (кандидатом) і конкурентами. Суб'єктами політичного маркетингу є політичні інститути (державні організації, політичні партії, суспільно-політичні об'єднання), етнічні й соціальні спільноти, фізичні особи, що беруть участь у процесі створення, просування, розподілу й обміну політичної продукції [234].

Партійно-політичний маркетинг – галузь політичного маркетингу, теорія й практика діяльності політичних партій, блоків, союзів, рухів у сфері створення, просування, розподілу й обміну політичної продукції. Основними напрямками даної діяльності є: створення і просування партійних програм, просування й розподіл партійних кадрів, лобіювання партійних інтересів в органах державної влади, реклама партії і партійних лідерів [234].

Політичний маркетинг є інтелектуальною (сукупність ідей, теорій, методів) і цілеспрямованою системою, послідовною політичною практикою, заснованою на глибокому та всебічному знанні конкурентності в політичному просторі, потреб, інтересів, очікувань у політиці, особливостей політичної поведінки, реакції на політичні впливи [3, с. 41]. Політичні організації та органи влади використовують його для регулювання і впровадження у суспільно-політичну практику тих чи інших установок суспільної свідомості з метою завоювання та утримання контролю за «ринком влади».

Слід зазначити, що в сучасних умовах політика в практично всіх країнах світу (за виключенням держав, де досі панує тоталітарний режим) ґрунтується на загальній методології ринкової діяльності, орієнтованій на споживача, – маркетинговому підході. Відповідно, вона стала «товаром», як і багато інших соціальних та соціально-психологічних феноменів. Політичний

маркетинг вже не оцінюється в моральній площині, основною його метою стала ефективність «просування» політичного товару (політичних ідей, гасел, переконань, об'єднань, окремих політиків, політичної влади загалом), тобто всього, що може бути предметом політичного обміну між людьми. Від того, наскільки ефективно організована й проведена виборча кампанія, наскільки повно враховані всі нюанси політичного вибору, наскільки правильно розставлені акценти в поданні кандидатів і їхніх програм, вирішальною мірою залежить успіх політичних сил на виборах [234].

Феномен політичного маркетингу був виокремлений у 60-тих роках ХХ ст. американськими вченими Ф. Котлером та С. Леві [101]. Вони популяризували це поняття та розкрили можливості використання маркетингу не лише в економічних, але й у інших сферах діяльності. Ключовими та об'єднуючими принципами при цьому залишаються наступні:

- мета у тому, щоб задовольнити потреби споживачів будь-якої сфери, у тому числі – політичної (реалізація громадянських прав і свобод, принципів соціальної справедливості, участь в управлінні державою, тощо);
- доцільність упорядкування об'єктивно існуючих некомерційних сфер діяльності з точки зору визначення суспільних потреб та можливостей їх задоволення;
- ефективність вільного обміну результатами діяльності у певній сфері та наявність зворотного зв'язку між політиками і споживачами;
- наявність конкуренції у всіх різновидах людської діяльності, у тому числі – у політичній.

Відповідно, в ідеалі політичний маркетинг повинен бути різновидом соціальної діяльності, спрямованої на задоволення політичними силами попиту виборців на матеріальні і нематеріальні цінності шляхом укладення взаємовигідних стосунків; це система суспільно-політичних відносин, що побудована на задоволенні або пошуку прийняттого компромісу щодо реалізації потреб, бажань, попиту та інших особливостей взаємодії політичних сил та виборців.

Вплив на мотивацію електоральної поведінки виборців здійснюється за допомогою *політичних (виборчих) технологій* – системи методів, засобів і технік досягнення бажаного результату. Характер і особливості таких технологій зумовлюються особливостями конкретного суспільства та самою сутністю політичного процесу. Існує декілька типологій політичних технологій, які поділяють, залежно від політичної системи або політичного режиму, на демократичні та недемократичні, базові та другорядні. Базові політичні технології стосуються великих соціальних груп або ж усього населення країни (це опитування громадської думки, референдуми, вибори тощо); другорядні політичні технології – це технології розроблення і прийняття політичних рішень, проведення певних політичних акцій (збори, мітинги, пікетування тощо) [234].

Виділимо *основні етапи* впливу політичного маркетингу на формування електоральної поведінки виборців [268; 269 та ін.]:

- соціальний, економічний, політичний, психологічний аналіз електорату в цілому та виділення у ньому «свого» сегменту, тобто великих соціальних груп виборців, на які, передусім, буде спрямована увага;
- упорядкування цілей, розроблення стратегій для різних груп виборців, тобто, складання передвиборчої програми;
- просування конкретних кандидатів (реалізація політичного «товару»).

Можемо стверджувати, що в такому контексті взаємодія між політиками (політтехнологами) та виборцями набуває суб'єкт – об'єктного характеру: електорат втрачає свою суб'єктність та стає «споживачем реклами», обираючи рекламовані товари певних брендів чи марок. При цьому політикум, переслідуючи власні інтереси, нехтує правами виборців – громадян, які мають право на якісні продукти споживання, у тому числі – інформаційні та політичні.

Межі впливу політичного маркетингу визначаються також тією «ціною», яку готові сплатити виборці за:

- підтримку певних політичних сил на етапі виборів (участь в агітації, присутність на масових зборах, грошові або ресурсні пожертви);
- споживання результатів діяльності після виборів: а) «своїї» політичної партії чи кандидата; б) конкурентної партії чи кандидата у разі програшу «своїх».

Останнє стимулює до активності електоральної поведінки під час виборів як через бажання успіху очікуваним кандидатам, так і сподіваючись завадити обранню небажаних. У певному сенсі, це нагадує азарту гру з високими ставками, яка одночасно об'єднує та поляризує соціальні групи суспільства.

Важливим напрямом впливу на мотивацію електоральної поведінки виборців є *сегментування політичного ринку*. Як відомо, сегментування – це поділ ринку на групи споживачів, яким потрібні товари певних властивостей. Сегментування електорального ринку – визначення груп виборців, які потенційно мають прихильність до того чи іншого політичного лідера (партії). Але оскільки політичний ринок неоднорідний, то процедура попереднього (до початку виборчої кампанії) сегментування передбачає структурування за певними параметрами: географічним, соціально-демографічним, статусно-професійним, соціально-поведінковим, тощо [234].

На думку класика політичного маркетингу Ф. Котлера, найбільш доцільним є сегментування за соціально-поведінковим принципом, який ґрунтується на поділі електорату на певні групи: тверді прибічники – «повний попит»; нетверді прибічники – «нерегулярний попит»; байдуже налаштовані – «відсутній попит»; нетверді противники, тверді противники – «негативний попит» [101]. В подальшому та з врахуванням стратегії опонентів основні зусилля рекламної кампанії спрямовуються на виборців другої та третьої категорії (нетверді прибічники та байдуже налаштовані), оскільки змінити вже сформовану позицію твердих прибічників та противників достатньо складно.

Втім, аналіз передвиборчих програм політичних партій та блоків об'єднань до парламентських виборів 2019 р. засвідчує, що всі вони досить однотипні. Жодна програма не містить детального висвітлення існуючих проблем та механізмів їх вирішення. Загалом – це стандартні документи, що пропонують однакові цілі (домінанта – вирішення збройного конфлікту на Донбасі), а не конкретний план дій, який потрібно реалізувати, аби досягти успіху. Виключенням стали лише програма партії «Слуга народу» та Опозиційної платформи «За життя», що й забезпечило їм високий відсоток прихильності виборців.

Орієнтуючись на реакцію виборців щодо пропонованої їм політичної продукції (наявність/відсутність/повноту політичного попиту), можна корегувати не лише пропонований політичний продукт, але й навіть, змінювати сегмент політичного ринку електорату. Наприклад, політична сила, яка не користується підтримкою заможних громадян, може спробувати завоювати прихильність електорату з іншим економічним статусом.

Межі політичного маркетингу – це простір того сегменту політичного ринку, на який орієнтуються політтехнологи під час виборчої кампанії. Також зазначимо, що визначені можливості та власне застосування політичних технологій – це різноманітні межі. Зокрема, якщо сегмент політичного ринку (у даному випадку, виборці певних соціальних та економічних груп) розглядати як поле для розподілу політичних ресурсів, то виокремимо наступні основні маркетингові обмеження (правила) політичного ринку [20; 240; 268 та ін.]:

- зайняття політичної ніші, тобто позиції, з якої певна політична сила пропонує себе, свою оцінку сучасних подій та перспективи на майбутнє (наприклад, проросійська позиція або прозахідна);

- вплив на якісний та кількісний зміст передвиборчих рекламних кампаній, залежно від стратегій та тактики конкурентів (наприклад, реагування на заклики опонентів щодо зниження тарифів на комунальні

послуги пропозиціями щодо підвищення доходів громадян та можливості сплачувати, навіть, високі комунальні тарифи);

- контроль за системою політичних комунікацій для створення цілісного інформаційного поля зрозумілих та бажаних для виборців категорій та, за рахунок цього, вплив на прихильність електорату.

Відзначимо, що політична комунікація в будь-якому суспільстві здійснюється досить широким колом суб'єктів, до яких належать ЗМІ, політичні партії та їх прихильники, а також сфера неформального спілкування (родичі, друзі, знайомі, інколи – просто випадкові співрозмовники). Тому процеси політичної комунікації практично безперервні, їх активізація має місце у передвиборчий період, коли технології впливу на електорат починають застосовувати системно та інтенсивно з метою збільшення кількості прихильників.

Загалом політична комунікація представлена двома основними формами: демократична та патерналістська (популістська). В першому випадку пріоритетним є принцип «зворотного зв'язку», коли спілкування-взаємодія відбувається в режимі діалогу, а одержувач інформації має право вибору на переконання, на існування різних думок і точок зору; в другому – надана позиція трактується як єдино можлива (приклади з програми партії «Європейська солідарність»: «Майбутнє України – тільки у НАТО і ЄС»; «Зробити владу ефективною та відповідальною, посилити участь і контроль з боку людей»).

Структуризація інструментарію комунікаційного впливу дає можливість оцінити ефективність того чи іншого їх різновиду для окремої партії, програми, особистості лідерів і передбачити важливість застосування того чи іншого інструменту комунікації чи розподілу в подальшому [234].

Як вже зазначалося, на сучасному етапі партійного будівництва в Україні ідеологічна складова партійних програм є досить стереотипною, тому виборці надають перевагу політичним силам, які очолюються харизматичними та впливовими лідерами. Оскільки саме властивості

особистості таких лідерів стають причиною електорального вибору, виникає загроза для існування інших партій, тому вони змушені для представництва в парламенті приєднуватися до блоків потужних політичних сил. В свою чергу, це мінімізує можливості становлення плюралізму ідеологічного спектру: такі партії репрезентують інтереси «чужих» електоральних груп.

Яскравим прикладом такого харизматичного лідера є В. Кличко (лідер партії «УДАР») – чемпіон світу з професійного боксу у важкій вазі, який досить успішно будує свою політичну кар'єру завдяки спортивним досягненням. У контексті патерналістської (популістської) форми політичної комунікації запитання про наявність хоча б мінімальних позитивних кореляцій між політичними та спортивними досягненнями у його виборців не повинне було виникати.

Різновидами політичної комунікації є рекламна діяльність та public relations – спілкування з широким колом людей (об'єктами виборчої агітації), які беруть участь у політичному процесі лише в момент виборів. Сучасний політичний маркетинг використовує практично всі можливі засоби:

реklamна діяльність – друкована рекламна продукція; зовнішня реклама (білборди, сіті-лайти, дорожні розтяжки); реклама на транспортних засобах; сувеніри; телевізійна реклама; радіореklamа;

public relations – благодійність; допомога територіям та окремим виборцям; виступи зірок; участь у телешоу; виступи артистів; заходи для молоді.

Сьогодні політична реклама має велике розповсюдження: виборці зустрічаються з нею щодня у мережі Інтернет, у випусках телевізійних новин, у друкованих виданнях; політичні діячі з'являються у світі моди і шоу-бізнесу, займаються благодійністю, публікують свої книги. Все це – результати цілеспрямованої роботи іміджмейкерів, які використовують сукупність прийомів психологічного впливу задля маніпулювання свідомістю електорату.

Безумовно, що технології політичного маркетингу задіюються в розрахунку на широку аудиторію (об'єкт їх впливу – суспільство загалом або ж певна цільова соціальна група) і здатні суттєво впливати на політико-правову свідомість та особливості електоральної поведінки виборців. Це набуває особливої значущості в сучасних умовах, особливо з врахуванням тієї обставини, що далеко не всі чинники впливу на мотивацію поведінки людини нею усвідомлюються, отже, політичний вибір здійснюється як на рівні раціонального усвідомлення його переваг, так і суто емоційно (ірраціонально). У зв'язку з цим ми вважаємо за потрібне приділити увагу особистісно-орієнтованим напрямам і засобам формування політико-правової свідомості виборців, що безпосередньо впливає на їх поведінку.

Була висунута *робоча гіпотеза*, що набуття та практичне застосування знань про маніпулятивну природу виборчих технологій та використання механізмів протидії небажаному інформаційному впливу дозволять громадянам зробити свідомий вибір на користь дійсно бажаних для них представників в органах влади.

Формуючий експеримент проводився нами в період з жовтня 2018 р. по квітень 2019 р. (з врахуванням зимових канікул – впродовж 6 місяців); вибірка – 48 здобувачів ступеня бакалавра (2-3 курс навчання). Учасники експерименту становили собою активну частину респондентів опитування 116 студентів щодо розвитку політико-правової свідомості українців (див. р. 2.1), де її рівень був визначений як середній та низький. Вони були поділені на 4 дискусійні групи; форма – факультативні заняття з дисциплін психологічного циклу («Соціальна психологія», «Конфліктологія», «Політична психологія», «Психологія масової поведінки», «Юридична психологія»), що проводилися на добровільних засадах в позааудиторний час.

В кожній дискусійній групі опрацьовані 3 блоки проблем, загалом проведено по 6 занять у кожній групі:

- 1) «Я – активний виборець»;

2) «Інформація та маніпуляція»;

3) «Виборча дільниця».

При організації формуючого експерименту ми спиралися на:

- положення психологічних теорій і концепцій, присвячених розкриттю природи і поведінки людини в суспільстві;
- насичення змісту навчання правовими поняттями, категоріями та законами, що сприяє динаміці мотиваційного простору особистості;
- принцип гуманістичної спрямованості процесу навчання;
- парадигму особистісно-діяльнісного підходу;
- узагальнені результати проведеного емпіричного дослідження.

Метою формуючого експерименту було визначення, наскільки можливо змінити уявлення виборців про власні політичні уподобання за допомогою критичного осмислення пропонованих їм матеріалів. Відповідно, *завдання* експерименту полягали в формуванні вмінь і навичок рефлексивного сприйняття, осмислення й реагування учасників на політико-правові реалії чинного державоустрою, а саме:

- перевірки одержуваної інформації для уникнення некритичного сприйняття почутого/побаченого у передвиборчій рекламі;
- зіставлення одержуваної інформації про певного кандидата (політичної партії) з відгуками про його діяльність в різних сферах соціального буття;
- усвідомленні, що саме спонукає особу віддавати свій голос за того чи іншого кандидата.

Для вирішення поставлених завдань ми пропонували учасникам формуючого експерименту повідомляти на заняттях, яку нову політичну інформацію (рекламу, заклики, листівки, відео, публікації у соціальних мережах тощо) від конкурентів у політичних змаганнях вони почули або побачили та колективно аналізували ці дані. Зокрема:

- перевіряли (за допомогою інтернет-пошуку), чи відповідає дійсності саме повідомлення респондента через ймовірність суб'єктивного забарвлення поданої інформації;
- встановлювали, яку емоційну реакцію викликала така інформація та наскільки вона відповідає дійсності;
- оцінювали, чи співпадає емоційна реакція на повідомлення з його фактичним змістом;
- визначали, з якою метою було розміщено саме таку інформацію у відповідному стилі, на виборців якого соціального, освітнього та культурного рівнів вона розрахована.

На *першому етапі* формуючого експерименту (*«Я – активний виборець»*) ми прагнули до активізації рефлексії виборцями своїх соціально-особистісних властивостей і рис, зокрема, відповідальності за своє життя та за долю країни, віри у власні сили, у власну спроможність впливати на стан справ у суспільстві, громадянську активність. Це стає можливим завдяки їх спонуканню до мисленнєвої діяльності творчого характеру, яка змушує активно працювати з інформацією, а не очікувати вже готових (приготованих іншими) висновків.

Рефлексивність завжди стає результатом пізнання особистістю самої себе і ставлення до самої себе. Людиною здійснюється відображення дійсності як на когнітивному рівні (пізнавальний компонент), так і на смисловому (емоційний компонент), причому останній є основним при формуванні суб'єктивно-оціночних суджень, тобто виступає рушійною силою особистості, регулятором її поведінки та діяльності.

Так, учасникам групи пропонується назвати позитивні та негативні властивості свого «Я», розповісти, що він цінує чи приймає в собі, і навпаки, що він хотів би змінити. Після того, як висловляться всі учасники, ведучий пропонує їм записати всі названі позитивні риси і обговорити, як вони

використовують чи мають намір використати свої активи для самореалізації та реалізації життєвих цілей¹².

Наступна вправа «Інтерв'ю з кандидатом» має на меті формування вмінь побудови відносин із оточуючими на основі щирості. Для цього її учасники по черзі сідають в центр кола, уявляючи себе політиком – кандидатом для обрання до влади. Спочатку група задає йому запитання щодо сім'ї, роботи, участі в громадському житті. Після аналізу відповідей всіх учасників група приймає рішення, хто вартий стати депутатом. Далі кожен «обраний» повинен визначити, які його властивості сприяли успіху, кожен «необраний» – чому так сталося.

Безумовно, що формування рефлексивності особистості потребує позитивної мотивації стосовно прогнозування свого майбутнього, визначення та аналізу життєвих цілей та планів, «вписування» їх у контекст та перспективи розвитку країни. Тому наступним кроком у вирішенні завдань етапу «Я – активний виборець» учасниками пропонується скласти перелік перспективних і поточних цілей. Далі вони повинні співвіднести ймовірності досягнення означених цілей з наявними особистісними ресурсами, визначити ймовірні труднощі (об'єктивні та суб'єктивні) на цьому шляху та можливості їх подолання.

Так само складається перелік проблем, які потрібно вирішити у власному місті/селі, щоб співвіднести їх зі своїми особистими цілями; оцінюється, наскільки їх вирішення є значущим для конкретної особи, що може зробити кожен для добробуту «малої» та «великої» Батьківщини.

На завершення першого етапу формуючого експерименту учасниками оголошувалися міні-доповіді (10 хв.) та проводилися дискусії з визначеної

¹² На даному етапі нами використовувалися наступні вправи: «Ваша здатність до щирості», «Коло субособистостей», «Зустріч з Саботажником», «Успіх у минулому», «Нове ім'я», «Схвалення», «Уникнення невдачі», «Придумай девіз», «Похвали сам себе», «Створи собі ситуацію успіху», «Архітектор» [137].

проблематики. Доповіді готувалися в парах, темами для доповідей обрано наступні.

Тема 1. Громадянське суспільство. Поняття, інститути і функції громадянського суспільства. Громадські об'єднання. Громадські організації та політичні партії як інститути громадянського суспільства. Політико-правові передумови становлення громадянського суспільства в Україні.

Тема 2. Правовий статус політичних партій та громадських організацій в Україні. Сутність політичної системи суспільства. Політична система як сукупність державних і недержавних інститутів, котрі прямо чи опосередковано беруть участь в реалізації політичної влади. Особливості становлення політичних партій в Україні.

Тема 3. Вибори в Україні. Вибори як інститут демократії. Виборчі системи та виборчий процес. Законодавство про вибори народних депутатів України, про вибори Президента України, про вибори до органів місцевого самоврядування.

Європейські стандарти виборчого процесу, чесні та прозорі вибори. Права виборців та механізми захисту від їх порушення, важливість кожного голосу під час виборчого процесу. Активізація молоді до участі в політичному житті країни, в тому числі – у виборчому процесі.

Тема 4. Роль ЗМІ в демократичному суспільстві. Сутність та суспільне значення засобів масової комунікації. Форми власності та контроль за мас-медіа в умовах демократії. Вплив засобів масової інформації на політичні орієнтації громадян. Політична реклама.

Тема 5. Роль громадян у демократизації суспільства. Модель демократичного громадянина і культура громадянськості. Інтерес громадян до політики, політична обізнаність. Проблема раціональності та ірраціональності вибору.

Тема 6. Модель політико-правових комунікацій. Процеси політико-правових комунікацій, їх вплив на електорат. Демократичний, популістський та патерналістський стилі комунікації. Суспільне уявлення про ідеальне

втілення тієї чи іншої соціальної ролі партії/політика та методи розмежування уявного від реального у сприйнятті політичних сил.

При підготовці таких міні-доповідей увага учасників формуючого експерименту акцентувалася на необхідності проблемної подачі інформації. Ми виходили з того що, що переконання є, безумовно, важливим методом впливу на особистість, однак воно має як свої переваги, так і недоліки. Як зазначає В. О. Татенко, механізм переконування передбачає, з одного боку, застосування аргументів і фактів, дотримання логіки доведення і обґрунтування, з іншого – уважно-критичне ставлення протилежної сторони як до змісту інформації, так і до способів її подання. Відповідно, далеко не все можна довести, не всіх і не завжди можна переконати. Причини тут різні: система доведення надто складна для об'єкта впливу, і він не бажає напружуватися; об'єкт вже має свою позицію і не збирається її змінювати; об'єкт негативно налаштований щодо самої теми розмови [229, с. 63].

Проблемне надання інформації звернене, швидше, до емоційної сфери особистості, в результаті чого відбувається активізація аналітико-синтетичної діяльності мозку. Оскільки інформація не містить готових висновків та рецептів, учасники формуючого експерименту спонукаються до того, щоб стати не об'єктами впливу, а суб'єктами навчання.

Приклади проблемних ситуацій:

1. У слідчому ізоляторі міста Ч. виборцям ніхто не роз'яснював порядок голосування, скільки і які бюлетені будуть видаватись, де можна ознайомитися із інформацією про кандидатів. Сама ж інформація про кандидатів була розміщена хаотично, частково – за межами приміщення для голосування. У виборців, яких організовано заводили і виводили з цієї зали, не було жодної можливості з нею ознайомитись [196].

Які порушення виборчого законодавства мали місце? Як слід було діяти адміністрації слідчого ізолятора?

2. Громадянина Н., який перебуває у психіатричній лікарні з діагнозом «хронічний алкоголізм», було відмовлено у короткотерміновій відпустці з огляду на його тяжкий соматичний стан, внаслідок чого він не зміг проголосувати.

Чи є така ситуація порушенням виборчого права? Як слід було вчинити адміністрації лікарні?

3. Ви завжди берете участь у голосуванні під час виборів, вважаючи це своїм громадським обов'язком. Однак цього разу Ви раптово захворіли і не можете самотійно прийти на виборчу дільницю.

Чи можете Ви в такій ситуації реалізувати своє виборче право?

Вирішення завдань проблемного характеру, коли предметом аналізу стають практичні ситуації, вимагає від учасників формуючого експерименту вмінь застосовувати одержані знання задля вироблення послідовності й конструктивної схеми вибору методів і засобів. Ведучий при цьому виступає у ролі супервізора, тобто визначає якість групової роботи, вказує на допущені помилки. Результатом виконання даного виду роботи повинне стати формування творчого ставлення до розв'язання типових і нетипових ситуацій, що можуть виникнути у процесі політико-правової комунікації. Навчання правильній поведінці у конфліктних ситуаціях не тільки активізує когнітивні процеси, але й допомагає корегуванню негативних емоційних станів, що супроводжують становлення політико-правової свідомості та ініціативної правової поведінки.

Другий етап формуючого експерименту мав назву ***«Інформація та маніпуляція»***.

У вступному слові ведучий надає поняття «інформація» та разом із групою визначає основні її ознаки: релевантність, повнота, своєчасність, достовірність, доступність, захищеність, ергономічність¹³. Найвищою

¹³ Ергономічність – зручність форми або обсягу інформації з точки зору споживача.

формою існування інформації є знання – систематизовані поняття, уявлення, судження.

Масова інформація – це привселюдно розповсюджувана друкована й аудіовізуальна інформація. Право на доступ до інформації є конституційним правом людини, що передбачене і гарантоване наступними ключовими нормативно-правовими актами: Конституція України (ст. 34), Закони України «Про звернення громадян», «Про інформацію», «Про доступ до публічної інформації».

Здійснення права громадян на інформацію може бути обмежене лише законом: в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку; з метою запобігання заворушенням чи злочинам; для охорони здоров'я населення; для захисту репутації або прав інших людей; для запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно; для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя.

Маніпуляція – приховане управління людиною супротив її волі, що надає ініціатору односторонні переваги. Основні прояви маніпуляції: брехня; неповнота передачі інформації; перекручування фактів; вживання словесних формул, що відволікають увагу іншої сторони.

Протидія маніпулятивному впливу ґрунтується на здатності: бути максимально поінформованим у межах предмету комунікації; контролювати свої емоції; бути критичним. Маніпулювання громадською думкою – одне з найважливіших завдань сучасних мас-медіа на підготовчому етапі виборчого процесу.

В широкому сенсі до ЗМІ слід відносити: пресу, радіо та телебачення, аудіо-відео записи, інтернет, білборди та будь-які інші різновиди зовнішньої реклами.

Наступний крок – *групове обговорення основних методів і прийомів маніпуляції масовою свідомістю* на передвиборчому етапі голосування, що використовуються ЗМІ (наприклад, прийоми «першочерговості», «очевидці подій», «образ ворога», «лідери думок», «удар на випередження»,

«загострення пристрастей», «інформаційного штурму», «схвалення більшості», «ефект присутності» та ін.).

Окрім того, для маніпулювання свідомістю електорату мас-медіа звертаються до використання певних мовленнєвих виразів, зокрема, евфемізмів та дисфемізмів¹⁴, а також фейків. Фейк – це навмисно зманіпульована новина, різного ступеня достовірності аж до абсолютної вигадки, фікції [154]¹⁵.

Приклади фейкових новин.

1) Нова смертельна гра. Дітям надсилають чорного коня. Максимальний репост.

Таке повідомлення було опубліковане на фейсбук-сторінці «Телебачення Торонто». Як пояснили пізніше дописувачі, вони проводили експеримент для з'ясування, наскільки швидко неправдива інформація поширюється в соціальних мережах.

2) Кульові блискавки відчують хвилі страху й можуть атакувати.

Інститут розвитку регіональної преси розіслав редакціям ЗМІ фальшивий прес-реліз про небезпеку кульових блискавок. Підписали цей текст неіснуючою Всесвітньою організацією управління океану й атмосфери (NASA). Мета провокації – перевірити, як українські журналісти дотримуються професійних стандартів.

3) За крок до легалізації марихуани.

У листопаді 2018 р. медіа опублікували інформацію, що «Державна служба з лікарських засобів і контролю за наркотиками видала першу ліцензію компанії C21 на імпорт високоякісного канабідіолу – сировини, екстрактів і концентратів, готових КБС-продуктів». Не за горами легалізація марихуани.

¹⁴ Евфемізм слово або вислів, що вживається для прихованого, пом'якшеного чи ввічливого позначення певних предметів, явищ, дій замість їх справжньої назви. Дисфемізм – вживання більш грубого, вульгарного слова чи вислову замість емоційно та стилістично нейтрального.

¹⁵ Не потони в інформаційному доші. Навчання медіаграмотності громадян: посібник для тренерів. IREX, Академія української преси та StopFake, 2019 <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.

Згодом виявилося, що на канабідіол ліцензію компанія не отримувала. А поширена нею інформація щодо вирощування в Україні марихуани – плани на майбутнє.

Не всі фейки вочевидь абсурдні. Багато з них компонуються таким чином, що обман важко розпізнати. Як приклад, можна навести новину про зниження міжнародного рейтингу України до рівня «дефолт», тобто банкрутства. Багато ЗМІ сповістили про це у вересні 2015 р., але майже ніхто не уточнив, що рейтинг був знижений лише для деяких цінних паперів, а не для держави в цілому. Отже, маємо не пряму вигадку, але це маніпуляція, що покликана створити викривлене враження громадян і, зрештою, спричинити паніку в українців.

Далі учасники формуючого експерименту одержують роздатковий матеріал із ситуативними завданнями. Їм пропонується прочитати заголовок та дати відповіді на запитання:

- 1) яким чином можна перевірити правдивість заголовків;
- 2) як ви думаєте, чи фейкові вони;
- 3) чому ви зробили такий висновок?

1. *Білорусь відмовляється від своєї грошової одиниці й переходить на російський рубль.*

Фейк, інформацію можна перевірити на офіційних білоруських сайтах.

2. *Облрада Закарпаття проголосувала за приєднання цієї області до Угорщини.*

Фейк, інформацію можна перевірити на офіційному сайті облради.

3. *Експерт: «Наступного тижня Україна оголосить себе країною-банкрутом».*

Не фейк, але маніпуляція, оскільки це приватна думка, яка нічого не означає без фактів.

4. *У Києві перекритий рух транспорту по вулиці Хрещатик.*

Не фейк, так дійсно відбувається у вихідні й святкові дні. Інформацію можна перевірити на офіційному сайті Київради або на сервісі «Яндекс.Пробки».

5. *Мобільні оператори підняли плату за дзвінки в межах країни вдвічі.*

Фейк, інформацію можна перевірити на сайтах мобільних операторів).

6. *Стипендії будуть одержувати тільки малозабезпечені студенти.*

Не фейк, інформацію можна перевірити на сайті МОН.

7. *Колишній президент Чехії Вацлав Клаус: «Крим ніколи не був частиною України».*

Не фейк, це лише фраза з інтерв'ю з приватною особою, яка відображає його особисту позицію (повний текст інтерв'ю можна знайти в інтернеті).

8. *З наступного місяця доступ до фейсбуку буде коштувати \$3 на місяць.*

Фейк, надрукований на сайті гумористичних новин, інформацію можна перевірити на сайті «Фейсбуку», де написано, що сервіс повністю безплатний.

9. *Цього року пенсії в Криму підвищили вдвічі.*

Не фейк, але це новина минулого року, тобто маємо маніпуляцію, спрямовану на створення помилкового враження, що пенсії знову підвищили.

10. *Російська соцмережа «ВКонтакте» вилучила профілі всіх українських користувачів, щоб вони не могли писати там нічого антиросійського.*

Фейк, інформацію може перевірити кожен, хто має сторінку «ВКонтакте».

11. *Вулицю Фрунзе в Києві перейменували на Кирилівську.*

Не фейк, інформацію можна перевірити на сайті Київради.

12. *Молдавські вина визнані найкращими у світі.*

Не фейк, але маніпуляція, тому що лише одне вино стало переможцем на конкурсі, інформацію можна перевірити на офіційному сайті уряду Молдови.

На завершення другого етапу формуючого експерименту відбувається групова дискусія, в ході якої опрацьовуються рекомендації щодо протидії маніпулятивному впливові ЗМІ в політико-правовому контексті. Її мета – формування вмінь критичного ставлення учасників до наданої інформації.

Такими рекомендаціями можуть бути наступні.

1. У разі сумнівів, спробуйте відшукати першоджерело повідомлення. Якщо в інформації посилаються на конкретну людину – зверніться до її акаунту в соцмережах; якщо про організацію чи політичну партію – до їх офіційних сайтів.

2. Відмежуйте факти від коментарів. Наприклад, актуальними сьогодні є події на Донбасі, відповідно, ЗМІ звертаються до очевидців. Якщо такі особи не називають своїх імен і прізвищ, приховують обличчя, слід дочекатися підтвердження офіційних структур.

3. Останнім часом в ЗМІ та соцмережах з'явився новий феномен: поширення неправдивих фотографій скандального змісту (палаючі міста, шокуючі кадри під час бойових дій, масові поховання в цинкових трунах). Для визначення правдивості знімка в інтернеті потрібно використовувати браузер Google Chrome (правою кнопкою миші обрати пункт «Знайти це зображення в Google»), що дозволяє прослідкувати дату публікації фотографії і те, що на ній зображено.

4. Вивчайте іноземні мови, аби мати змогу перевірити посилання на авторитетні зарубіжні ЗМІ, зокрема, на інтернет-сторінках першоджерел.

Третій етап формуючого експерименту мав назву **«Виборча дільниця»**. Для його проведення учасники були об'єднані в 2 групи, по 24 особи в кожній, оскільки проведення рольової гри потребувало більшої кількості осіб, ніж було в первісних експериментальних групах.

Перед початком гри здійснювався розподіл ролей: перша група – «офіційна сторона, влада» (члени дільничної виборчої комісії, голова дільничної виборчої комісії, офіційні спостерігачі, уповноважені партій,

довірені особи кандидата в депутати, представники ЗМІ), друга група – «неофіційна сторона» (виборці, коментатори).

Навчальна аудиторія переобладнувалася за стандартами виборчої дільниці: столи для членів виборчої комісії та голови, кабінки та урни для голосування. «Члени комісії» завчасно готували необхідні документи – списки виборців та бюлетені.

Загалом рольова гра відтворювала роботу виборчої дільниці у день виборів. Але при цьому «представники сторін» свідомо припускалися порушень чинного законодавства, що обговорювалися та занотовувалися завчасно: не проводився огляд урни для голосування перед його початком, урна не була опломбована; програми та списки партій розміщувалися в різних місцях приміщення та поза його межами; на виборчій дільниці перебували керівники курсу та «представники органів влади», які «стежили» за ходом голосування; бюлетень деяким виборцям видавався без пред'явлення документів, що посвідчують особу («ви ж мене знаєте, а паспорт я залишив вдома у батьків»; одному виборцеві видано декілька бюлетенів («вони зараз у наряді, не можуть прийти»); виборці заповнювали бюлетені поза межами кабінок («у нас одна ручка на трьох»); член виборчої комісії заповнював бюлетень на прохання виборця; мала місце спроба агітації поза межами приміщення; члени виборчої комісії підганяли виборців перед закінченням голосування, тощо.

Після закінчення голосування підводилися підсумки. Спочатку оцінку діям учасників «офіційній» та «неофіційній» підгруп давали коментатори, виявлені порушення виборчого законодавства записувалися на дошці. Далі – відбувалося обговорення.

Завершальна частина занять проходила як групова дискусія. Її метою нами визначено усвідомлення кожним учасником, до яких висновків він прийшов, чи змінилася його позиція, чи сформувалися у нього нові зразки поведінки. Більшість учасників формуючого експерименту відзначили, що їх виборчий психологічний статус змінився з позиції інфантильного або

несвідомого виборця до виборця, який піддає критичній оцінці будь-який політичний вплив, відповідно, робить свій вибір усвідомлено, а не внаслідок політичних маніпуляцій.

Ми усвідомлюємо самі та наголошували респондентам, що жодні тренінгові заняття не в змозі убезпечити особу від помилок під час виборчого процесу. Проте, саме кричне оціночне ставлення до передвиборчих обіцянок та політтехнологій дозволить протидіяти політичним маніпуляціям та зловживанням довірою, зробити свідомий вибір на користь дійсно бажаного для громадян представника в органах влади. Лише в разі високого рівня політико-правової свідомості та відповідальної електоральної поведінки в Україні може сформуватися політичної еліти з числа тих осіб, хто поділяє демократичні цінності й здатен сприяти їх утвердженню задля добробуту і щастя своїх співвітчизників.

Результати проведеного формуючого експерименту дозволяють стверджувати, що найбільш суттєвими чинниками впливу на політико-правову свідомість особистості є: 1) інформаційний вплив (засвоєння політико-правових знань, прагнення до оволодіння різноплановою інформацією та ознайомлення з різними точками зору, що дозволяє мінімізувати стереотипізацію оціночних суджень особи та її позиції); емоційно-мотиваційний вплив (підкріплення позитивних та нейтралізація негативних почуттів); груповий вплив (групова взаємодія дозволяє вийти за межі індивідуального бачення проблеми та сприяє неупередженому аналізу ситуації).

Будь-який формуючий експеримент передбачає порівняння остаточних результатів із попередніми, оскільки на основі поведінки в лабораторних умовах неможливо достатньо точно прогнозувати реальні дії особистості. Тому ми зіставляли одержані результати з результатами спостережень за фактичною поведінкою учасників експерименту під час голосування на президентських виборах 2019 р. Якщо до формуючого експерименту виявили нейтральне ставлення до голосування 19 опитаних (39,6%), то після його

завершення таких було лише 5 (10,4%), що є підтвердженням зростання політико-правової активності.

Найбільші зрушення були помітні у когнітивній сфері учасників, певні зміни спостерігалися в афективно-ціннісній та поведінковій сферах. Статистичний аналіз результатів засвідчує наявність відмінностей у учасників експерименту на початку та після проведення експерименту (див. Табл. 3.2.1).

Таблиця 3.2.1

Показники рівнів сформованості правової культури виборців				
Рівень сформованості політико-правової культури				
	Група на початку експерименту (N = 48)		Група в кінці експерименту (N = 48)	
	к-сть	%	к-сть	%
високий	5	10,4	12	25,0
Достатній	16	33,3	21	43,8
Низький	26	54,2	14	29,1
дуже низький	1	2,1	1	2,1

Таким чином, політико-правова соціалізація громадян може відбуватися як у межах інституціоналізованих форм державоустрою, і тоді вона має достатні ознаки цілеспрямованого та впорядкованого процесу, або ж як процес стихійний, невпорядкований. В першому випадку така соціалізація має усвідомлений, раціонально-релевантний характер, в другому – ірраціональний, емоційно-релевантний.

Вплив на мотивацію електоральної поведінки виборців здійснюється за допомогою політичних (виборчих) технологій – системи методів, засобів і технік досягнення бажаного результату. Характер і особливості таких технологій зумовлюються особливостями конкретного суспільства та самою сутністю політичного процесу. Базові політичні технології стосуються великих соціальних груп або ж усього населення країни (це опитування громадської думки, референдуми, вибори тощо); другорядні – це технології

розроблення і прийняття політичних рішень, проведення певних політичних акцій (збори, мітинги, пікетування тощо). В такому контексті взаємодія між політиками (політтехнологами) та виборцями набуває суб'єкт – об'єктного характеру: електорат втрачає свою суб'єктність та стає «споживачем реклами», обираючи рекламовані товари певних брендів чи марок. При цьому політикум, переслідуючи власні інтереси, нехтує правами виборців – громадян, які мають право на якісні продукти споживання, у тому числі – інформаційні та політичні [234].

Процеси політичної комунікації практично безперервні, оскільки в будь-якому суспільстві така комунікація здійснюється досить широким колом суб'єктів, до яких належать ЗМІ, політичні партії та їх прихильники, а також сфера неформального спілкування (родичі, друзі, знайомі, інколи – просто випадкові співрозмовники). Їх активізація відбувається у передвиборчий період, коли технології впливу на електорат починають застосовувати системно та інтенсивно з метою збільшення кількості прихильників. Різновидами політичної комунікації є рекламна діяльність та *public relations* – спілкування з широким колом людей (об'єктами виборчої агітації), які беруть участь у політичному процесі лише в момент виборів.

Метою формуючого експерименту було визначення, наскільки можливо змінити уявлення виборців про власні політичні уподобання за допомогою критичного осмислення пропонованих їм матеріалів. Відповідно, завдання експерименту полягали в формуванні вмінь і навичок рефлексивного сприйняття, осмислення й реагування учасників на політико-правові реалії чинного державоустрою, а саме: перевірці одержуваної інформації для уникнення некритичного сприйняття почутого/побаченого у передвиборчій рекламі; зіставлення одержуваної інформації про певного кандидата (політичної партії) з відгуками про його діяльність в різних сферах соціального буття; усвідомленні, що саме спонукає особу віддавати свій голос за того чи іншого кандидата.

Порівняння остаточних результатів із попередніми та результати спостережень за фактичною поведінкою учасників експерименту під час голосування на президентських виборах 2019 р. засвідчує наявність позитивної динаміки політико-правової активності. Найбільші зрушення були помітні у когнітивній сфері учасників, певні зміни спостерігалися в афективно-ціннісній та поведінковій сферах.

Висновки до розділу 3

Узагальнення одержаних результатів дозволяє стверджувати, що:

1) чинники мотивації електоральної поведінки виборців представлені сукупністю об'єктивних та суб'єктивних детермінант. Це цілком відповідає певному психологічному алгоритму: спочатку всі об'єктивні впливи проходять через внутрішню систему обробки інформації людиною, й лише після цього втілюються у її поведінці. Відповідно, електоральна поведінка виборців постає як сукупність дій (голосування на користь певних політичних сил), мотиви яких є результатом обробки й привласнення зовнішньої інформації, що й складає послідовно: а) уявлення про політико-правові реалії; б) реагування на них у формі електорального вибору;

2) оперування як раціонально-релевантними, так і емоційно-релевантними важелями впливу на мотивацію електоральної поведінки спрямоване на спонукання виборців екстраполювати наявні політико-правові тенденції у майбутнє. Відповідно, отримання та критична переробка інформації надає можливість всім учасникам системи взаємодії «електорат – політик» більш виважено та відповідально ставитися до власного вибору; некритичне сприйняття суспільно-політичних реалій (наприклад, посилення на недостатній термін досвіду державотворення, на відсутність кваліфікованої команди, на непереборні обставини, на агресивне втручання третьої сторони, тощо) свідчить про домінування закономірностей і законів міфологічного мислення. Втім, це не виключає й варіантів підтримки певного політика на основі суто емоційних критеріїв («симпатичний –

несимпатичний», «мужній – жіночний» і, навіть, «має приємний/неприємний голос»);

3) на першому етапі формуючого експерименту («Я – активний виборець») ми прагнули до активізації рефлексії виборцями своїх соціально-особистісних властивостей і рис, зокрема, відповідальності за своє життя та за долю країни, віри у власні сили, у власну спроможність впливати на стан справ у суспільстві, громадянську активність. Це стає можливим завдяки їх спонуканню до мисленнєвої діяльності творчого характеру, яка змушує активно працювати з інформацією, а не очікувати вже готових висновків. Результатом цього етапу є формування творчого ставлення до розв’язання типових і нетипових ситуацій, що можуть виникнути у процесі політико-правової комунікації. Навчання правильній поведінці у конфліктних ситуаціях не тільки активізує когнітивні процеси, але й допомагає корегуванню негативних емоційних станів, що супроводжують становлення політико-правової свідомості та ініціативної правової поведінки;

4) на другому етапі «Інформація та маніпуляція» проводилося групове обговорення основних методів і прийомів маніпуляції масовою свідомістю на передвиборчому етапі голосування; визначалася сутність понять «евфемізми», «дисфемізми», «фейки»; вирішувалися ситуативні завдання, що містять елементи маніпуляції; опрацьовувалися рекомендації щодо протидії маніпулятивному впливові ЗМІ в політико-правовому контексті;

5) на третьому етапі формуючого експерименту «Виборча дільниця» проводилася рольова гра, в якій перша група представляла «офіційну сторону, владу» (члени дільничної виборчої комісії, голова дільничної виборчої комісії, офіційні спостерігачі, уповноважені партій, довірені особи кандидата в депутати, представники ЗМІ), друга група – «неофіційну сторону» (виборці, коментатори). Рольова гра відтворювала роботу виборчої дільниці у день виборів. При цьому «представники сторін» свідомо припускалися порушень чинного законодавства, далі – відбувалося обговорення.

ВИСНОВКИ

У висновках дисертації на підставі дослідження комплексу питань, що визначають психологічні засади формування політико-правової свідомості виборців, сформульовано наукові положення й отримані результати, спрямовані на вирішення важливого наукового завдання – розроблення теоретичних засад і практичних науково обґрунтованих рекомендацій щодо впливу на електоральну поведінку громадян.

У дисертаційній роботі висвітлено теоретико-методологічні засади дослідження політико-правової свідомості виборців, надана юридико-психологічна характеристика механізмів впливу на їх політико-правову свідомість та запропоновано напрями і засоби формування електоральної поведінки виборців.

На підставі результатів дослідження можна дійти таких висновків.

1. Суспільна свідомість – сукупність уявлень щодо реалій суспільного буття великого загалу людей, об'єднаних приналежністю до цього буття у відповідний історичний проміжок часу; феномен групового усвідомлення самих себе, спільних особливостей свого суспільного буття та рівня їх відповідності критеріям сучасного світу; психічний стан, який виникає внаслідок задоволеності чи незадоволення реаліями дійсності.

2. Зовнішні детермінанти формування політико-правової свідомості представлені системними компонентами, які оточують особу в її соціальній, віковій, професійній групі та в суспільстві загалом. До них також належать чинники, що визначаються зовнішньополітичними обставинами та певними кон'юнктурними міркуваннями окремих політиків і політичних партій. Внутрішні детермінанти визначаються політико-правовим контекстом життєдіяльності людини, а саме особистісно обумовленими характеристиками особи як громадянина, який бере участь у виборчому процесі, проявляючи себе як «the person who votes» («людина голосуюча»), та своєю активністю певною мірою впливає на прийняття політичних рішень.

3. Політико-правова свідомість виборців у контексті українського менталітету характеризується пробудженням політичної активності народу, що прийшла на зміну пасивному ставленню до суспільно-політичних подій. Суспільно-політична активність українців безпосередньо пов'язана з усвідомленням ними своїх громадянських інтересів та можливостей впливати на політичні сили. Відповідно, політикум нового часу поставлений перед фактом, що лише за умов реалізації запитів та потреб суспільства він може існувати.

4. Громадяни найчастіше отримують інформацію про події в Україні та світі з українського телебачення (73,3%), українських інтернет-ЗМІ (25,7%), а також соціальних мереж (Facebook – 73,3%, Instagram – 34,2%). При цьому лише приблизно половина респондентів довіряють першим за популярністю джерелам – українському телебаченню (42,6%), українським інтернет-ЗМІ (15,4%) та соціальним мережам (14,1%). Не заперечуючи вагомості впливу соціальних мереж на інформаційний простір, зазначимо, що такі публікації відображають особисту думку авторів, але не цілеспрямовану державну політику щодо формування громадянської свідомості. Лише половина опитаних (52,9%) впевнені у своїй здатності відрізнити правдиву інформацію від дезінформації та фейків, але при цьому 76,0% респондентів заперечують важливість державних програм протистояння неправдивій інформації. Відповідно, значна кількість громадян України перебувають у стані інформаційної невизначеності, що спричиняє зневіру до її джерел загалом.

5. Вплив ЗМІ на формування політико-правової свідомості виборців полягає у висвітленні та коментуванні соціального сенсу подій, що відбуваються, та сприянні стереотипізації мислення і поведінки громадян. Сучасні мас-медіа відображають цілісну реальність у вигляді селекціонованих замовниками образів і символів, конструюючи її відповідно до їхніх потреб та цілей: частіше має місце повідомлення емоційно забарвлених суджень, а не об'єктивного стану речей. Відповідно, замість інформування відбувається маніпулювання, тобто нав'язування ставлення до

подій соціального життя на противагу наданню можливості роботи власні висновки.

6. Політико-правова свідомість виборців значною мірою характеризується утилітарною мотивацією (65,9%). Така ситуація є цілком зрозумілою, оскільки сьогодні за межею бідності в Україні перебувають близько 80% людей. Політико-правовій консолідації суспільства перешкоджають також різка зміна способу життя та системи соціальних цінностей, падіння життєвого рівня, маргіналізація і люмпенізація громадян. Соціальні суб'єкти, які формуються за таких несприятливих умов, є надто лабільними та мають низький рівень соціальної самоідентифікації; вони орієнтуються не стільки на усвідомлену соціальну позицію, скільки некритично сприймають уявлення політичних еліт, що транслуються засобами масової інформації.

7. Політичний вибір громадянина залежить як від раціональних (цілеспрямований пошук та критичний аналіз інформації, співставлення програм політичних партій із власними інтересами та цінностями), так і від емоційно забарвлених та, часом, ірраціональних чинників. В своїй сукупності вони визначають ступінь усвідомленості чи неусвідомленості електоральної поведінки, зацікавленість чи байдужість громадянина щодо ретроспективних чи актуальних політичних процесів, зрештою, його відповідальність чи безвідповідальність перед власними майбутнім та майбутнім країни. Розуміння та врахування мотивів, якими керуються виборці при голосуванні, має велике практичне значення, оскільки дозволяє збільшити питому вагу раціонального вибору та зменшити – вибору емоційного.

8. В результаті проведення формуючого експерименту більшість учасників відзначили, що їх виборчий психологічний статус змінився з позиції інфантильного або несвідомого виборця до виборця, який піддає критичній оцінці будь-який політичний вплив, відповідно, робить свій вибір усвідомлено, а не внаслідок політичних маніпуляцій. Можна стверджувати, що найбільш суттєвими чинниками впливу на політико-правову свідомість

особистості є: 1) інформаційний вплив (засвоєння політико-правових знань, прагнення до оволодіння різноплановою інформацією та ознайомлення з різними точками зору, що дозволяє мінімізувати стереотипізацію оціночних суджень особи та її позиції); 2) емоційно-мотиваційний вплив (підкріплення позитивних та нейтралізація негативних почуттів); 3) груповий вплив (групова взаємодія дозволяє вийти за межі індивідуального бачення проблеми та сприяє неупередженому аналізу ситуації).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абсентизм. URL: <http://www.emc.komi.com/02/01/012.htm>
2. Абульханова-Славская К. А. Стратегия жизни. М.: Мысль, 1991. 299 с.
3. Агарков О. А. Соціально-політичний маркетинг: теоретичний і практичний аспекти: монографія. Запоріжжя: Просвіта, 2011. 314 с.
4. Арабаджиев Д. Ю. Громадський моніторинг за виборчим процесом в Україні: монографія. Запоріжжя: Просвіта, 2014. 313 с.
5. Афанасьєва М. В. Виборча інженерія в Україні: монографія. Одеса: Юридична література, 2014. 382 с.
6. Бабак І. М. Бідність в Україні: методологічний аспект // *Стратегія розвитку України: соціологія, економіка, право*. 2008. № 1/2. С. 201–204.
7. Бадрак В. В. Фактори ефективності впливу друкованих ЗМІ (преси) на електорат: дис... канд. філол. наук: 10.01.08 / Київський національний ун-т ім. Т. Г. Шевченка. Інститут журналістики. К., 2000. 250 с.
8. Баймуратов М. О., Кофман Б. Я. Міжнародні виборчі стандарти: правова природа, змістовна та системна характеристика, актуальні питання імплементації в законодавство України. Суми, 2012. 227 с.
9. Балакірєва О. М. Диференціація життєвих шляхів молодого покоління залежно від факторів соціального середовища // *Молодь України: стан, проблеми, шляхи розв'язання*. 2007. № 13. С. 6–9.
10. Банчук М. В. Ідеологія та культура діяльності правозахисних органів України в контексті становлення громадянського суспільства (політологічний аналіз): дис... канд. політ. наук: 23.00.03 / АПН України, Ін-т вищ. освіти. К., 2004. 180 с.
11. Баронин А. С. Этническая психология. К.: Тандем, 2000. 236 с.

- 12.Бахновська І. П. Поведінка особи як суспільна проблема: становлення надійної особистості // *Науковий вісник Ужгородського національного університету*, 2015. Серія ПРАВО. Випуск 30. Том 1. С. 10-13
- 13.Бедь В. В. Юридична психологія: навч. посіб. для студ. вищ. закл. освіти. К. : Каравела, 2002. 376 с.
- 14.Беккер Г. С. Человеческое поведение. Экономический поход. URL: <http://financepro.ru/2008/01/29/gjeri-s.-bekker-chelovecheskoe.html> &ref=2146
- 15.Берега С. В. Особливості політичної культури як частина загальної культури суспільства: сучасні виміри // *Часопис Київського університету права*. 2009. № 4. С. 15-19
- 16.Березенко В. Суспільна свідомість як предмет дослідження юридичної психології // *Юридична психологія*. 2019. Т. 24 (1). С. 7-14
- 17.Бойчук М. А. Влада і громадянське суспільство: механізми взаємодії: дис... канд. політ. наук: 23.00.01 / Національний педагогічний ун-т ім. М. П. Драгоманова. К., 2006. 222 с.
- 18.Бокоч В. М. Електоральний маркетинг в політичному процесі: міжнародний досвід: монографія. Ужгород: Ліра, 2015. 198 с.
- 19.Бондаренко О. В. Українська економічна ментальність: соціально-філософський аналіз: дис... д-ра філос. наук: 09.00.03 / Запорізький національний технічний ун-т. Запоріжжя, 2007. 391 с.
- 20.Борисова Т. М. Протидіючий маркетинг некомерційних суб'єктів: монографія. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 213 с.
- 21.Бурдяк В. І. Електоральні процеси України в регіональному вимірі: Буковина і Закарпаття: монографія. Ужгород: Ліра, 2014. 550 с.
- 22.Буренко Н. М. Еволюція політики Європейського Союзу щодо країн Центральної та Східної Європи: дис... канд. політ. наук: 23.00.04 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. К., 2004. 215 с.
- 23.Буркут І., Колесников О. Виборчі технології: регіональний досвід. Чернівці, 2009. 240 с.

- 24.Бучин М. А. Демократичні вибори в Україні: принципи, механізми та технології реалізації: монографія. Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2016. 448 с.
- 25.Вайткунене Л. Психотехнические средства буржуазной пропаганды // Коммунист. Вильнюс, 1984. № 10. С. 63-67
- 26.Василевська Т. Е. Відповідальність як духовно-моральнісний вимір особистості: дис... канд. філос. наук: 09.00.07 / Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. К., 1996. 164 с.
- 27.Вашкевич В. М. Формування та розвиток історичної свідомості студентської молоді в Україні в період суспільних трансформацій (соціально-філософський аналіз): дис... д-ра філос. наук: 09.00.03 / Ін-т вищ. освіти АПН України. К., 2007. 380 с.
- 28.Вербицька Г. Л. Проблеми бідності та рівня життя населення України // *Lviv Polytechnic National University Institutional Repository*. URL: <http://ena.lp.edu.ua>. 2010. С. 305-309
- 29.Вербицька П. В. Теоретико-методичні основи громадянського виховання учнівської молоді у загальноосвітніх навчальних закладах: дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.07 / Ін-т пробл. виховання АПН України. К., 2010. 527 с.
- 30.Вибори Президента України 2004 року. Електоральна статистика / Давидович Я. В. [та ін.]; голова ред. кол. Я. В. Давидович. К.: Центральна виборча комісія, 2005. 608 с.
- 31.Вибори президента України: ключові політтехнології кандидатів. Радіо Свобода: веб-сайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29479164.html>
- 32.Виборчі системи та виборчі технології: актуальні проблеми / ред. та упоряд.: Л. Кудіна, Л. Яцюк. К., 2010. 76 с.
- 33.Виборчий Кодекс України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2020. № 7, № 8, № 9, ст. 48
- 34.Вишняк О. І. Електоральна соціологія: історія, теорії, методи: монографія. К.: [б.в.], 2000. 308 с.

- 35.Войтович Н. Створення фейкових новин: новий шлях інформаційної війни // *Вісник Львівського університету. Сер. Журналістика*. 2014. Вип. 39 (1). С. 42-47.
- 36.Воловик В. И. Философия политического сознания: монографія. Запоріжжя: Просвіта, 2006. 201 с.
- 37.Волянчук О. Я. Суспільна пам'ять і політика: мистецтво можливого: монографія. К. : Пріоритети, 2013. 169 с.
- 38.Гаврада І. О. Політика органів державної влади щодо ЗМІ в Україні: проблеми взаємодії: дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці, 2007. 224 с.
- 39.Галушка З. І., Лусте О. О. Господарський менталітет та національні особливості процесів соціалізації економіки. Чернівці: Рута, 2017. 263 с.
- 40.Головаха Є., Паніна Н. Пострадянська деінституалізація і становлення нових соціальних інститутів в українському суспільстві // *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2001. № 4. С. 5-23
- 41.Головченко В., Потьомкін А. Правові механізми формування правосвідомості студентів // *Право України*. 2006. № 4. С. 100–103.
- 42.Горобинский М. А., Ветвицкая С. М. Самооценка: особенности ее формирования и значение в жизни человека // *Международный студенческий научный вестник*. 2017. № 6. URL: <http://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=17850>
- 43.Горшков Е. А. Интеракционистский подход Ч. Х. Кули к определению предмета и метода социальной психологии // *Приволжский научный вестник*. 2014. № 11-2 (39). С. 80-85
- 44.Григор О. О. Формування інформаційного суспільства в Україні в контексті інтеграції в Європейський Союз (державно-управлінський аспект): дис... канд. наук з держ. упр.: 25.00.01 / Львівський регіональний ін-т держ. управління Національної академії держ. управління при Президентіві України. Л., 2003. 230 с.

- 45.Гримська М. І. Електоральні преференції крайніх правих партій в сучасній Європі: монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 259 с.
- 46.Грищенко Е. В. Фейк-ньюз как жанр новостного дискурса // *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер. Філологія. 2014. Вип. 13. С. 220-222.
- 47.Громадська активність молоді – дані соціологічного опитування. *Молодіжна альтернатива*. URL: http://www.ya.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=241:2010-09-07-14-11-50&catid=64:2010-08-30-17-53-21&Itemid=127
- 48.Громадянська активність студентства м. Мелітополя у контексті трансформації суспільно-політичних відносин в Україні. Мелітополь: Лабораторія соціологічних досліджень МДПУ ім. Б. Хмельницького. 2012. 34 с.
- 49.Громадський активізм та ставлення до реформ: суспільна думка в Україні. Фонд «Демократичні ініціативи ім. І. Кучеріва»: URL: https://dif.org.ua/article/gromadskiy-aktivizm-ta-stavlennya-do-reform-suspilna-dumka-v-ukraini_5
- 50.Дембицька Н. М. Психологічні особливості політичної соціалізації студентів: дис... канд. психол. наук: 19.00.05 / Ін-т психології ім. Г. С. Костюка АПН України. К., 2004. 237 с.
- 51.Демократизація державно-правових інститутів, як фактор організації суспільства: зб. матеріалів наук.-практ. семінару (4 грудня 2007 р., м. Чернігів) / Чернігівський держ. ін-т права; ред. О. Г. Козинець. Чернігів: ЧДПСТП, 2008. 92 с.
- 52.Діденко І. Неопотизм, фаворитизм та кронізм як причини виникнення конфлікту інтересів // *Підприємництво, господарство і право*. 2017. № 8. С. 103-106

- 53.Дідух М. Л. Становлення політичної свідомості молоді в умовах суспільної нестабільності: дис... канд. психол. наук: 19.00.05 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. К., 2004. 201 с.;
- 54.Дичковська Г. Проблеми державотворення: український індивідуалізм // *Людина і політика*. 2002. № 2 (20). С. 73-82
- 55.Дмитренко М. Особливості сучасної української політичної культури: проблема визначення // *Політичний менеджмент*. 2005. №5. С. 134-138
- 56.Додонова В. И. Политическое сознание: сущность, структура, современные тенденции развития (социально-философский анализ): дис... канд. филос. наук: 09.00.03 / Запорожский гос. ун-т. Запорожье, 1996. 181 с.
- 57.Донченко О., Романенко Ю. Архетипи соціального життя і політика (Глибинні регулятиви психологічного повсякдення): монографія. К.: Либідь, 2001. 334 с.
- 58.Доцяк І. І. Електоральна поведінка студентської молоді в умовах трансформації політичної системи України (на прикладі Івано-Франківської та Львівської областей): дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / Українська академія друкарства. Л., 2004. 204 с.
- 59.Дроздова А. В. Рівень розвитку довіри до інститутів влади в Україні та його вплив на демократичне реформування // *Вісник ОНУ ім І. І. Мечникова. Соціологія і політичні науки*. 2012. Т. 17. Вип. 2 (16). С. 137-144
- 60.Дузь О. В. Інформаційно-комунікаційні технології у вітчизняних електоральних процесах: дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / Донец. нац. ун-т. Донецьк, 2009. 214 с.
- 61.Екзит-пол другого туру президентських виборів 2019 р.: URL: Національний екзит-пол <http://dif-exitpoll.org.ua/president/2019>
- 62.Жадько В. А., Бідзіля П. О. Формування громадянської свідомості: соціологічний аналіз. Запоріжжя: ЗДМУ, 2013. 75 с.

63. Жигайло Н., Шибрук О. Проблема феномену та структури «Я-концепції» особистості в контексті поглядів вітчизняних і зарубіжних дослідників // *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2014. Вип. 26. С 70-74
64. Журба М. Віртуальна реальність як компенсаторний механізм невирішених проблем у житті // *Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках*. 2012. № 4 (22), С. 77-82
65. Завалевський Ю. І. Проблеми громадянського виховання особистості та підходи до її розв'язання в історії теоретичної думки // *Педагогіка і психологія*. 2002. № 4 (37). С. 55-63
66. Загальнонаціональне опитування «Становище молоді в Україні» // *Центр соціальних експертиз у рамках проекту Програми розвитку ООН «Створення безпечного середовища для молоді в Україні»*. URL: <http://www.uwtoday.com.ua/article.asp?Lid=1&NID=167&JID=156>.
67. Задорожна М. І. Гуманізація суспільної свідомості (державно-управлінський аспект): дис... канд. наук з держ. упр.: 25.00.01 / Львівський регіональний ін-т держ. управління Національної академії держ. управління при Президенті України. Л., 2008. 205 с.
68. Закон про мову в Україні набрав чинності. Радіо Свобода: веб-сайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-derzhavna-mova-zakon-chynnist/30057675.html>
69. Зевиг Д. Теория рационального выбора в изучении электорального поведения // *Ломоносовские чтения*. 2003. № 1. URL: <http://lib.socio.msu.ru/l/library>
70. Зибцев В. М., Попов В. Ю. Господарський менталітет України: теорія, історія та сучасний стан. Донецьк: Норд-Пресс, 2005. 176 с.
71. Зинченко В. П. Миры сознания и структура сознания // *Вопросы психологии*. 1991. № 2. С. 15-34

- 72.Злобіна О. Емоційна складова суспільних перетворень (на прикладі становлення Майдану) // *Соціальні виміри суспільства*: зб. наук. праць. К.: Ін-т соціології НАНУ: Азбука, 2014. Вип. 6 (17). С. 314–326
- 73.Злобіна О. Особистість в соціальній кризі: тренди емоційних трансформацій // *Психологія особистості*. 2015. №1 (6). С. 150-161
- 74.Злобіна О. Фрейм страху як чинник формування ставлення до влади в умовах суспільної кризи // *Соціальні та політичні конфігурації модерну: динаміка влади в Україні та світі*: матеріали ІУ між нар. наук.-практ. конф., м. Київ, 3-4 червня 2015р. К. : Талком, 2015. С. 15–22
- 75.Зубченко О. С. Електоральна культура як об'єкт соціологічного дослідження: дис... канд. соціол. наук: 22.00.04 / Гуманітарний ун-т «Запорізький ін-т держ. та муніципального управління». Запоріжжя, 2007. 234 с.
- 76.Зубченко О. С. Етапи розвитку західної соціології виборів // *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2008. Вип. 32. С. 158-169
- 77.Зябрева С. Е. Виховання громадянськості студентів професійно-технічних коледжів у позанавчальній діяльності: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.07 / Горл. держ. пед. ін-т інозем. мов. Горлівка, 2010. 285 с.
- 78.Иванов Д. В. Виртуализация общества. СПб.: «Петербургское Востоковедение», Версия 2.0, 2002. 224 с.
- 79.Иванов М. Що таке «громадянська» і що таке «політична» освіта? // *Політичний менеджмент*. № 2. 2003. С. 41-50
- 80.Иванова Ю. Абсентеизм как фактор избирательного процесса в современной России. URL: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/170344.html>
- 81.Идрисов Б. Электоральная культура: понятие и основные функции // *Соціальні виміри суспільства*. Вип. 7. К.: ІС НАНУ, 2004. С. 398-406.
- 82.Ідрісов Б. Електоральна соціологія: навч.-метод. посіб. Мелітополь: Вид. будинок ММД, 2012. 255 с.

- 83.Итвел Р. Возрождение харизмы? Теория и проблемы операционализации понятий // *СОЦИС*. 2003. № 3 (227). С. 9-20
- 84.Іщук В. Україна: проблема престижності та ідентичності: масова комунікація і культура як суб'єкти формування громадянської та національної свідомості. К.: Смолоскип, 2000. 88 с.
- 85.Калиновський Ю. Ю. Правосвідомість українського суспільства : генеза та сучасність: монографія. Х.: Право, 2008. 288 с.
- 86.Карасевич А., Шачковська Л. Електоральна формула: сутність та політичний концепт. Умань: ПП Жовтий, 2010. 156 с.
- 87.Касаревич А. О. Особливості електоральної поведінки громадян на парламентських виборах 2012 року в Україні // *Сучасні соціально-гуманітарні дискурси*: матер. II всеукр. наук. конфер. з міжнар. участтю. Дніпропетровськ: Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, 2012. С. С183-188;
- 88.Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2016. № 1. С. 281-287
- 89.Кирбят'єв О. Л. Сучасні засоби масової інформації як фактор формування громадської думки // *Гуманітарний вісник*. Запорізька державна інженерна академія. 2001. Вип. 6. С. 148-158
- 90.Ключковський Ю. Б. Виборчі системи та українське виборче законодавство: монографія. К.: Час друку, 2011. 132 с.
- 91.Коваль Р. М. Абсентеїзм в Україні: особливості та динаміка // матер. конф. «*Перспективи та загрози демократії у постпомаранчевий період в Україні*». Острог: вид-во Національного університету «Острозька академія», 2010. Вип. 4. С. 37-40
- 92.Козловська Г. В. Організаційна свідомість: діалектика індивідуального і суспільного: дис... канд. філос. наук: 09.00.04 / Національний педагогічний ун-т ім. М. П. Драгоманова. К., 2006. 195 с.

93. Коллинз Р. Программа теории ритуала интеракции // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2004. Т. 7. № 1 (25). С. 27–39
94. Колодій А. Ф., Наход М. А. Управління виборчим процесом як складова демократичного врядування (на прикладі виборів народних депутатів України): наук. розроб. Київ, 2012. 66 с.
95. Коментар Закону України «Про вибори народних депутатів України» / за ред. М. І. Ставнійчука, М. І. Мельника. К.: Атіка, 2002. 384 с., с. 33
96. Конституційне право України: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / за ред. В. П. Колісника та Ю. Г. Барабаша. Х.: Право, 2008. 416 с.
97. Концепція громадянського виховання особистості в умовах розвитку української державності. URL: <http://osvita.irpin.com/viddil/v4/d1.htm>.
98. Корнілов Ю. П. Громадянське суспільство та особистість (соціально-політичний аналіз): дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / НАН України, Інститут держави і права ім. В. М. Корецького. К., 1998. 205 с.
99. Королько В. Передвиборча комунікаційно-агітаційна кампанія: політичний феномен, структура, функції // *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2002. № 1. С. 80-101
100. Костенко О. О. Щодо криміналізації поширення «фейкових» новин. *Судова апеляція*. 2018. № 3. С. 61-67.
101. Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль / пер. с англ. М. Бугаев [и др.]. СПб., 1999. 887 с.
102. Кочнова О. А. Патернализм как субинститут благотворительности // *Вісник СевНТУ*. Вип. 94 : Філософія : зб. наук. пр. Севастополь: вид-во СевНТУ, 2009. С. 52-55
103. Кравченко А. Г. Менталітет як об'єкт соціально-філософського дослідження: дис... канд. філос. наук: 09.00.03 / Національний аграрний ун-т. К., 2000. 193 с.
104. Краснокутський О. В. Взаємозв'язок політичної та правової свідомості: проблема формування ідеології державотворення: монографія. Запоріжжя: КСК-Альянс, 2014. 428 с.

105. Кратюк В. В. Громадянське суспільство в Україні: політико-правові аспекти розвитку системи демократичної влади: дис... канд. юрид. наук: 12.00.13 / Одеська національна юридична академія. О., 2001. 193 с.
106. Крестовська Н. М., Матвєєва Л. Г. Теорія держави і права: елементарний курс. Х.: Одісей, 2007. 432 с.
107. Кривошеїн В. В. Іміджова складова політичного світосприйняття: структура елементарного рівня // *Грані*. 2012. № 4 (24). С. 117-121
108. Кривошеєнко О. В. Київ: від виборів до виборів. Електоральна історія столиці. К.: Альтерпрес, 2005. 218 с.
109. Круглашов А., Токар М. Електоральні процеси України в регіональному вимірі: Буковина і Закарпаття: монографія. Ужгород: Поліграф центр «Ліра», 2014. 552 с.
110. Кузь О., Поліщук І., Моторнюк Т. Виборчі технології в модерному електоральному процесі США та Україні. Х.: ІНЖЕК, 2012. 250 с.
111. Кулеба Д. Війна за реальність. Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Київ: Книголав, 2019. 381 с.
112. Кулік В. Це не патерналістські настрої, а незадоволення громадян рівнем соціального захисту. URL: <http://dialogs.org.ua/ru/dialog/page79-1312.html>
113. Култаєва М. Громадянське суспільство як воля і уявлення // *Громадянське суспільство в Україні за доби глобалізації: ціннісно-нормативне та інституційне забезпечення його розбудови*. К.: Міжнародний фонд «Відродження». 2007. С. 33–53
114. Купрій В. О. Організації громадянського суспільства як суб'єкти вироблення державної політики: дис... канд. наук з держ. упр.: 25.00.01 / Національна академія держ. управління при Президентові України. К., 2007. 213 с.

115. Курбан О. В. Фейки у сучасних медіа: ідентифікація та нейтралізація. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2018. № 3. С. 96-103.
116. Кучеренко В. Функціоналістська парадигма Роберта Мертона в сучасному соціологічному дискурсі. До 90-річчя від дня народження // *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2000. № 4. С. 81-88
117. Лага В. А. Ідеологічний фактор сучасного політичного та партійного розвитку України: дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / Міжрегіональна академія управління персоналом. К., 2006. 207 с.
118. Лагутін А. Концептуальні засади політичного реформування в Україні // *Політична думка*. 2002. № 1. С. 42-53
119. Левенець Ю. А. Виборчий процес: міфи і реалії. К.: Блэк-Прес, 2006. 178 с.
120. Леонтьев А. Н. К психологии образа // *Вестн. Моск. гос. ун-та*. Сер. 14. Психология. 1986. № 3. С. 72-76
121. Лібанова Е. М. Бідність населення України: методологія, методика та практика аналізу: монографія. К.: КНЕУ, 2008. 328 с.
122. Літценберг Л. В. Процес соціокультурної ідентифікації в умовах сучасного суспільства // *Вісник НТУУ КПІ*. Філософія. Психологія. Педагогіка. Випуск 3'2011. С. 39-43
123. Липсет С., Роккан С. Структуры размеживаний, партийные системы и предпочтения избирателей // *Партии и выборы: Хрестоматия*. М.: ИНИОН, 2004. С. 49-81
124. Литвин А. П. Соціоструктурні чинники електоральної поведінки українських виборців: дис... канд. соціол. наук: 22.00.04 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. К., 2003. 183 с.
125. Макиавелли Н. Государь. Рассуждения о первой декаде Тита Ливия. О военном искусстве. Минск: ООО «Попурри», 1998. 672 с.
126. Маклелланд Д. Мотивация человека. СПб.: Питер, 2007. 672 с.

127. Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий. М.: Русская панорама, 2002. 462 с
128. Мамардашвілі М. Проблема свідомості і філософське покликання. Психологія і суспільство, [S. l.], п. 4 (62), р. 19-27, Nov. 2017. URL: <http://journals.uran.ua/index.php/1810-2131/article/view/113652/108233>
129. Мартиненко В. М. Демократизація механізмів державного управління процесами суспільних трансформацій: дис... д-ра наук з держ. упр.: 25.00.02 / Національна академія державного управління при Президентові України, Харківський регіональний ін-т державного управління. Х., 2004. 487 с.
130. Матусевич В. Суб'єкт громадської думки: теоретичні та методичні проблеми визначення // *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2002. № 1. С. 21-41
131. Мацієвський Ю. Між авторитаризмом і демократією: політичний режим після «помаранчевої революції». URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=63&c=1399>
132. Мединська Ю. Я. Колективне несвідоме як глибинна детермінанта етнічного менталітету: дис... канд. психол. наук: 19.00.01 / Тернопільська академія народного господарства, Інститут експериментальних систем освіти. Т., 2005. 181 с.
133. Медична реформа на 2020 рік: МОЗ України залучило пацієнтські організації. Український медичний часопис: веб-сайт. URL: <https://www.umj.com.ua/article/158882/medichna-reforma-na-2020-rik-moz-ukrayini-zaluchilo-patsiyentski-organizatsiyi>
134. Мелешкина Е. Исследование электорального поведения: теоретические модели и проблемы их применения // *Партии и выборы: хрестоматия*. М.: ИНИОН, 2004. С. 104-123
135. Мелешкина Е. Ю. «Воронка причинности» в электоральных исследованиях // *Полис*. 2002. № 5. С. 46-53

136. Мельничук О. С. Право і держава в концепції правосвідомості І. О. Ільїна: дис... канд. юрид. наук: 12.00.01 / Одеська національна юридична академія. О., 2005. 196 с.
137. Минуллина А. Ф., Гурьянова О. А. Тренинг личностного роста: учебное пособие. Казань: «Бриг», 2015. 96 с. URL: https://kpfu.ru/staff_files/F622300134/Guryanova_Minullina_Trening_2015.pdf
138. Місюра В. Я. Особливості взаємодії політичних партій та органів місцевого самоврядування в розбудові громадянського суспільства в Україні (державно-управлінський аспект): дис... канд. наук з держ. упр.: 25.00.02 / Національна академія держ. управління при Президентові України. К., 2006. 239 с.
139. Митькин А. А. О роли индивидуального и коллективного сознания в социальной динамике // *Психология сознания. Серия «Хрестоматия по психологии»* / под ред. Куликова Л. В. СПб.: Питер, 2001. С. 358-375
140. Миценко І. М. Рівень життя і його вплив на безпеку життєдіяльності людини // *Економіка промисловості*. 2004. № 1. С. 164-172
141. Міщенко А. Політична довіра у легітимаційних процесах суспільного інформаційного розвитку // *Український інформаційний простір: наук. Журнал*. URL: http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_2/10-mischenko.pdf
142. Моргун О. А. Соціально-філософські засади становлення національної суспільної свідомості на підґрунті етнорегіональної культури: дис... канд. філос. наук: 09.00.03 / Криворізький технічний ун-т. Кривий Ріг, 2005. 205 с.
143. Морозова Е. Г. Электоральный менеджмент: учеб. пособие. М.: РЦОИТ, 2002. 232 с.

144. Морозова О. О. Особливості формування політичної культури молоді в умовах глобалізації: дис... канд. політ. наук: 23.00.03 / Інститут держави і права ім. В. М. Корецького НАН України. К., 2006. 186 с.
145. Москаленко В. В. Політичні установки особистості у соціальному житті // *Вісник Харківського національного університету. Серія «Психологія»*, 2011. № 981. С. 153-156. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/VKhIPC_2011_981_47_35.pdf
146. Мостіпан О. М. Ефективність виборчих систем: історія, теорія та українська практика: монографія. Кіровоград: Лисенко В. Ф., 2015. 215 с.
147. Моторнюк Т. М. Виборчі технології у сучасному електоральному процесі України: рецепція досвіду США: дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / Харк. нац. екон. ун-т. Х., 2011. 215 с.
148. Мусиенко Т. В., Лукин В. Н. Политическая идентификация личности: проблемы концептуализации// *Credo new*. 2003. №3. с. 29-47.
149. Мухін В. В. Професійна правосвідомість: поняття, особливості, функції: дис... канд. юрид. наук: 12.00.01 / Національна юридична академія України ім. Ярослава Мудрого. Х., 2007. 200 с.
150. Найчук А. Історичний розвиток в контексті соціально-філософських теорій // *Проблеми дидактики історії*: збірн. наук. праць. 2014. С. 31-40
151. Натуркач Р. П., Бисага Ю. М., Белов Д. М. Виборче право в правовій системі України. Ужгород, 2015. 138 с.
152. Наумова М. Ю. Соціально-політичні цінності українців і перспективи ефективної демократії // *Культурологічна думка. Щорічник наукових праць*. К.: Інститут культурології НАН України, 2014. №7. С. 184-190

153. Наумова М., Ручка А. Цінності і типи ціннісної ідентифікації у сучасному соціумі // *Українське суспільство 1992–2013. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг*. К.: Інститут соціології НАН України, 2013. С. 285-297
154. Не потони в інформаційному дощі. Навчання медіаграмотності громадян: посібник для тренерів. IREX, Академія української преси та StopFake, 2019. URL: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.
155. Нечаев Д. А. Избиратель: покупатель, продавец, или вкладчик? // *Полис*. 2001. № 6. С. 40-51
156. Нельга О. В. Теорія етносу: курс лекцій. К.: Тандем, 1997. 368 с.
157. Новікова Н. Є. Менталітет як детермінанта формування політичної культури в Україні // *Наукові записки*. 2015. Том 173. Політичні науки. С. 30-34
158. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: пер. с нем.; общ. ред. и предисл. Мансурова Н. С. М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. 352 с.
159. Олексик Х. М., Максименко О. М. Юридична психологія: навч.-метод. посіб. Ужгород, 2000. 108 с.
160. Онуфрик Я. Психологічні технології виборчої кампанії: настрої суспільства, політичний імідж, чорний піар, моделі управління, маніпуляція свідомістю. Чернівці: Букрек, 2011. 87 с.
161. Опитування громадської думки. URL: // <http://socis.kiev.ua> › 2019-01
162. Основи демократії: навч. посіб. / за заг. ред. А. Колодія. К.: «Ай Бі», 2002. 684 с.
163. Осовський В. Громадська думка про соціополітичний устрій України // *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2000. № 4. С. 106-125
164. Остапенко М. А. Політична культура суспільства: навч. посіб. К.: МАУП, 2008. 96 с.

165. Остапець Ю. Електоральні процеси на Закарпатті у контексті загальнонаціональних виборів: монографія. Ужгород: Ліра, 2016. 410 с.
166. Пасько Я. І. Громадянське суспільство: світоглядні версії та історичне втілення (соціально- філософський аналіз): дис... канд. філос. наук: 09.00.03 / НАН України, Ін-т філософії ім. Г. Сковороди. К., 1998. 180 с.
167. Патлах І. М. Національний менталітет як об'єкт етнополітологічного аналізу: дис... канд. політ. наук: 23.00.05 / Запорізька держ. інженерна академія. Запоріжжя, 2002. 216 с.
168. Пекар В. Чи брешуть рейтинги? Цінності українського суспільства та передвиборчі очікування. 2014. URL: <http://www.pravda.com.ua/articles/2014/10/21/7041414/>.
169. Петров О., Полторак В. Опитувальні технології у виборчій кампанії // *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 1998. № 4-5. С. 56-76
170. Петрова Г. М. Моральнісна самоідентифікація як етична проблема: дис... канд. філос. наук: 09.00.07 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. К., 2004. 178 с.
171. Петрунько О. В. Мотиви відчуження сучасної молоді від активної політичної діяльності // *Педагогіка і психологія*. 2006. № 1. С. 98-101
172. Пилипенко В. Соціологічна наука та електоральні процеси в Україні // *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 1999. № 4. С. 158-161
173. Пилипенко Г. А. Електоральний процес у перехідних політичних системах: технологічний аспект: дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / Севастоп. нац. техн. ун-т. Севастополь, 2009. 191 с.
174. Погорілко В. Вибори народних депутатів України – ключовий процес державотворення та правотворення. URL: <http://www.cvk.gov.ua/visnyk/index.php?mID=11>

175. Позняк Д. Соціально-психологічні механізми політичної свідомості виборців // *Соціальна психологія*. 2004. № 1. С. 31-45.
176. Позняк Д. В. Рефлексивні механізми свідомості виборців як суб'єктів політичної взаємодії: автореф. дис. канд. психол. наук: 19.00.05 / Ін-т соц. та політ. психології АПН України. К., 2004. 20 с.
177. Плотинский Ю. М. Модели социальных процессов. М.: Логос, 2001. 296 с.
178. Политический процесс: основные аспекты и способы анализа: сборник учебных материалов / под ред. Е. Ю. Мелешкиной. М: Весь Мир, 2001. – 304 с.
179. Політичні партії України напередодні парламентських виборів: стан, тенденції. Аналітична доповідь УЦЕПД // *Національна безпека та оборона*. 2001. № 12. С. 15-60
180. Політичні партії і вибори в Україні: матеріали міжнар. круглого столу (Київ, 26 черв. 2015 р.). Київ : Логос, 2016. 218 с.
181. Поліщук І. О. Електоральний процес постсоціалістичного суспільства: політико-культурний вимір (на прикладі України, Росії та Польщі): дис. ... д-ра політ. наук : 23.00.02 / Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Х., 2009. 469 с.
182. Поліщук І. Концептуально-методологічні основи дослідження електоральних практик // *Публічне управління: теорія та практика*: збірн. наук. праць. 2010. №1. С. 86–91
183. Поліщук І. О. Електоральна культура транзитивних суспільств // *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. № 3 (30) 2016. С. 224-227
184. Полторац В. А. Социология общественного мнения: учебное пособие. Киев-Днепропетровск: Арт-пресс, 2000. 264 с.
185. Полторац В. А., Чавкіна С. В. Управлінські функції громадської думки та їх реалізація в сучасному українському суспільстві //

Методологія, теорія і практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: збірн. наук. праць. Вип. 19. № 502. 2013. С. 254-258

186. Полтораков О. Ю. Європейська політична інтеграція в сучасній цивілізаційній системі: дис... канд. політ. наук: 23.00.04 / Нац. акад. наук України, Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. К., 2004. 199 с.
187. Попов В. Ю. Український господарський менталітет: сутність і трансформації: дис... канд. філос. наук: 09.00.03 / НАН України, Центр гуманітар. освіти. К., 2000. 192 с.
188. Порівняння політиків. Слово і діло, аналітичний портал: URL: <https://www.slovoidilo.ua/persony/porivnjannja/1,24,22>
189. Поршнева Б. Ф. Социальная психология и история / 2-е изд. М. Наука, 1979. 232 с.
190. Почепцов Г. Виртуальные войны. Фейки. Харьков: Фолио, 2019. 506 с.
191. Прасюк О. В. Електоральна громадська думка в Україні: сутність, детермінанти поставання та шляхи посилення дієвості: монографія. Острозький університет «Острозька акад.», 2013. 177 с.
192. Пригорницька О. Фейкова інформація в соціальних медіа: виявлення, оцінка, протидія. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2017. Вип. 48. С. 439-452
193. Про Державну національну програму «Освіта» («Україна XXI століття»). Законодавство України: веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/896-93-п>
194. Про особливу процедуру усунення Президента України з поста (імпічмент). Верховна Рада України: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/39-20>
195. Про статус депутатів місцевих рад. Верховна Рада України: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93-15>
196. Проблемні моменти виборчого процесу на спеціальних виборчих дільницях: URL: // <https://www.oporaua.org/report/vybory/vyborchih-dilnitsyah>

- ombudsmeni/19902-problemni-momenti-viborchogo-protsestu-na-spetsialnikh-viborchikh-dilnitsiakh
197. Програма Партії зелених // URL: [http:// greenparty.ua](http://greenparty.ua)
 198. Пушкарєва Г. Изучение электорального поведения: контуры когнитивной модели // *Полис*. 2003. № 3. С. 120-131 // URL: <http://www.politstudies.ru/N2004fulltext/2003/3/12.htm>;
 199. Пшизова С. Н. Демократия и политический рынок в сравнительной перспективе // *Полис*. 2000. № 2. с. 30-44.
 200. Разинский Г. В. Материальный статус и потребительское поведение сквозь призму патерналистского синдрома // *Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований: материалы XIII Всерос. науч. конф., посвящ. памяти З. И. Файнбурга*. Пермь: изд-во Перм. нац. политехн. ун-та, 2014. С. 161–165
 201. Разинский Г. В. Молодежь: устойчивость патерналистского синдрома и перспективы его преодоления // *Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки*. 2014. № 4 (25). С. 60-65
 202. Рашидов С. Ф. Виховання у студентської молоді цінностей громадянського суспільства: дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.07 / Східноукр. нац. ун-т ім. Володимира Даля. Луганськ, 2012. 441 с.
 203. Регіональні виборчі процеси: теорія і практика : збірн. матеріалів VII Міжнародної наук.-практ. конф. / Львів. ун-т бізнесу та права. Л., 2010. 199 с.
 204. Роль громадськості в зміцненні радянського правопорядку / відп. ред. П. П. Михайленко. К.: Видавництво АН УРСР, 1961. 139 с.
 205. Романюк А., Шведа Ю., Шумельда О. Політико-правові аспекти фінансування політичних партій: світовий досвід та Україна. Львів: видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2003. 162 с.
 206. Романюк А., Шведа Ю. Партії та електоральна політика. Львів: ЦПД Астролябія», 2005. 366 с.

207. Росенко М. І. Виборчі системи в Україні: трансформація, становлення парламентаризму, утвердження демократичного врядування: монографія. Севастополь: Кручинин Н. П., 2012. 220 с.
208. Ротман Д. Г., Веремеева Н. П., Левицкая И. В., Правдивец В. В. Белорусский вариант харизмы // *СОЦИС*. 2003. № 3 (227). С. 29-38
209. Рябышева Е. Н. Исследование феномена рефлексии в отечественной психологии // *Территория науки*. 2012. № 1. С. 222-227
210. Сабуров А. С. Юридична психологія: навч. посіб. для студ. юрид. вузів та ф-тів. К.: ТП Пресс, 2003. 207 с.
211. Савицька І. М. Проблема філософії свідомості: історико-філософський вимір // *Науковий вісник НУБіП України*. Серія: Гуманітарні студії. 2014. № 203. URL: <http://journals.nubip.edu.ua/index.php/Gumanitarni/article/view/4972>
212. Савков А. П. Виборчий процес в сучасній Україні: державно-управлінський аспект: монографія. О.: ОРІДУ НАДУ, 2010. 219 с.
213. Саприкін О. А. Фейк як інструмент інформаційної війни проти України. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2016. № 1. С. 87-94.
214. Семиколонов В. Н. Мораль в информационном обществе: дис... канд. филос. наук: 09.00.04 / Таврический национальный ун-т им. В. И. Вернадского. Симф., 2006. 212 с.
215. Скворець В. О. Громадянське суспільство і детермінанти оптимізації його розвитку в Україні: дис... канд. філос. наук: 09.00.03 / Запоріж. обл. ін-т післядиплом. пед. освіти. Запоріжжя, 2007. 206 с.
216. Современные концепции управления: учет, анализ и аудит / Чепоров В. В. и др.; под науч. ред. Сурниной К. С. Симферополь: ДИАЙПИ, 2014. 283 с.
217. Соколов В. Н., Ханеев С. Е. Власть. Политика. Массы. О.: Маяк, 2002. 204 с.

218. Солонина Є. Українська бідність: небезпеки і шляхи подолання.
URL: // www.radiosvoboda.org/content/article/2006851.html.
219. Соціальна філософія: короткий енциклопедичний словник / Андрущенко В. П. та ін.; за ред. В. П. Андрущенка Н. И. Горлач. Х, 1997. 400 с.
220. Соціальний капітал Львівщини та його проєкція на активність молоді в громадському житті. URL: <http://risclviv.wordpress.com/2010/09/11/hello-world/>
221. Соціально-політична ситуація в Україні: березень 2015 року // *Київський міжнародний інститут соціології*. 2015. URL: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=511&page=1>.
222. Социология: наука об обществе : учеб. пособие для студ. вузов / Андрущенко В. П. и др. ; за ред. В. П. Андрущенко, Н. И. Горлач. Х, 1997. 688 с.
223. Старовойтенко Р. В. Імідж політичної партії як чинник електорального вибору: дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. К., 2003. 181 с.
224. Степаненко Л. Особливості прояву негативних емоційних станів у підлітків з різними типами копінг-поведінки // *Науковий вісник МНУ імені В. О. Сухомлинського*. Психологічні науки. 2015. № 2(15). С. 135-140
225. Стецовский Ю. И. История советских репрессий. М.: Общественный фонд «Гласность», 1997. 600 с.
226. Стражний О. С. Український менталітет: ілюзії, міфи, реальність. К.: Книга, 2008. 368 с.
227. Суспільна свідомість та її форми. URL: https://studopedia.com.ua/1_60301_suspilna-svidomist-ta-ii-formi.html
228. Тагліна Ю. С. Екологічна культура українського етносу: ментальні джерела та техногенні перспективи: дис.... канд. філос. наук :

- 09.00.12 / Харківський національний ун-т ім. В. Н. Каразіна. Х., 2005. 177 с.
229. Татенко В. Соціально-психологічні механізми впливу людини на людину // *Соціальна психологія*. 2003. № 1. С. 60-73
230. Тейяр де Шарден П. Феномен человека: предисл. и коммент. Б. \ А. Старостина; пер. с франц. Н. А. Садовского. М.: Наука, 1987. 239 с.
231. Теорія держави і права: навч. посіб. / упоряд. Л. М. Шестопалова. К., 2004. 224 с.
232. Терентьева О. В. «Ссылка на себя» как показатель ложности/правдивости письменного сообщения // *Известия Саратовского ун-та*. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2017. Т. 17, вып. 2. С. 219-222
233. Терентьева О. Л. Менталітет як чинник розвитку державотворення в Україні: дис. ... канд. наук з держ. упр.: 25.00.01 / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Харк. регіон. ін-т держ. упр. Х., 2010. 212 с.
234. Телетов О. С., Титаренко Ю. В., Шевченко О. Ю. Загальна концепція та інструменти політичного маркетингу // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. №2. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/> 52
235. Титаренко А. В. Політична лояльність як детермінанта забезпечення політичного порядку та стабільності держави: дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / Одеська національна юридична академія. О., 2007. 206 с.
236. Україна на старті виборів до Верховної Ради. Спільне дослідження Центру «Социс» та Комітету виборців України. URL: <http://socis.kiev.ua/2019-06-1>
237. Учасники мітингу проти «формули Штайнмайєра». Укрінформ: веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/2792065-ucasniki-mitingu-proti-formuli-stajmaera-prijsli-pid-ofis-prezidenta.html>

238. Ушаков Г. К. Очерк онтогенеза уровней сознания // Психология сознания /сост. Куликов Л. В. С.-Пб. ПИТЕР, 2001. 480 с. С. 302-315
239. Феномен нації: основи життєдіяльності / за ред. Б. Попова. К.: Знання, 1998. 262 с.
240. Фесун Г. С., Галичанська А. В., Канівець Т. М. Психологія маркетингу та реклами: навч. посіб. Чернівці: вид-во Чернівецького нац. ун-ту, 2015. 111 с.
241. Фетеску І. А. Шляхи вдосконалення механізмів державного управління електоральним процесом в Україні: дис... канд. наук з держ. управління: 25.00.02 / Одеський регіональний ін-т держ. управління Національної академії держ. управління при Президентові України. О., 2008. 190 с.
242. Філик Н. В. Державно-правові засади громадянського суспільства: дис... канд. юрид. наук: 12.00.01 / Національна академія внутрішніх справ України. К., 2004. 200 с.
243. Філософський енциклопедичний словник / за ред. В. І. Шинкарука. К.: Абрис, 2002. 742 с.
244. Фоломєєв М. А. Патерналістські політичні традиції в системі відносин української держави та суспільства // *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Сер. «Питання політології». 2009. № 861, вип. 15. С. 148–155
245. Формула Штайнмайєра: від капітуляції до перемоги. 24 канал : веб-сайт. URL: https://24tv.ua/formula_shtanmayyera_shho_tse_take_sut_formuli_miru_dlya_ukrayini_n1205146
246. Фромм Э. Человек для себя. Минск: Коллегиум, 1992. 345 с.
247. Халтобин В. О. Законы и тенденции функционирования общественного мнения // *Социальные технологии. Актуальные проблемы теории и практики*. 2004. Вып. 22. С. 311-320
248. Храмова В. Передмова / Шлемкевич М. Загублена українська людина. К.: Фенікс, 1992. С. 3-11

249. Цвих В. Ф. Профспілки і громадянське суспільство: особливості парадигми відносин: дис... д-ра політ. наук: 23.00.02 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. К., 2004. 455 с.
250. Циганенко Г. Партійна ідентифікація та електоральна поведінка // *Соціальна психологія*. 2004. № 2 (4). С. 61-69 // URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=25&c=323>;
251. Циганенко Г. В. Соціально-психологічні механізми політико-ідеологічного самовизначення молоді: дис... канд. психол. наук: 19.00.05 / Ін-т соц. та політ. психології АПН України. К., 2005. 236 с.
252. Чайка І. Віртуальна реальність та віртуалізація реальності // «Схід». 2010. № 3 (103). // URL: http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=66602
253. Чемшит А. А. Государственная власть и политическое участие: монография. К.: Украинский Центр духовной культуры, 2004. 527 с.
254. Черненко С. М. Трансформація заходів державного впливу на формування доходів населення в Україні // *Науковий Вісник Академії муніципального управління*: зб. наук. праць. Серія «Економка». 2009. Вип. 7. С. 30-39
255. Чеснокова И. Самосознание личности. Теоретические проблемы психологии личности. М.: Наука, 1974. 318 с.
256. Чигрин В. А. Сельский электорат и особенности работы с ним // *Політичний маркетинг та електоральні технології*. Запоріжжя: Гарт, 2002. 250 с.
257. Чорна книга комунізму. Злочини, терор і репресії / С. Куртуа та ін.; пер. з фр. Я. Кравець. Л. : Афіша, 2008. 711 с.
258. Черномаз Б. Український національний менталітет – остання барикада. Київ; Умань: Талком, 2014. 636 с.
259. Чувардинський О. Г. Громадянське суспільство в Україні: становлення, функціонування, перспективи розвитку: дис... д-ра політ. наук: 23.00.02 / АПН України, Ін-т вищ. освіти. К., 2008. 398 с.

260. Чугріна О. Р. Трансформація міжнаціональних та міжетнічних відносин у Західній Європі в 1980-1990-ті рр.: дис... канд. іст. наук: 07.00.02 / Донецький національний ун-т. Донецьк, 2006. 252 с.
261. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч. посіб. Л.: ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. 339 с.
262. Шведа Ю. Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії. Львів: Астролябія, 2015. 383 с.
263. Шевченко М. М. Геополітичні знання як системна основа формування суспільної свідомості (соціально-філософський аспект аналізу): дис... канд. філос. наук: 09.00.03 / Ін-т вищ. освіти АПН України. К., 2004. 198 с.
264. Шелестов О. М. Особливості політичної культури електорального процесу в Україні: дис. ... канд. політ. наук : 23.00.03 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. К., 2012. 183 с.
265. Шестопа́л Е. Б. Психологический профиль российской политики 1990-х. Теоретические и прикладные проблемы политической психологии. М.: Рос. пол. энцикл., 2000. 431 с.
266. Шимановский Д. С. Моральное самосознание. Этико-философский аспект. К.: Вища школа, 1986. 142 с.
267. Шинкарук А. Л. Інформаційні виміри політичного простору країн Європи (Німеччина, Франція, Португалія, Чеська Республіка, Україна): дис... канд. політ. наук: 23.00.04 / Ін-т світ. економіки та міжнар. відносин НАН України. К., 2004. 206 с.
268. Шубін С. Політичний маркетинг: монографія. Миколаїв: Іліон, 2018. 1155 с.
269. Шурко О. Б. Взаємозв'язок політичної діяльності та політичної культури: дис... канд. політ. наук: 23.00.03 / Львівський держ. ун-т ім. Івана Франка. Львів, 1996. 183 с.

270. Щегорцов В. А. Социология правосознания. М.: Мысль, 1981. 174 с.
271. Щедрова Г. П. Громадянське суспільство і соціальна, демократична, правова держава: становлення, функції, тенденції розвитку в сучасній Україні: дис... д-ра політ. наук: 23.00.02 / Східноукраїнський держ. ун-т. Луганськ, 1996. 368 с.
272. Энгельс Ф. Диалектика природы / пер. с нем. К. Датт. 9-е изд. М.: Прогрес-Фс, 1982. 403 с.
273. Юрійчук Є. Електоральна та референдна легітимація влади на пострадянському просторі: зовнішньополітичні аспекти: монографія. Чернівці: Рута, 2012. 479 с.
274. Юридична психологія: підруч. для студ. юрид. вищ. навч. закл. / В. Г. Андросюк, Л. І. Казміренко, Я. Ю. Кондратьєв та ін.; за заг. ред. Я. Ю. Кондратьєва. К.: «Ін-Юре», 1999. 352 с.
275. Як перемогти на виборах: метод. посіб. для організаторів виборчих кампаній / за заг. ред. І. Д. Шутака. Івано-Франківськ, 2014. 239 с.
276. Яковлев Д. В. Політична взаємодія як комунікативний процес: медіатизація, демократизація, раціоналізація: монографія. О.: Астропринт, 2009. 288 с.
277. Яремчук О. В. Міфологічний компонент ментальності особистості (культурно-історичний підхід): дис... канд. психол. наук: 19.00.01 / Одеський національний ун-т ім. І. І. Мечникова. О., 2004. 270 с.
278. Яцунская Е.А. Практика проведения выборов в органы местного самоуправления в Украине: какие уроки можно извлечь? // Государственная власть и политическое участие. 2003. С. 166-170
279. Abstention and voting behaviour in the 2009 European elections. Analytical summary // URL:

- <http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/en/20150201PVL00062/Abstention-and-voting-behaviour-in-the-2009-European-elections>.
280. Alper Buyukarslan B. A., Ozler N. D. The overall outlook of favoritism in organization: a literature review // *International Journal of Business and Management Studies*. 2011. Vol. 3. № 1. P. 275-284
 281. Atkinson J. W., Birch D. The dynamics of action. N.Y.: Wiley, 1970. 380 p
 282. Cordero R., Carballo F., Ossandon J. Performing cultural sociology: A conversation with Jeffrey Alexander // *European journal of social theory*. L., 2008, Vol. 11, № 4, p. 523-542
 283. Danleavy P., Husbands C. British democracy at the crossroads: Voting and party competition in the 1980. L.: Allen and Unwin, 1985. XX, 251 p.
 284. Downs A. An Economic Theory of Political Action in a Democracy // *Journal of Political Economy*. Vol. 65, No. 2 (Apr., 1957), pp. 135-150. URL: [The University of Chicago Press https://www.jstor.org/stable/1827369](https://www.jstor.org/stable/1827369)
 285. Flax J. Disputed Subjects. New York: Routledge, 1993. 188 p.
 286. Goodwin J., Jasper J., Polletta F. The return of the repressed: the fall and rise of emotions in social movement theory // *Mobilization: An International Journal*, 2000, № 5(1), p. 65-83
 287. Inglehart R., Welzel Ch. Modernization, cultural change, and democracy. The human development sequence. New York: Cambridge University Press, 2005. 333 p.
 288. International IDEA | Country View [Electronic resource] // Mode of access // URL: <http://idea.int/vt/countryview.cfm?renderforprint=1&CountryCode=UA>
 289. Izard C. E. The many meanings / aspects of emotion: Definitions, functions, activation, and regulation // *Emotion Review*, 2010, 2(4), p. 363–370

290. Fiorina M. Retrospektive Voting in American National Elections. New Haven: Yale University Press. URL: <http://www.citeulike.org/group/582/article/369436>
291. Loomes G., Sugden R. Regret Theory: An Alternative Theory of Rational Choice under Uncertainty // *Economic Journal*, 1982, Vol. 92, № 368, p. 805-824
292. Loewenstein G. Emotions in economic theory and economic behavior // *American economic review*, 2000, Vol. 90, № 2, p. 426-432
293. Monro K., Maher K. Psychology and Rational Actor Theory // *Political Psychology*. 1995. № 1. P. 1-21;
294. Purchasing Power Europe 2008/2009. Gfk GeoMarketing Map of the Month. November, 2008 // URL: www.gfk-geomarketing.com 20. www.ukrstat.gov.ua
295. Riker W. The Political Psychology and Rational Choice Theory // *Political Psychology*. 1995. № 1. P. 23-43
296. Simon H. Rationality in Political Behavior // *Political Psychology*. 1995. № 1. P. 45-63
297. Understanding political change. The British voter 1964-1987 / Heath A., Jowell R., Curtice J. et al. Oxford: Pergamon press, 1991. 334 p.
298. Wiley N. The Semiotic Self. Chicago: University of Chicago Press. 1994. 264 p.
299. Wilson A. Jump up Virtual Politics – Faking Democracy in the Post-Soviet World. Yale University Press, 2005

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Тема: Громадянське суспільство в Україні: стан, перспектива та розвиток

1. Як би Ви оцінили поточний рівень розвитку громадянського суспільства в Україні?

Дуже високий – 3,6%

Загалом високий – 9,8%

Середній – 42,0%

Загалом низький – 21,3%

Дуже низький – 8,5%

Важко відповісти – 14,8%

2. Чи є Ви членом якихось громадських, благодійних організацій, партій?

Громадська організація – 3,2%

Релігійне об'єднання, община – 2,8%

Політична партія – 2,5%

Профспілка – 2,1%

Наукове, освітнє об'єднання – 1,1%

Творча спілка – 0,8%

Інше – 0,3%

Ні, я не є членом жодного з громадських об'єднань – 87,2%

3. Чи надавали Ви протягом останнього року якусь грошову або матеріальну допомогу (наприклад, одяг чи їжу) людям чи громадським організаціям, які вирішують певні проблеми?

Так – 24,4%

Ні – 75,6%

4. Як Ви вважаєте, чи потрібні у Вашому місті (селі) громадські організації?

Так – 48,9%

Ні – 20,4%

Важко відповісти – 30,7%

5. Якби у Вас була можливість спрямувати частину своїх податків на підтримку громадських або благодійних організацій, чи скористалися би Ви такою нагодою?

Так, на підтримку громадського сектору загалом – 14,5%

Так, але якби була можливість перерахувати кошти певній організації – 25,0%

Ні, краще нехай ці кошти йдуть до бюджету – 29,5%

Я взагалі не є платником податків – 29,1%

Важко відповісти – 1,9%

Тема: Обізнаність українців щодо діяльності громадських організацій в Україні

1. Чи брали Ви участь у житті вашої громади протягом минулого року?

Регулярно беру участь у заходах громади, зборах, слуханнях тощо – 3,0%

Рідко беру участь у суспільному житті моєї громади – 14,0%

Не беру участь у заходах громади, тому що не маю часу – 34,0%

Не беру участь у заходах громади, тому що мені не цікаво – 46,0%

Важко сказати – 3,0%

2. Як Ви оцінюєте свій досвід у громадській активності?

Цілком позитивно – 18,0%

Неоднозначно – 34,0%

Негативно – 26,0%

Вкрай негативно – 9,0%

Інше – 4,0%

Важко сказати – 9,0%

3. Чи робили Ви благодійні внески до громадських або благодійних організацій за останні півроку?

Так – 21,0%

Ні – 73,0%

Важко відповісти – 6,0%

4. Хто, на Вашу думку, має фінансувати громадські та благодійні організації?

Бізнесмени – 64,0%

Держава – 48,0%

Громадяни, які зацікавлені в цих ініціативах – 31,0%

Іноземні громадяни – 15,0%

Громадяни України – 17,0%

Уряд інших країн – 9,0%

Важко відповісти – 11,0%

5. Чи підтримали б Ви ініціативи, які б зобов'язали Кабінет Міністрів вкласти ваші податки у діяльність громадських організацій?

Так – 33,0%

Так, за деяких умов – 3,0%

Ні – 38,0%

Важко сказати – 26,0%

ДОДАТОК Б

Тема: Медіа-грамотність українців у період передвиборчих перегонів

1. З яких джерел Ви найчастіше отримуєте інформацію про події в Україні та світі?

Українське телебачення – 73,3%

Українські інтернет-ЗМІ – 25,7%

Соціальні мережі – 24,0%

Родичі, сусіди, друзі, колеги по роботі, знайомі – 12,2%

Українські газети (загальнонаціональні видання) – 5,8%

Українське радіо (загальнонаціональні станції) – 5,2%

Російське телебачення – 4,9%

Регіональне телебачення – 4,8%

Регіональні інтернет-ЗМІ – 3,9%

2. Яким з названих джерел Ви довіряєте?

Українське телебачення – 42,6%

Українські інтернет-ЗМІ – 15,4%

Соціальні мережі – 14,1%

Родичі, сусіди, друзі, колеги по роботі, знайомі – 7,1%

Українське радіо (загальнонаціональні станції) – 4,4%

Українські газети (загальнонаціональні видання) – 5,0%

Регіональні інтернет-ЗМІ – 3,7%

Російське телебачення – 2,5%

Регіональне телебачення – 1,9%

Інше – 3,3%

3. Які соціальні мережі Ви використовуєте, щоб дізнатися про стан справ в Україні і світі?

Facebook – 73,3%

Instagram – 34,2%

Вконтакті 16%

Однокласники – 9,3%

Twitter – 6,0%

Linkedin – 2,1%

Важко сказати – 12,3%

4. Як Ви вважаєте, чи здатні Ви відрізнити правдиву інформацію від фейків, дезінформації?

Так – 52,9%

Ні – 25,2%

Важко відповісти – 21,9%

5. Чи хотіли б Ви дивитися/слухати телепрограми, відеоблоги і радіопрограми, які викривають фейки та неправдиву інформацію?

Так – 9,5%

Ні – 76,0%

Важко відповісти – 14,5%

Тема: Довіра українців до джерел інформації

1. З яких джерел Ви отримаєте інформацію про події України та світу?

Телебачення – 57,0%

Інтернет – 32,0%

Радіо – 5,0%

Преса – 3,0%

Важко відповісти – 3,0%

2. Чи дізнаєтесь Ви про новини через телебачення?

Так – 87,0%

Ні – 10,0%

Важко відповісти – 3,0%

3. Чи дізнаєтесь Ви новини через інтернет?

Так – 53,0%

Ні – 36,0%

Важко відповісти – 11,0%

4. Чи довіряєте Ви думці експертів у ЗМІ?

Так – 10,0%

У чомусь так, у чомусь ні – 35,0%

Ні – 42,0%

Важко відповісти – 13,0%

5. Чи довіряєте Ви суспільно-політичній інформації в мережі Facebook?

Так – 16,0%

У чомусь так, а у чомусь ні – 37,0%

Ні – 32,0%

Не користуюсь Facebook як джерелом суспільно-політичної інформації – 12,0%

Важко відповісти – 3,0%

ДОДАТОК В

Узагальнені результати опитування студентів щодо розвитку політико-правової свідомості українців

№	Запитання	Кількість осіб – 116	% %
1.	Які джерела політико-правової інформації є для Вас основними: - засоби масової інформації (телебачення, радіомовлення, преса) - Інтернет-ресурси - міжособистісне спілкування (друзі, родичі, знайомі) - інша відповідь	28 30 38 20	24,1 25,9 32,8 17,2
2.	Чи довіряєте Ви засобам масової інформації: - довіряю повністю - довіряю частково - не довіряю певною мірою - не довіряю повністю	13 19 45 39	11,2 16,4 38,8 33,6
3.	Чи вважаєте Ви свої правові знання достатніми для захисту своїх прав: - так, достатні - бажано їх удосконалити - ні - не задумувався над цим - важко сказати	23 51 12 18 12	19,8 44,1 10,3 15,5 10,3
4.	Для захисту своїх прав Ви, найбільш ймовірно, звернулися б до: - поліції - суду - прокуратури - органів виконавчої влади - кримінальних авторитетів - немає віри до жодного з перерахованих	40 20 18 15 7 30	34,5 17,2 15,5 12,9 6,0 25,9
5.	З числа відомих Вам випадків притягнення громадян до відповідальності (кримінальної, адміністративної, цивільної), покарання було справедливим: - так - ні - складно сказати	22 47 47	19,0 40,5 40,5

6.	Ви оцінюєте законодавство, що регулює виборчий процес в Україні: - позитивно – 26,66%. - негативно – 11, 67%. - ніяк не оцінюю – 61,67%.	41 16 59	35,4 13,8 50,8
7.	Ви оцінюєте свою поведінку як виборця під час передвиборчої кампанії: - як політично активну - як пасивного спостерігача - мені байдуже	15 71 30	12,9 61,2 25,9

ДОДАТОК Д

**Узагальнені результати анкетування громадян з метою визначення
особливостей електоральної поведінки**

1. Вік _____

2. Стать _____

№№	Запитання	К-ть осіб – 85	Відсоток
1	Чи відповідає життя в сучасному суспільстві нормам, проголошеним у Конституції України? - так - ні - складно визначитися	10 58 17	11,8 68,2 20,0
2	Чи хотіли б Ви бачити позитивні перетворення в економіці, політиці, в суспільному житті України в цілому - так - мені байдуже	80 5	94,1 5,9
3	Чи згодні Ви з твердженням: свобода думки і слова – це не головне, головне – щоб було що їсти і де жити: - так - ні - складно визначитися	56 19 10	65,9 22,3 11,8
4	Чи згодні Ви з твердженням: демократичні права можна тимчасово обмежити задля наведення порядку в державі та подолання злочинності: - так - ні - складно визначитися	50 22 13	58,8 25,9 15,3
5	Наскільки вільно сьогодні в Україні можна висловлювати свої політичні погляди: - досить вільно - не всім і не завжди - не маю визначеної думки	51 21 13	60,0 24,7 15,3
6	Чи доводилось Вам особисто зазнавати переслідувань з боку державних органів чи їх посадових осіб за висловлювання		

	своїх політичних поглядів: - так - ні - важко сказати	3 76 6	3,5 89,5 7,0
7	Чи з'явилися у Вас протягом років незалежності України нові можливості: - заробляти значно більше, ніж раніше - займатися справою, яка раніше була недоступною (бізнес, фермерство, приватне підприємство тощо) - виїжджати за кордон - змінити місце проживання - купити житло - дати кращу освіту дітям - відчувати себе вільною людиною - вільно висловлювати свої політичні погляди	34 44 47 31 17 46 44 60	40,0 51,8 55,3 36,5 20,0 54,1 51,8 70,6
8	Що для Вас сьогодні більш важливе: - високий заробіток, хоча й пов'язаний із ризиком втратити роботу - середній, але гарантований заробіток - можливість придбати достойне житло для своєї сім'ї - гарантоване одержання безплатних квартир від держави - не маю визначеної думки	24 48 34 38 13	28,2 56,5 40,0 44,7 15,3
9	Які почуття виникають у Вас, коли Ви думаєте про своє життя? (кількість відповідей не обмежена): - почуття впевненості в собі, в тому, що життєвий успіх залежить від мене особисто - надія, що життя поступово зміниться на краще - тривога, передчуття небажаних змін - незадоволення життям - почуття безвиході, неможливості поліпшити своє життя - страх перед майбутнім - інші почуття (вказати)	7 28 21 32 26 38 10	8,2 32,9 24,7 37,6 30,6 44,7 11,8
10	Які почуття притаманні людям, що Вас оточують? (кількість відповідей не обмежена):		

	- почуття власної гідності - почуття свободи і незалежності - впевненість в завтрашньому дні - надія, що життя поступово зміниться на краще - розгубленість - страх - відчай - байдужість - агресивність - інші почуття (вказати)	4 6 4 21 24 21 22 19 13 13	4,7 7,0 4,7 24,7 28,2 24,7 25,9 22,3 15,3 15,3
11	Чому Ви віддаєте перевагу в житті: - турботі про здоров'я, сім'ю, найближче оточення - матеріальному достатку - власній безпеці - реалізації свого професійного потенціалу - реалізації своїх здібностей - хорошому відпочинку - служінню державі, суспільству, своєму народові - інше (вказати)	48 24 17 14 13 9 2 13	56,5 28,2 20,0 16,5 15,3 10,6 2,3 15,3
12	Які риси сьогодні необхідні для досягнення життєвого успіху? - активність, ініціатива - працелюбність - рішучість та сила волі - впевненість у собі - комунікабельність - хитрість - інші (вказати)	47 28 18 23 13 12 13	55,3 32,9 21,2 27,0 15,3 14,1 15,3
13	Які причини, на Вашу думку, заважають досягти життєвого успіху? - поганий матеріальний стан - відсутність необхідних зв'язків - політика держави - обтяженість сімейними проблемами - місце проживання - недостатній рівень освіти - особисті якості - власні лінощі - соціальне походження	47 24 22 9 9 7 6 5 5	55,3 28,2 25,9 10,6 10,6 8,2 6,7 5,9 5,9
14	Деякі люди вважають, що кожен		

	повинен сам нести відповідальність за забезпечення себе всім необхідним, інші – що відповідальність за це повинна нести держава. Ваша думка з цього приводу: - більше відповідальності лежить на особі, ніж на державі - більше відповідальності лежить на державі, ніж на особі - не маю визначеної думки	16 38 31	18,8 44,7 36,5
15.	Чиї інтереси відстоюють політичні партії та їх лідери (можливо декілька відповідей) - національні інтереси - корпоративні інтереси - власні інтереси - інтереси виборців - складно сказати	13 43 67 5 13	15,3 50,6 78,8 5,9 15,3
16	Як ви оцінюєте свої можливості: А. Досягти для себе, своєї сім'ї матеріального благополуччя: - достатньо високо - середньо - достатньо низько - мені це не цікаво Б. Мати власну справу: - достатньо високо - середньо - достатньо низько - мені це не цікаво В. Вільно та публічно висловлювати свої політичні погляди та вимоги: - достатньо високо - середньо - достатньо низько - мені це не цікаво Г. Діяти відповідно з совістю та переконаннями: - достатньо високо - середньо - достатньо низько - мені це не цікаво Д. Впливати на прийняття рішення, що	18 31 33 3 10 19 41 15 21 36 7 21 29 28 11 17	21,2 36,5 38,8 3,5 11,8 22,3 48,2 17,6 24,7 42,4 8,2 24,7 34,1 32,9 12,9 20,1

	стосуються Вашого міста, села: - достатньо високо - середньо - достатньо низько - мені це не цікаво Е. Впливати на прийняття державних рішень: - достатньо високо - середньо - достатньо низько - мені це не цікаво	9 13 49 14 7 11 52 15	10,6 15,3 57,6 16,5 8,2 12,9 61,2 17,7
17	Що, на Вашу думку, заважає становленню України як розвиненої і демократичної держави: - відсутність досвідчених і добросовісних керівників - свідоме гальмування реформ певними особами та політичними силами - інерційність, консерватизм та байдужість громадян - складно сказати	38 24 7 16	44,7 28,2 8,2 18,9
18	Чи вважаєте Ви себе громадянином, який здатен впливати на стан справ у країні та нести за них відповідальність: - так, повною мірою - ні, не вважаю - залежить від обставин - складно сказати	9 39 11 26	10,6 45,9 12,9 30,6

ДОДАТОК Е

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

1. Березенко В. В. Суспільна свідомість як предмет дослідження юридичної психології // *Юридична психологія*. 2019. №1 (24). С. 7-15

2. Березенко В. В. Детермінанти формування громадянської свідомості виборців // *Юридична психологія*. 2019. №2 (25). С. 23-30

3. Berezenko V. Legal-psychological and political-legal determinants of electoral behavior of voters // *Znanstvena misel journal*. Slovenia. 2020. № 46.Vol. 2. P. 39-46

4. Berezenko V. Information space as a factor influencing the electoral behavior of voters // *Knowledge. Education. Law. Management*. ISAP. Instytut spraw administracji publicznej. № 1/37. Vol. 2/2021. P. 42-47

які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

5. Березенко В. В. Детермінанти політико-правового самовизначення сучасної молоді // *Актуальні питання психологічного забезпечення діяльності Національної поліції та закладів вищої освіти МВС України: матеріали II Міжвідомчого науково-практичного круглого столу* (Київ, 23 квіт. 2020 р.). К.: НАВС, 2020. С. 27-30

6. Березенко В. В. Особливості мотивації електоральної поведінки виборців // *Філософські, методологічні та психологічні проблеми права: матеріали VIII Всеукраїнської науково-теоретичної конференції* (Київ, 26 листоп. 2020 р.). К.: НАВС, 2020. С. 36-37

7. Вплив політико-правової рефлексії на електоральну поведінку громадян // *Актуальні питання психологічного забезпечення діяльності Національної поліції та закладів вищої освіти МВС України: матеріали III міжвідом. наук.-практ. круглого столу* (Київ, 29 квіт. 2021 р.) . Київ : Нац. акад. внутр. справ, 2021. С. 233–236.