

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА
ШЕВЧЕНКА**

**ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНОЇ ПСИХОЛОГІЇ**

**ДИПЛОМНА РОБОТА:
СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ
ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ
на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр»
з напрямку 053 «Психологія»**

студентки окр «магістр»

Чайковської Юлії Пилипівни

Науковий керівник:

доктор психологічних наук, професор

Траверсе Тетяна Михайлівна

Допустити до захисту в ДЕК
кафедра соціальної психології
протокол № ____ від _____

завідувач кафедри:

доктор психологічних наук, професор

Траверсе Тетяна Михайлівна

КИЇВ – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ В СУЧАСНІЙ ПСИХОЛОГІЇ	8
1.1. Основні підходи до трактування електоральної поведінки молоді в сучасній психології	8
1.2. Формування політичної участі в процесі політичної соціалізації молоді .	19
1.3 Психологічний зміст і структура електоральної поведінки молоді	25
РОЗДІЛ 2. МЕТОДИ І МЕТОДИКИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ	34
2.1. Методи дослідження електоральної поведінки молоді	34
2.2. Обґрунтування методичного інструментарію дослідження електоральної поведінки і ставлень до електоральних процесів молоді	35
2.3. Обґрунтування методичного інструментарію дослідження ціннісної сфери особистості, схильності до конформної поведінки	39
2.4. Обґрунтування методичного інструментарію дослідження тривожності, як риси особистості	48
РОЗДІЛ 3. ХІД ТА РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ В СУЧАСНІЙ ПСИХОЛОГІЇ.....	51
3.1. Характеристика вибірки та етапів емпіричного дослідження	51

3.2. Результати дослідження проявів електоральної поведінки і ставлень до електоральних процесів.....	56
3.3. Результати дослідження загальних соціально-психологічних особливостей електоральної поведінки	62
3.3.1. Соціально-психологічні особливості схильності до конформної поведінки	62
3.3.2. Психологічні особливості ціннісної сфери особистості.....	64
3.3.3. Психологічні особливості тривожності, як риси особистості.....	68
3.4. Встановлення структурних особливостей електоральної поведінки молоді	70
3.5. Рекомендації психологічного супроводу молоді.....	72
ВИСНОВКИ	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	83
ДОДАТКИ	93

ВСТУП

Актуальність дослідження. В сучасних умовах життя і добробут кожної людини є нероздільно пов'язаними з державою і політикою. Електоральна поведінка людини є одним з небагатьох способів чинити вплив, у законний спосіб демонструвати свої потреби і приймати відповідальність за власне життя. В. І. Волович визначає електоральну поведінку як «сукупність дій, які виражають політичні орієнтації виборців щодо делегування їх повноважень представницьким органам влади. Виявляється в участі або не участі електорату (громадян, що мають право голосу) в голосуванні... до Е.П. належать також дії різних верств населення під час виборів до органів недержавного управління, зокрема керівників структур політ. партій і громадських організацій, керів. органів галузевого управління госп-вом, трудових колективів» [1]. Як зазначав ще давньогрецький політичний і державний діяч Перикл, – «Якщо ти не цікавишся політикою, це не означає, що політика не цікавиться тобою», і ця теза є досі актуальною. Людина незалежно від присутності економічних і соціальних криз, пандемій і війн є учасником політичних відносин і у своїй діяльності чи бездіяльності формує свою реальність і формується під її впливом сама. З однієї сторони, передвиборчі кампанії і діяльність партій між виборами завжди будуть адаптуватися під оголошені і прогнозовані і пропоновані ними, партіями, потреби виборця, але з іншої політичне середовище побудоване на пасивності громадянина не буде сприяти формуванню стійкого державного апарату, який може вчасно реагувати і регулювати актуальні виклики.

Військова агресія Росії до України оголила екзистенційну проблему відповідності політичної культури і свідомості громадян, формальних і неформальних політичних інститутів до викликів сучасності. В умовах потреби до швидкої і стрімкої відбудови, будуть гостро відчуватися відтік «мізків» за кордон, старіння нації, дефіцит кваліфікованих кадрів в робітничих

галузях, ресоціалізація ветеранів і вимушено переміщених осіб, тощо. Формування політичної культури якій буде характерна проактивна і просоціальна політична поведінка може зробити перехідний період м'якше.

Електоральна поведінка є підвидом політичної поведінки і проявом політичної свідомості людини, яка власне формується під впливом панівної політичної культури. Отже, ми можемо припустити також наявність і зворотного зв'язку: розуміння особливостей електоральної поведінки створює кращі умови для корекції негативних проявів політичної культури. Навіть за умови діагностування політичної свідомості, провести пряму роботу з нею з урахуванням її природи не є можливим, а тому доцільним є сфокусуватися саме на структурі і змісті поведінки, як такого її прояву, який може піддаватися прямому впливу.

Дослідження явища електоральної поведінки має свою історію і розглядалося з різних сторін іноземними і українськими вченими. Питання теорій електоральної поведінки опрацьовувалося такими вченими як Б. Берельсон, Х. Года, П. Лазарсфельд, С. Ліпсет, В. Макфі, С. Роккан, тощо. Спроби визначити головні психологічні чинники впливу на електоральну поведінку виборців почалися ще в ХХ ст. вченими А. Кемпбелом, Дж. Гурін, У. Міллером. Крім того, до розуміння явища електоральної поведінки може застосовуватися Теорія раціонального вибору (Е. Даунс, М. Фіорина, та ін.), Теорія перспектив (Д. Канемана та А. Тверські). Й. Екман і Е. Амно розкрили форми прояву політичної участі та громадської активності виборців.

В умовах військового стану проведення виборів не є конституційним, а отже є зміст працювати з електоральною поведінкою не як вибором і ідентифікацією з конкретною партією чи кандидатом, а рядом узагальнених дій в сфері громадянської і політичної діяльності, проявами ставлення до політичних і державних інститутів, виборів, як інструменту впливу громадянина на владу.

Особливістю молоді, як вікової категорії є відносно малий досвід реалізації у електоральній поведінці, а також найбільший часовий проміжок потенційної участі в майбутньому. Таким чином орієнтуючи роботу на молодь, яка найімовірніше стикнеться не лише з існуючими кризовими станами, фактом участі в найближчих виборах і в повній мірі відчує короткострокові і довгострокові наслідки цих виборів, можна отримати практичні результати як в описовій, так і корекційній роботі. Враховуючи, що останні вибори президента відбулися у 2019 році, а місцеві у 2020, існує особлива підгрупа молоді віком від 18 до 23 років, які мають виборче право, але не мають досвіду участі в виборах державного рівня.

Мета і завдання дослідження. *Метою дослідження є* визначити основні соціально-психологічні особливості і структуру електоральної поведінки молоді та розробити рекомендації психологічного супроводу формування активної електоральної поведінки молоді.

Завдання дослідження:

1. Згідно з результатами теоретико-методологічного аналізу з'ясувати основні підходи і поняття, які розкривають зміст електоральної поведінки в сучасній соціальній психології.
2. Відповідно до визначених основних підходів і понять електоральної поведінки дібрати і адаптувати психодіагностичний блок методик для проведення діагностичної роботи для дослідження соціально-психологічних особливостей поведінки молоді.
3. З'ясувати соціально-психологічний зміст та структурні елементи електоральної поведінки молоді
4. На основі результатів дослідження розробити рекомендації психологічного супроводу формування активної електоральної поведінки молоді.

Об'єкт дослідження – електоральна поведінка.

Предмет – соціально-психологічні особливості електоральної поведінки молоді.

Методи дослідження. Під час виконання дослідження було застосовано комплекс теоретичних, емпіричних і статистичних методів, а саме аналізу, синтезу й узагальнення висвітлених у науковій літературі матеріалів, що стосуються стану досліджуваного явища; було застосовано емпіричний метод, а саме застосовано елементи таких психодіагностичних методик, як «Шкала самооцінки особистісної тривоги» Спірмана-Ханніна, методика «Ціннісні орієнтації» М. Рокича, застосовано шкалу оцінки схильності до конформної поведінки з дослідження “Need for Conformity” N. Singh (2021), проведено соціологічне опитування ставлення до електоральних процесів.

Обробку отриманих емпіричних даних було проведено з застосуванням математичної методів статистики: описової статистики, було застосовано дисперсійний аналіз ANOVA, коефіцієнт рангової кореляції Спірмана, t-критерій Ст'юдента.

Вибірка дослідження склала 106 респондентів віком від 16 до 33 років. Вибірка формувалася комбіновано: частина респондентів була охоплена за рахунок поширення опитування в соціальних мережах (X, Reddit, Discord), частина шляхом вуличного опитування у місті Житомир, а також на базі опитування учнів старших класів (10-11 клас) і співробітників ліцею №25 міста Житомира.

Практичне значення роботи полягає в тому, що одержані результати та висновки можуть бути використані психологами, соціальними працівниками, представниками громадських організацій в корекційній роботі з молоддю, а також під час підготовки виборчих кампаній, соціальних просвітницьких проектів, тощо.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ В СУЧАСНІЙ ПСИХОЛОГІЇ

1.1. Основні підходи до трактування електоральної поведінки молоді в сучасній психології

Поняття електоральної поведінки не можна розглядати без розуміння політичної діяльності, політичної свідомості і політичної культури.

Поняття політичної культури пов'язане з ім'ям Й. Г. Гердера, який вірив, що спільна політична культура є реальною основою політичної свідомості людини, а також був одним з перших сучасних мислителів, які розглядали важливість мови, спільних міфів та уявлень для ідентифікації людей з соціальними та політичними групами [2]. Т. М. Траверсе визначає політичну культуру, як «єдине смислове поле», яке зберігає образи і наповнення через яке людина розуміє політичну дійсність. Таким чином, політична культура є суб'єктивною основою, на якій кожна окрема людина і соціум будують свою політичну діяльність [3]. М. П. Козирев формує таке визначення політичної культури – «сукупність цінностей, знань, ставлень, орієнтацій соціального суб'єкта, що відображає рівень розвитку їх політичної свідомості, політичної діяльності і поведінки»[4, с. 114]. Таким чином, політична культура це мета-поняття, яке об'єднує в собі прийняті окремою людиною чи суспільством підходи до політичної діяльності і поведінки і ніби з одного боку формується узагальненими політичними свідомостями кожної приналежної до неї людини, а з іншого боку впливає і формує їх.

Політична свідомість може виділятися як індивідуальна, так і групова та масова, але в широкому сенсі вона є усіма можливими психічними відображеннями політики [3]. Політична діяльність і свідомість існують нерозривно, оскільки свідомість формується у взаємодії, спілкуванні, а тоді сформовані уявлення диктують наступну політичну діяльність. Результатом усіх цих взаємодій є сукупність духовних явищ, що у психіці людини

відображають внутрішні і зовнішні процеси функціонування держави та інших політичних інститутів й структур суспільства і дає можливість виділити окремі структурні елементи політичної свідомості: політико-психологічний (настрої, почуття, наміри, установки, мотиви, переконання політичних суб'єктів) політико-ідеологічний (цінності, ідеали, ідеї, доктрини, погляди, концепції, що відображають інтереси соціальних суб'єктів), політико-діяльнісний (вчинки, дії, політична діяльність в цілому) [4].

У політичній енциклопедії політична діяльність визначається як діяльність, індивідуальна або групова, що пов'язана з ставленням до інститутів та інституцій влади; організовані дії людей спрямовані на задоволення власних політичних потреб; сукупність рішень, які приймаються політичним актором з метою вибору мети і методів загальносуспільних проблем. Основними складовими політичної діяльності виділяють мотивацію, цілепокладання, інформативне наповнення діяльності, прогнозування результатів, сприйняття отриманих результатів, аналіз і корекцію [5, с. 575].

Відкриття електоральної поведінки, як поля досліджень було неминучим і важливим, оскільки після століть досліджень лідерів і представників влади предметом дослідження громадянина і його ролі [6].

Електоральна поведінка є особливим випадком політичної діяльності, і її також можна охарактеризувати з розгляду її усвідомленості, вмотивованості, суб'єктності, адаптивності, творчого підходу, оцінюванні доцільності, продуктивності [3].

Електоральну поведінку також можна трактувати як підвид прийняття політичного рішення, оскільки вона відповідає змісту визначальних аспектів політичного рішення, а саме можна виділити когнітивний аспект (змістове, інформаційне наповнення, потреба у володінні і обробці актуальної інформації), ціннісний (свідома і несвідома ціннісна регуляція електорального рішення), вольовий (прийняття рішення, яке має реальні і

швидко відчутті наслідки на життя суб'єкта електоральної поведінки, певний рівень відповідальності, як за можливі наслідки вибору, так і у випадку порушення електоральної процедури) [3]

Зміст поняття електоральної поведінки є глибоко міждисциплінарним, оскільки поєднує в собі аспекти політології, соціології, психології. Виділяють такі основні соціально-психологічні концепції електоральної поведінки:

1) Французький вчений А. Зігфрід(1875-1959) в роботі «Політична карта Західної Європи в період III Республіки» (1913) викладає Геодемографічну концепцію політичної поведінки. Для розуміння електоральної поведінки є важливим його пояснення електорального вибору як такого, що формується під впливом таких чинників, як особливості ландшафту, поселення, а також внутрішні особливості громади, такі як соціальна структура і релігійний клімат і здатність протистояти впливу зовнішніх чинників [7].

2) Соціологічна модель вирішальне значення для прогнозування електоральної поведінки віддає соціально-демографічні характеристикам виборців, таким як релігійна, соціальна, професійна, територіальна приналежність. Значним здобутком цієї теорії є обґрунтування впливу соціально-групових конфліктів на ідеологічну і партійну самоідентифікацію виборців. Саме така групова ідентичність розглядається як визначальний чинник формування політичного вибору громадян [8, 4]. До певної міри за змістом такий підхід наближає її до геодемографічної концепції Зігфріда. Також існує особливий різновид соціологічної теорії – «радикальна» модель британського дослідника Патріка Данліві (1926-2014) та його колег, які наголошують, що політичний вибір (голосування) відображають насамперед соціальне становище, статус особистості в соціальній ієрархії певної спільноти. Важливим також є впливи ЗМІ і політичних організацій, які виступають рупором групових інтересів, пропускаючи їх через призму власних інтерпретацій. Багато різних дослідників, таких як Дрю Вестен

(«Політичний мозок. Роль емоцій у визначенні долі нації»), Ендрю Чедвік («Гібридна медіа система: Політика і Влада») розглядають впливи емоцій, моральних цінностей і ідентичності на зв'язок та ідентифікацію індивіда з політичною силою і роль ЗМІ і політичній соціалізації [9,10].

3) В основі соціально-психологічної теорії лежить концепція партійної ідентифікації. Електоральний вибір визначається як емоційна прихильність виборця до певної політичної партії, яка і представляє його позиції стосовно різних соціально-політичних проблем і конфліктних питань. Громадяни голосують переважно тому, що відчувають потребу виразити симпатію та наполягти на власній приналежності до відповідної політичної партії, які формуються в процесі політичної соціалізації. Більше того з позицій соціально-психологічної теорії, людина голосує умовно не тільки за себе, а й за весь свій рід, продовжує умовну родинну традицію голосування за певну партію. Партія розглядається як важлива особиста цінність, яка є більш значущою для виборця, ніж потенційні наслідки, викликані приходом до влади політичної партії «своїх»[9].

Посилаючись на схожість соціологічної та соціально-психологічної теорій, політологи та соціологи неодноразово докладали зусиль до спроб їх синтезування. Так, британські дослідники Д. Батлер (1894–1979) і Д. Стокс (1819–1903) розробили теорію «партійного образу себе». Вони зазначили, що участь у голосуванні є безумовно вигідною для виборця, який одержує користь: як за рахунок психологічного задоволення від можливості надання підтримки партії, з якою від ідентифікується, так і в рахунок морального схвалення від своєї соціальної групи за здійснений вибір [9].

4) «Теорія схем» Д. Кіндера (1920–1987) пояснює особливість мислення виборця, яку П. Лазарсфельд і Б. Берельсон визначали як політичну неосвіченість. У теоретичній частині вони виділяють особливе значення розчленування соціальної та політичної культур, і відповідно роль

громадських інститутів (профспілок, політичних партій, інших формальних організацій), різні міжособистісні впливи, і весь комплексний вплив, який чиниться на людину під час прийняття електорального рішення [7,9]. Вони підкреслювали, що у свідомості виборця не існує цілісної партійної ідеології. Різні зрізи життя суспільства відображаються свідомістю у вигляді певних схем, що характеризують прийнятні способи вирішення проблем, які засновані на установках виборця. Ці схеми впорядковані логічно і послідовно і не вступають у протиріччя між собою. В наслідку цього людина приймає електоральне рішення маючи мінімальну інформацію про політичні партії, керуючись виключно своїми попередніми часто інтуїтивними уявленнями, виборець співвідносить її з найважливішими для нього «схемами» і на основі порівнянь робить свій вибір, не вдаючись до вивчення програмних положень партій [9].

5) Теорія раціонального вибору започаткував Ентоні Даунс (1930). В 1957 році він опублікував «Економічну теорію демократії», яка описує виборця, що уважно слідкує за виборчою кампанією та оцінює програмні положення всіх партій, щоб свідомо, виходячи з своїх власних інтересів, попри соціальне оточення вибрати ту партію, яка вигравши принесе найбільшу користь. Людина в цій теорії є раціональною істотою, яка здатна визначити, наскільки один результат виборів для неї вигідніший за інший. Але, щоби все це прорахувати, виборцеві необхідно багато часу та сил. Тому раціональний виборець чинить по-іншому – використовує для цього спеціальний засіб – ідеологію. Для раціоналістів часто центром дослідження виступає електоральна дія, яка має тимчасовий характер і переважно її можна спостерігати лише у період виборчих кампаній. Одним з перших цю невідповідність помітив М. Фіорина, який пише: «Позиція вчених, що працюють у рамках раціонального вибору, як правило, занадто претензійна, а в окремих випадках навіть віддає манією величі у намаганнях створити

всеохоплючу теорію політичної поведінки». Одним з недоліків раціоналістичного підходу є відсутність пояснень характеру виборчої явки, тобто явище, коли люди, що ніби мали б послуговуватися вгодою виборів, не роблять цього [7,9].

Дослідник С. Ліпсет пов'язує електоральну поведінку з рівнем розвитку демократичних цінностей і політичної системи, а тому важливо враховувати всі структури суспільства, які пов'язані з розвитком демократії, але так само як можна розглядати електоральну поведінку як широке поняття, можна його і звужити, наприклад, вітчизняний науковець О. Вишняк розглядає електоральну поведінку як «зумовлену певними установками та умовами діяльність громадян, спрямована на реалізацію виборчих прав (включно з правом не брати участь у виборах)[11].

б) Теорія Проспектів використовується для пояснення різноманітних соціально-економічних явищ, в тому числі електоральної поведінки. Використання її у такому ключі створює можливість для розглядання особливих чинників, які запобігають в певній мірі руйнівній поведінці електорату, який узагальнено намагається приймати політичні рішення «раціонально» і прогнозувати їх наслідки.

Статус-кво це можливо найбільш розповсюджена точка розгляду поширених соціально-психологічних проблем і небажаних впливів індивідами і представниками соціально-політичних організацій.

Дослідження прагнення індивідами і соціальними групами «законсервуватися» у певному стані і чинити опір змінам ведуться досить давно і хоча це й простіше спостерігати оцінювати на особистісному рівні, це також можна уявити і гіпотезувати на державному рівні також. Леві теоретизує, що наприклад державна політика буде скоріше сприяти захисту вже наявних територій, аніж прагнути захопити нові, навіть якщо ресурсно державі це буде коштувати однаково. Теж саме стосується міжнародних

організацій і режимів, які учасники будуть прагнути підтримати з більшим натхненням, ніж створити нові з нуля [12].

Іншим важливим припущенням цієї теорії є те, що людина природньо буде намагатися уникати ризиків, навіть якщо вони могли б означати більші потенційні виграші, з метою забезпечення певного відчуття стабільності. [12] Цей ефект можна спостерігати в країнах, в яких вже існує політична культура, в якій домінує обмежена кількість політичних сил (Демократи/Консерватори, Ліберали/Консерватори, тощо), і навіть за умови розчарування в цій дихотомії, люди продовжують уникати менші партії з потенційно ефективнішими програмами і ідеями. З іншої сторони, уникнення ризиків парадоксально веде до більш ризикової поведінки у випадку, коли здається, що внутрішня ситуація вже не може стати гіршою. Прикладом такого впливу є розв'язання державою зовнішніх конфліктів з метою відведення уваги від складної соціально-економічної внутрішньої ситуації. Це питання розкриває Маєрс (1977), коли стверджує, що політичні еліти «фортифікуються» під впливом внутрішніх криз і схильні вести більш ризиковану зовнішню політику, ніж якщо б цих внутрішніх криз не було б [12]. Доречним вважаю розширити цю думку також і на виборця, який може приймати більш ризиковані електоральні рішення в умовах, коли умови середовища вимагають внутрішньої «фортифікації».

7) На прикладі голоду, Толман довів, що в межах біхевіористичного підходу є можливим розглядати не лише суто зовнішню поведінку, а й за опосередкованими поведінковими ознаками робити припущення щодо протікання внутрішніх явищ, що у наслідку призвело до розвитку необіхевіоризму і можливості застосування біхевіористичного підходу до більш складних процесів людської психічної життєдіяльності. «Толмен заперечував проти того, щоб обмежуватися в аналізі поведінки тільки формулою «стимул-реакція» та ігнорувати фактори, які відіграють незамінну

роль у «проміжку між ними». Ці чинники він називав «проміжними змінними». Таким чином, схема Уотсона S-R була перероблена в S-O-R, де O – внутрішня змінна.» [13, с.3]. Такий модифікований підхід дозволяє опрацьовувати проблеми і питання, які є характерними для поняття електоральної поведінки, де існує значний зовнішній вплив (який є комплексом з актуальних проблем і потреб, які людина намагається вирішити і задовільнити), але в той самий час і внутрішній «проміжний» вплив (наслідки політичної соціалізації, які інтерналізуються і є поведінковими блоками, від яких людина відштовхується в процесі прийняття рішень; індивідуальні психічні особливості, які формують призму, крізь яку сприймається новий досвід діяльності), який безумовно пов'язаний з зовнішнім.

Дослідження в галузі електоральної поведінки широко почали застосовувати біхевіористичний підхід спочатку в США, а потім і в інших куточках світу. Інноваціним було застосування тестувань соціальних відмінностей. Перші методологічні положення біхевіоризму були використані для виявлення специфіки уникнення, ухиляння від виконання громадських обов'язків [7]. Що є особливо цінним для цього дослідження, оскільки одним з ключевих питань було поставлено саме ставлення до виборів і внутрішня готовність до активного прояву електоральної поведінки.

Варто також висвітлити ряд парадоксів, з якими стикнулися дослідники в процесі дослідження електоральної поведінки, оскільки це дозволить більш глибоко зрозуміти проблематику вивчення цього питання і методологічно-історичний шлях роботи в цьому напрямку.

«Парадокс Олсона» відтворює співвідношення індивідуальної та групової поведінки людей в умовах безпосереднього вибору тієї чи іншої електоральної поведінки. За умов, коли всі індивіди певної групи мають схожі інтереси, то вся група буде прагнути реалізації саме цих, спільних, інтересів,

зокрема завдяки своїй електоральній поведінці. М. Олсон доводить, що таке припущення є невірним. На практиці виникає проблема, коли члени групи мають загальні цілі, але далеко не всі з них докладають зусилля щодо їхньої реалізації, оскільки здобутий завдяки цьому прибуток дістанеться будь-якому члену групи навіть тоді, коли він взагалі нічого не зробив для досягнення бажаного результату. Тому, вважає М. Олсон, «великі групи людей не будуть діяти у своїх групових інтересах, зокрема у випадках, коли вони складаються із раціональних індивідів» [8].

Іншим цікавим питанням є «парадокс голосування», який був відкритий відомим філософом та математиком маркізом де Кондорсе, що жив у XVIII сторіччі. Далі цей парадокс був розкритий американським дослідником Кеннетом Ерроу у «теорії неможливості демократії». Відповідно до неї, демократичний виборчий процес не унеможлиблює ірраціональне прийняття політичних рішень. Маркіз де Кондорсе стверджував, що правило більшості не завжди дозволяє визначити переможця, оскільки при жодному голосуванні фактична явка не відображає реальної більшості, а отже ця більшість не може ухвалити рішення. Крім того, кожен індивід намагаючись прийняти раціональне рішення обирає не стільки з власних інтересів, а з позиції компромісу між інтересами і реальною можливістю перемоги. В певній мірі цей ефект може усувати другий тур виборів, коли люди можуть проінформовано визначитися поміж двох лідерів перегонів, схожу проблему описує також французький дослідник Моріс Дувєргер, коли політична культура, яка спонукає електорат голосувати стратегічно сприяє утворенню двопартійних парламентів, витискаючи менші партії з перегонів [8, 15, 16]. Саме на врахуванні цього парадоксу базуються піарівські технології «двійників», коли висування кандидатів із однаковими прізвищами, а деколи й посадами дозволяє «розсіювати» голоси виборців та лишати перемоги кандидата, що мав реальні переваги [8].

Наступне явище не є парадоксом, але є проблемою, яка ускладнює прогнозування результатів виборів. Ефект «Спіралі мовчання» був запропонований відомою німецькою дослідницею Е. Ноель-Нойман. Вона відмічає, що суспільна думка формується на основі того, що усі учасники суспільного процесу бояться виражати свою істинну думку щодо проблемних питань, якщо підозрюють, що їх особисту думку можуть не розділити, оскільки це може викликати такі наслідки як соціальна ізоляція, особливою якістю є складність припинення розвитку спіралі, яка закручується до моменту коли більшість займає позицію замовчування [17]. Деякі джерела визначають, що це явище переважно пов'язано з ідейною меншістю, але мені здається що не варто робити таких висновків. Тиск необхідності відповідати суспільній думці так само великий для тих, хто суб'єктивно оцінює себе як меншість, так і для тих, хто асоціює себе з більшістю і прагне залишатися в цій категорії. В питанні «спіралі мовчання» важливо не впустити момент впливу тяжкості наслідків «непопулярної» думки в середині групи і рівень поляризації думок, який підсилює конфлікт між умовними «ми» і «вони». Ефект «спіралі мовчання» проявляється в процесі проведення виборчих кампаній у так званому «ефекті зсуву останньої хвилини». Цей ефект полягає у тому, що виборці, які відчують, що їхні думки відрізняються від думок більшості електорату, намагаються до останньої хвилини не демонструвати своїх позицій. А вже безпосередньо на виборчій дільниці голосують зовсім не так, як збиралися раніше [8, 17].

Нові підходи до аналізу та системного пояснення динаміки структури електоральних установок, прогнозування поведінки електорату та розкриття технологій впливу на виборців мають розрізнений характер та поки що недостатню емпіричну базу. Здійснення міждисциплінарних досліджень з проблем електоральної поведінки, створення загальної теорії, що могла б об'єднати вже існуючі знання з даного питання та стати базою для синтезу,

інтеграції нових знань зможуть сприяти вирішенню проблеми розкриття динамічних внутрішніх механізмів електоральної поведінки та можливостей її прогнозування [9].

Підсумовуючи, головними підходами до дослідження поведінки виборця протягом тривалого часу є соціологічний, соціально-психологічний підходи, а також теорія раціонального вибору і похідні від неї [11], а також важливо відмітити значення біхевіористичного підходу.

Отже, ми можемо спостерігати що за час розвитку поняття і проблематики електоральної поведінки склалося безліч різних підходів та теорій, які намагалися б його описати відповідно до акцентів, які на момент опрацювання теми дослідниками видавалися їм найбільш гострими і актуальними. Підходи до поняття електоральної поведінки відображають загальні зміни у підходах до психології, соціології, політології, зміні загальнокультурних пріоритетів і історичному розвитку. В межах цієї роботи здається важливим поєднати різні підходи і зберегти історичну протяжність і логічність в розумінні цієї проблематики. Таким чином, виходячи з описаного викладу теоретичного матеріалу важливо зазначити, що електоральна поведінка є окремим випадком політичної і суспільної діяльності, який слугує забезпеченню людиною власних індивідуальних, а також групових і масових інтересів і потреб, і є логічною відповіддю на той дискомфорт, які ці проблеми викликають, але також формується під впливом зовнішніх факторів, таких як соціалізація, сприйняття людиною шансів на забезпечення її потреб і інтересів, проінформованості, оточуючої її політичної культури, а з іншої сторони внутрішніх факторів – цінностей, психічних особливостей, особистих уявлень, установок і конструктів.

1.2. Формування політичної участі в процесі політичної соціалізації молоді

Розуміння політичної соціалізації змінювалося відповідно до розвитку уявлень і змін ключових парадигм розгляду питання політичної свідомості і культури. Сучасна теорія політичної соціалізації пройшла в своєму розвитку три основних етапи:

Перший етап (1950–60-ті рр.) відбувався в межах біхевіористської парадигми, що переважала в політичній науці в 50–60-х рр.. Процес політичної соціалізації розглядався як вплив політичного середовища на особистість шляхом ретрансляції визначених моделей поведінки через суспільні інститути і цінності. Розробляється концепція «стійкості дитячих і юнацьких уявлень про політику», в межах якої сформульовані припущення, що уявлення про політику засвоєні в дитячий період і згодом залишаються незмінними, а також, що уявлення, настанови, засвоєні у дитячому віці, мають суттєвіший вплив порівняно з пізнішими орієнтаціями [18].

На другому етапі (1970–початок 80-х рр.) політична соціалізація розглядається як «вертикальна» передача системи цінностей і моделей сприйняття політичної реальності від політичного режиму до особистості. Крім цього, положення про визначальну роль сім'ї в процесі соціалізації піддається критиці і переосмисленню [18].

Третій етап (з середини 1980-х рр.) – пов'язується з процесами політико-економічної та соціокультурної трансформації в країнах колишнього соціалістичного табору, громадяни яких із середини 80-х років намагаються з тим чи іншим ступенем успішності впровадити зовсім нову для них, ліберально-демократичну систему цінностей. Це змусило дослідників переглянути тезу про незмінність і стійкість дитячих і юнацьких уявлень про політику [18].

Особливістю сучасних моделей політичної соціалізації є те, що вони передбачають кардинально відмінний підхід до соціально-педагогічного забезпечення результатів соціалізації. Людина є суб'єктом політичної соціалізації, а механізми влади – загрозою для її суб'єктності і свободи. Таким чином метою політичної соціалізації є намагання соціуму переконати людину добровільно розділити спільні цінності і стандарти політичної поведінки; починається така політична соціалізація в глибокому дитинстві і триває усе життя людини [19].

Політична соціалізація це процес залучення людини в певну політичну культуру, який при цьому включає в себе постійну активну взаємодію індивіда з політичною системою суспільства з метою майбутнього самоусвідомлення в ролі громадянина і актора політичної діяльності. Це складний процес, який послідовно виконує задачі передачі і засвоєння людиною суспільно-політичного досвіду громади, перетворення знань про суспільство у внутрішні переконання, вироблення навички і основи для відстоювання власних політичних поглядів і інтересів, набуття навичок і досвіду суспільно-політичної діяльності, інтерналізація основних принципів і норм, реалізація знань і переконань у практичній політичній діяльності і забезпечення участі в політичній соціалізації наступних поколінь[18].

Крім того виділяють різні стадії політичної соціалізації, які послідовно змінюють одна одну, а саме:

1) Пряма (первинна) політична соціалізація, тобто найперше опанування людиною знань та установок пануючої політичної культури. До неї відносять чотири процеси початкового ознайомлення людини з панівною системою, такі як: «політизація» (формування у дитини розуміння, що існує політична влада), «персоналізація» (ототожнення дитиною політичної влади з образами конкретних політичних лідерів), «ідеалізація» (формування дитиною емоційного ставлення і прив'язаності до політичної системи),

«інституалізація» (формування сприйняття влади через партії, державні структури, інститути). Первинна соціалізація відбувається переважно в родині і головним рупором політичної соціалізації на цьому рівні є саме вона, надаючи початкові уявлення про суспільство, соціальні цінності і політичну культуру.

2) Непряма (вторинна) політична соціалізація відбувається вже за межами родини; в школі, в закладах вищої освіти, на роботі, в залучені до громадської і суспільної діяльності. Вона передбачає пряме введення особистості в політичне життя країни, вимагає від людини формувати особисту позицію, думки відносно політичної системи. На цьому етапі людина вже є прямим учасником політичної діяльності і паралельно реалізується в межах очікувань суспільства до ролі дорослої людини – здобуває професію і реалізується за її рахунок, створює власну родину, бере на себе відповідальність за суспільні процеси навколо [20].

Саме на етапі непрямой політичної соціалізації знаходиться молодь. У 14-16 років людина отримує паспорт, який є символічним підтвердженням громадянства і поступового підвищення рівню відповідальності. Хоча до 18 років людина ще не має виборчого права, вона вже до нього наближається і готується. З 14 років дитина може за згоди батьків вступати у трудові відносини, з 14-15 років пробувати вступати у професійно-технічні навчальні заклади, і це досить змістовно розширює її коло спілкування і рівень особистої свободи і відповідальності, а також додає в життя нових акторів політичної соціалізації. Як ніколи до того, молодь оточена засобами масової інформації, які активно впливають на свідомість, трансформуючи політичну культуру.

ЗМІ активно використовуються для створення емоційного зв'язку електорату з партією або кандидатом, надання тієї інформації, яку виборець захоче почути, трансляції спільних цінностей, формування відчуття приналежності до спільного «ми» на протигагу «вони», створення образу

спільного ворогу, але також навіювання ідей, які будуть виступати умовними гарантами захисту[10]. Ще на початку 2000х найбільшим каналом ЗМІ були радіо і телебачення, які при цьому мали чітке місце в житті людини і не надто переливалися за межі цього місця. Молодь також рано стикалася з «дикою» політичною соціалізацією, але обсяг і джерело цієї соціалізації були досить обмеженими. Що відрізняє сучасну молодь від цієї моделі, так це постійний контакт з різноманітними каналами інформації шляхом інтернету, які існують в житті молоді відносно тривалий час і є достатньо звичними, щоб не відчувати потребу від них захищатися.

Людина, якій зараз 33 роки, 20 років тому було 13, і вона вже могла володіти мобільним телефоном з обмеженим, але доступом в мережу. На сьогодні, засоби масової інформації є ключовим інструментом у реалізації стратегій електорального маркетингу, оскільки саме вони формують образи політиків та впливають на сприйняття їх виборцями. При цьому ЗМІ не є упередженими і навантаженні емоційними твердженнями, цінностями, установками, які відповідають їх редакційній політиці та інтересам власників [10]. Крім того, сучасні соціальні мережі, які є популярними серед молоді, а саме Instagram, TikTok, Facebook, Youtube [21], і які наразі є основним джерелом політичної інформації для молоді, мають особливий алгоритмічний характер, який призводить до формування інформаційної бульбашки і певної ізоляції користувача в окремих спільнотах. З однієї сторони, це дозволяє користувачам легше об'єднуватися в активні спільноти з спільними цінностями і інтересами, що сприяє розвитку громадського і волонтерського руху, а з іншої сторони створює загрозу втягнення молоді в екстремістські і терористичні угруповання і організації.

Діяльність таких організацій в мережі, так само як і поза нею може мати різний характер і послугувати виконанню різних цілей, в тому числі може відбуватися підпільна екстремістська політична діяльність, яка спрямована на

вплив на молодь, вербовку, залякування, формування асоціальних цінностей і хаосу[22]. Так наприклад весною 2025 року мережею поширювалися повідомлення з погрозами від анонімних груп у Telegram, що невідомі планують влаштувати розстріл у школах Житомира, Хмельницького, Дніпра, Кривого Рогу. Згодом Міністерством Внутрішніх Справ було повідомлено, що адміністрування цієї акції відбувалося з території Росії [23]. Крім того загроза латентної політичної діяльності терористичних і екстремістських угруповань не є унікальною для України, з після «ковідним» періодом, а також перемогою Трпапа на виборах у США в 2017 та 2025 роках пов'язують активізацію асоціальних інтернет спільнот неоконсерваторів, традиціоналістів, право-радикальних груп, інцелів (не за своєю волею позбавлені стосунків люди, переважно чоловіки), сексуальні сепаратистки (жінки, які принципово відмовляються від будь-яких стосунків з чоловіками у формі протесту, часто пов'язується з анти-абортною політикою в США останні кілька років) [24]. Анонімність і можливість зашифрованої комунікації створює умови для діяльності небезпечних груп, яскравим прикладом є онлайн діяльність Аль-Каїди та Іссісу, які використовують мережі для вербування до своїх лав молодих людей і підлітків не тільки з мусульманських країн, а й країн Європи, Канади, США. При цьому вдається завербувати не тільки тих, хто перебуває в скрутному фінансовому, фізичному чи психічному становищі чи має нестачу освіти, а й людей з стабільною життєвою ситуацією, без кримінального минулого чи історії жорстокості [25].

Вище описані агенти політичної соціалізації формують шкідливі суспільно-політичні установки, уявлення і переконання, підривають довіру до державних владних інституцій, а тому ми можемо припустити, що вони негативно впливають на залученість молоді до електорального процесу. Якщо до цього описані спільноти небезпечні змістовим наповненням своєї

інформаційної бульбашки, то наступні скоріше віддзеркалюють певну аморфність і пасивність молоді до суспільної діяльності.

Спільноти, які будуються навколо ескапізму від рутинних проблем є широко популярними в мережі і часто не мають на меті об'єднати учасників за цінностями чи ідеями, а скоріше за візуальною естетикою. Як наприклад, рсюр зображення, жарти і відео беруть свою назву з аббревіатури, що означає «психологічні операції», і хоча вони не пов'язані з справжніми військовими операціями, вони будуються за рахунок подання завідомо неправдивої інформації і передають почуття тривоги і параної, ізоляції, які відкликаються у молоді в сучасних мережевих спільнотах. Такі типи медіа тісно пов'язані з хронічним перебуванням в інтернеті і виявленням пасивності до життя поза ним [26].

Поза межами інтернету сучасна українська молодь соціалізується в умовах екзистенційної невизначеності. Вірна Ж. П. виділяє ключовим аспектом соціалізації молоді людини комплекс мікросоціальної довіри, який вона визначає як довіру людини до себе, інших та світу, при цьому існує потреба формування власної ідентичності і гідності; ці процеси вона визначає такими, що вступають в конфлікт з сучасними умовами війни, яка викликає почуття безпорадності, гніву, образи, агресивності, що створює додатковий шар нестабільності в процесі соціалізації [27].

Все ще значним фактором політичної соціалізації виступають субкультури. На прикладі субкультури бідності ми можемо розглянути як формуються альтернативні відгалуження політичної культури і до якої політичної соціалізації вони призводять. Субкультуру бідності І. Гусєв розглядає як поєднання суб'єктивного і об'єктивного рівнів бідності, тобто з однієї сторони має бути розглянуто об'єктивні труднощі з забезпеченням власного рівня життя, а з іншої – самооцінка і набір понятійно-атрибутного поведінкового супроводу, який відповідає образному наповненню бідності.

Тобто може існувати людина, яка може забезпечити своє життя на іншому рівні добробуту, але ідентифікує себе з бідністю і супровідним набором цінностей, переконань і уявлень. За підсумками дослідження було виявлено, що представникам субкультури бідності притаманні уникання політичної діяльності, імпульсивна політична агресія, низька мотивація участі в політичному процесі та залежність від соціального оточення. Враховуючи, що проведена дослідниками внаслідок корекційна робота мала позитивні результати [28], можна зробити висновок, що проблемні моменти політичної соціалізації по-перше виправні і людина не є абсолютним заручником своєї ситуації, а по-друге, що впровадити позитивні зміни в політичну свідомість людини можливо виключно шляхом активної взаємодії з людиною і додаткової багатосторонньої соціалізації.

Отже, політична соціалізація сучасної молоді це постійний процес засвоєння молоддю політичної культури, і на успішність якого впливає середовище, в якому ця соціалізація відбувається, а з іншої сторони відповідність ступеню політичної соціалізації рівню готовності людини до сприйняття, успішності проходження нею попередніх етапів соціалізації. Таким чином, вік молодої людини, стать, рівень освіти, професійна зайнятість, рівень задоволення власними доходами, місце проживання і інші геодемографічні показники впливають на зміст політичної соціалізації, яку пройшла людина, а також на її політичну свідомість і, як наслідок, електоральну поведінку.

1.3 Психологічний зміст і структура електоральної поведінки молоді

Електоральна поведінка як вибір між діяльністю і бездіяльністю. Як вже було визначено О. Вишняком, електоральна поведінка може бути як діяльністю, тобто усвідомленим рішенням суб'єкта політичної діяльності взяти участь у виборах шляхом голосування, так і бездіяльністю [11]. Так само й І. Гусєв розкриває поняття політичної поведінки не тільки як політичну

активність, а і відстороненість від політичного життя [28]. Для розуміння змісту і щоб охопити в повному обсязі структуру електоральної поведінки важливо дослідити як чинники, що призводять до електоральної діяльності, так і чинники, що її пригнічують.

І. Гусєв в ході дослідження виділяє вісім соціально-психологічних особливостей політичної поведінки молоді, а саме:

1) Задоволення соціальних та матеріальних потреб за допомогою політики. Тобто, відповідне визначенню політичної діяльності прагнення шляхом політичної діяльності забезпечити власні потреби і інтереси.

2) Уникання політичної діяльності, іншими словами апатичне ставлення до політичної діяльності, ігнорування власних громадянських обов'язків, відкидання втручання політики у власне життя, впевненість у неможливості змін.

3) Індивідуалізм, у тому значенні, що виявлення зацікавленості на власному і сімейному безпековому просторі, наявність інтересу в політичних процесах лише у пасивному форматі (перегляд телепередач), власні здібності розвиваються, але їх реалізація не пов'язується з політикою.

4) Делегування повноважень професіоналам, як демонстрація занижених уявлень про власні здібності з метою перекладання відповідальності, або, також завищення уявлень про людей, які можуть бути учасниками політичного процесу до такого рівню, що людина не бачить можливим до нього дотягнутися. Оцінка політики, як особливого виду діяльності для обраних.

5) Залежність від соціального оточення проявляється в тому, що особа відчуває себе замкненою в соціальній ситуації, і оця замкненість усвідомлюється як зовнішній надлишковий контроль влади, який повинен

бути мінімальним, оскільки втручання влади в життя соціальних інститутів вона сприймає як дестабілізуючий елемент.

6) Імпульсивна політична агресія виявляється в тому, що молодь завжди знаходить підстави для агресивних дій з боку населення щодо представників влади, мотивуючи це тим, що будь який політик за будь-яких умов буде викликати у людей агресію. Так особа може виправдати незаконні дії, адже у такий спосіб людина сприймає це не як скоєння злочину, а відновлення справедливості.

7) Епізодична участь в політиці виявляється в тому, що політичні дії особи не мають систематичного характеру, політична активність зводиться до участі у масових акціях, і тільки тих, які не потребують значних особистих і часових витрат. При цьому політична діяльність оцінюється як щось, що не властиве порядній людині.

8) Прояв критики в близькому оточенні характеризується підвищеною нервовістю під час навчальної діяльності, що не сприяє висловленню критики щодо політиків та представників влади на широкий загаль, а тому накопичені негативні судження розділяються виключно з близькими і рідними. [28]

На основі дослідження природи мас і натовпу Гюстава Лебона, Гузьман О. і Саппа Г.-М. спрощують виборця до «одного з тисячі», який розчиняється в натовпі і в процесі сприйняття політичної інформації вже не є окремою людиною. За їх підходу до електоральної поведінки особистість виборця в контексті ситуації виборів має менше значення ніж імідж кандидата або партії. З іншої сторони вони виділяють чинником завоювання виборця вдалий баланс між «над народом» і «в гущі» народу, де з однієї сторони кандидат виступає представником соціальної групи, одним з «нас», а з іншої сторони має зберегти безумовне лідерство [29]. Такий підхід залишає людину-учасника електорального процесу без суб'єктності, залишаючи йому лише роль спостерігача електорального маркетингу.

Навіть відкинувши конфлікт, що виникає між пасивною роллю особи-виборця і визначенням політичної діяльності, як усвідомленого і цілеспрямованого прийняття рішення, сприйняття виборця як дзеркало маркетингового зусилля залишає багато порожніх місць, які потребують пояснень, таких як різниця в ставленнях людей до виборів окремо від кандидата і його особистості, що не мало б бути можливо за підходу, описаного Гузьман О. і Саппою Г. - М.

При цьому хочеться згадати про вже означені раніше Ефект «Спіралі мвочання», парадокси Олсона і Даунса. Внутрішні переживання виборців щодо думок і дій інших учасників соціальної групи, або прогнозованості результатів виборів мають достатню вагу щоб впливати на характер електоральної поведінки особи і готовності до участі в електоральному процесі взагалі.

Очікування щодо виборчої явки впливають на те, як люди оцінюють власну готовність реалізувати громадянський обов'язок. Хоча раціональна теорія електоральної поведінки вказує на те, що люди мають прагнути брати участь у виборах ще більше коли очікують меншу виборчу явку, дослідження показують, що правдою є протилежне: виборці, яких переконали, що явка буде високою більш схильні взяти участь у виборах. Також виборці, яких переконали в низькій виборчій явці виявляють меншу зацікавленість до участі у виборах [30]. Отже, можна зробити висновок, що на електоральну поведінку буде впливати особиста схильність людини до конформності, яке буде усереднювати прояви її електоральну поведінку до рівню такої, яка є прийнятною в її соціальній групі. Часто формуючи політичну думку люди тягнуться до думки більшості, думаючи, що якщо більшість думає у який спосіб, то це має бути правдою. Чи зберігається ця схильність тоді, коли всі учасники емоційно ставляться і точно проінформовані щодо питання, яке вирішується? Дослідження Фар'ям показує, що у випадку суспільного тиску

більшість людей піддається впливу сприйнятої соціальної групи і тільки люди з особливо стійкими поглядами не адаптують свою позицію [31].

Все частіше чути, про негативний вплив залученості в виборчий процес на здоров'я. Після обрання у 2017 році Трампа президентом США рівень поляризації між ідеями демократів і консерваторів продовжує рости, що призводить до реального впливу на самопочуття громадян, для яких політика дійшла за впливом до рівню хронічного стресора. У березні 2017, одразу після виборів, Сміт та інші проводять опитування, яке послужило основою для наступного порівняння. У 2020 році проводиться ще одне дослідження, на основі яких дослідники роблять висновок, що захоплення політикою призводить до слабкості, постійній зацикленості на політиці і конфліктів в родині [32].

Ірина Ясточкіна визначає особистісну тривожність як стійку характеристику особистості, яка з однієї сторони є нормальним утворенням психіки, а з іншого характеризуються рядом порушень на соціальному (труднощі у спілкуванні), психологічному (неадекватне сприймання, конфліктна самооцінка), психофізіологічному (особливості функціонування центрально нервової системи) рівнях. При цьому вона підкреслює, що особистісна тривожність може «маскуватися» під інші явища. І виділяє два джерела особистісної тривожності: зовнішні (тривала зовнішня стресова ситуація) і внутрішні (психологічні та психофізіологічні чинники).

Також важливо зазначити, що тривожність як стійка риса особистості формується в підлітковому віці, а до цього періоду вона виникає виключно ситуативно [33].

Початок вивчення тривоги, як факту соціального життя можна пов'язати з роботами Фрейда, який розглядав тривогу, як одне з явищ повсякденного життя, а не своєрідну патологію [34].

Сучасні дослідження підтверджують, що тривога впливає на процес прийняття електоральних рішень і, можливо, навіть і на краще. З однієї сторони, очевидно, що виборець з меншою вірогідністю буде голосувати за кандидата, який викликає в нього тривогу, страх або злість, на продовження цієї думки, коли кандидат буде людині подобатися вона буде відчувати менший рівень тривоги. Таким чином тривога виступає сигнальною системою, яка спонукає респондента обдумати своє рішення і оцінити ризики. При цьому на емпіричних результатах це відображається як сильний зв'язок між захопленням і політичним вибором, а зв'язок між тривогою і політичним вибором приглушується. Таким чином дослідники приходять до висновку, що тривога не стільки впливає на те, якого кандидата обере людина, а скоріше спонукає людину до додаткового пошуку політичної інформації, наступні дослідження показують, що зв'язку між тривогою і ефективнішим прийняттям рішень немає, оскільки тривожна людина під впливом тривоги не відчуває симпатії до свого кандидата, а тому не отримує підсилення мотивації за нього голосувати, в такому випадку людина буде скоріше схильна спиратися на власні внутрішні переконання і попередній досвід [35, 36].

Отже, ми можемо припустити, що тривога в електоральній поведінці грає роль контролю, оцінки і мінімізації можливих ризиків.

Цінності є безумовним центром політичної свідомості і змістовим навантаженням електоральної поведінки. Науково цінним є все таки питання, чому різні люди по різному визначають ціннісні пріоритети, чому можуть допускати певну міру несправедливості. Політичні психологи, такі як Ласвел і Лейн були впевнені, що питання цінностей неподільно пов'язане з ідентичністю людини, а політичні думки є продуктом цієї ідентичності, у поєднанні з інтерпретацією людиною її потреб [36, 37, 38].

Вебер розглядає прийняття людиною електоральних рішень на основі цінностей як найбільш раціональний підхід, оскільки у такий спосіб людина

усвідомлено оцінює цінність певних способів рішення суспільних задач незалежно від фінального результату події [37]. Людина свідомо намагається приймати рішення раціонально, але навряд може уникнути впливу власних викривлень сприйняття, таких як звички, стереотипи, прагнення у як найлегший спосіб забезпечити свій комфорт, які переплітаються з інформацією, якою вона володіє і яку інтерналізує. Зв'язки між політичними рішеннями і цінностями Леймграбер пропонує розглядати крізь призму ціннісних конструктів, які розробив Шварц. Шварц з колегами не тільки довів, що люди переважно інтернаціонально розділяють спільний перелік цінностей, а й провів теоретичну роботу, яка підтверджує що ці ціннісні орієнтири переплітаються з політичними цінностями. Крім того дослідник відзначає, що спектр цінностей Шварца підходить для політичної психології найкраще, оскільки розриває індивідуальні цінності людини у зв'язку з особистими потребами людини і потребами людства як виду задля виживання [36]. Цінності людини, як учасника політичної діяльності стосуються не лише людина-носія цих цінностей індивідуально, а й є проявом загальної політичної культури, оскільки значна частина цінностей людини гнучка і відповідає досвіду, який людина сформувала протягом соціалізації.

Як вже було зазначено в роботі раніше, політична соціалізація це безперервний процес засвоєння людиною політичної культури і цінностей, уявлень, установок, які їй характерні. Коли людина народжується, або зустрічає нову соціальну групу, перед початком активної соціалізації їй потрібно ідентифікувати себе з цією групою, у взаємодії з іншими учасниками знайти свою роль і місце. Потім в процесі взаємодії людина зближується з іншими учасниками групи і запозичує їх цінності, поступово ними взаємобмінюючись і інтегруючись до того моменту, коли приналежність до певної групи та спільні групові цінності стають частиною людської ідентичності [40].

Людина як жива соціальна система є відкритою і знаходиться в безперервній взаємодії з іншою системою, або сукупністю систем, та навколишнім середовищем. Протягом життя людина мимовільно засвоює в процесі соціалізації матеріальну культуру, що її оточує, духовне наповнення соціального середовища, суспільно-політичної організації, групи, джерела влади, багатства і грошей, розподілу праці тощо [41]. Крім того людина засвоює особливості політичної культури свого середовища, ставлення і конструкти щодо електоральних процесів, які в ній панують.

Поняття конформізму давно розглядається психологією. Дослідник Герберт Келман пропонує визначати поняття ототожнення з групою через три рівні глибини впливу цінності групи мають на процес прийняття рішень індивідом. Перший рівень, співучасть, відповідає засвоєнню людиною цінностей своєї соціальної групи, і інструментальній адаптації під ці цінності з метою отримати якусь перевагу або уникнути неприємних санкцій, при цьому такий вплив є тимчасовим і людина може відкинути таке переконання як тільки їй це стане вигідно. Другий рівень, ідентифікація, відповідає ситуації, коли людина свідомо і добровільно приймає вплив соціальної групи на свої рішення, оскільки це буде позитивно впливати на його стосунки з оточуючими, які на неї впливають. При цьому людина сприймає ці впливи, але не стільки через їх зміст, а через бажання відноситися до соціальної групи. На останньому рівні, інтерналізації, людина повністю переймає спосіб мислення, емоційні ставлення, поведінку соціальної групи, оскільки це приносить йому задоволення. Тобто вплив цінностей групи настільки високий, що переплітається з особистою ціннісною системою особи [42].

Отже, електоральна поведінка це в першу чергу різновиди суспільно-політичної діяльності, а також особливим випадком прийняття політичного рішення. На характер сучасної електоральної поведінки молоді впливає велика кількість соціально-психологічних факторів, але основними було виділено:

систему цінності молоді, як змістовну складову політичної свідомості людини, особистісну тривожність людини, як механізм оцінки і контролю ризиків під час прийняття електоральних рішень, схильність до конформності, як наслідок ідентифікації з групою і усвідомлення своєї потреби в ній, а також постійного впливу соціалізації.

РОЗДІЛ 2. МЕТОДИ І МЕТОДИКИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ

2.1. Методи дослідження електоральної поведінки молоді

Електоральну поведінку, як об'єкт дослідження політичної психології, варто розглядати згідно з методологічними принципами та методами політичної психології.

В першу чергу це застосування загально-психологічних принципів, таких як принцип детермінізму (закономірності розвитку), принцип відображення (випередження фізичного контакту суб'єкта з об'єктом, принцип єдності психіки і діяльності (діяльність і психіка не тотожні, але існують в постійній взаємодії), принцип розвитку (психіка не є сталим об'єктом, а результатом послідовного розвитку), системно-структурний принцип(психіка є багат шаровою системою взаємопов'язаних елементів).

Крім того, важливим є застосування основних спеціально-наукових політично психологічних методологічних принципів, таких як принцип взаємодії, пріоритетності (робота з значущими питаннями), контекстуальності (звернення уваги на контекст, тобто соціально-політичні процеси), процесуальності (розгляд явищ політичної психології як цілий процес у постійному розвитку), нейтральності (відсутність оціночних суджень) [3].

Для дослідження електоральної поведінки застосовуються різноманітні методи, такі як робота з документами, спостереження, лабораторний і природний експеримент, методи анкетування, опитування, бесіди, тестування, метод контент-аналізу[43].

Враховуючи міждисциплінарний характер поняття електоральної поведінки, яке об'єднує в собі психологію, політологію та соціологію, для дослідження логічно використовувати також міждисциплінарний методологічний підхід.

Для досягнення мети та виконання поставлених завдань у роботі було використано такі методи дослідження:

а) теоретичні методи – аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, моделювання – з метою визначення проблематики соціально-психологічних особливостей в системі прийняття молоддю електоральних рішень, як прикладу електоральної поведінки.

б) емпіричні методи – спостереження, опитування ставлень молоді до виборів, а також психодіагностичні методики: Методика «Ціннісні орієнтації» (М. Рокич) – для з'ясування системи ціннісних орієнтації молоді, її змістового навантаження; шкалу «Need for Conformity» (N. Singh) – для з'ясування рівню схильності до конформної поведінки молоді; шкали самооцінки «Особистісної і реактивної тривожності» (Ч. Спілберг - Ю. Ханін) – для визначення рівню особистісної тривожності сучасної молоді.

в) методи математично-статистичної обробки даних – описова статистика; обрахування дисперсійного однофакторного аналізу ANOVA, коефіцієнту рангової кореляції Спірмана . Обробка отриманих емпіричних даних здійснювалася в середовищі Google Sheets з використанням розширення XLMiner Analysis ToolPak.

2.2. Обґрунтування методичного інструментарію дослідження електоральної поведінки і ставлень до електоральних процесів молоді

Електоральна поведінка традиційно вимірюється методом соціологічних опитувань, лонгітюдним аналізом статистичних даних, проведенням інтерв'ю, бесід. Якщо ми розглядаємо електоральну поведінку як тривала дія, яка включає в себе підготовчий етап між виборами і власне вибори, ми отримуємо можливість також вимірювати супутні прояви електоральної поведінки, такі як ставлення до електоральних процесів, партій і кандидатів у міжвибірний період, що також розширює інструментарій, який можна застосовувати.

В дослідженні «Особливості електоральної поведінки громадян України на президентських виборах у 2010 р.» Чириця Ірина [44] аналізує електоральну поведінку за результатами голосування на президентських виборах 2010 року. Ця інформація, за умови наявності результатів більш ранніх виборів дозволяє проаналізувати динаміку змін ставлень електорату до виборів і кандидатів. Крім того було проведено опитування громадської думки з метою з'ясування причин виборців обирати тих чи інших кандидатів. Для цього було задано такі питання як «Які у вас очікування щодо кандидата?» шляхом цього питання збиралася інформація про мотиви електорати до голосування; «“Якби Вам запропонували матеріальну винагороду і попросили проголосувати за певного кандидата, щоб Ви зробили?»», це питання було покликано проаналізувати вплив матеріальних потреб на електоральну поведінку. Окрім цього проводиться аналіз де переважно територіально була зосереджена електоральна база того чи іншого політика і як змінилася виборча явка між першим і другим туром, як відрізняються електорати різних кандидатів за віковим, статевим складом, національною ознакою.

В дослідженні «Абсентеїзм як тип електоральної поведінки» М. Бучина [45] проблематика дослідження є близькою, адже розглядається байдуже ставлення громадян до реалізації своїх політичних прав і обов'язків. Але при цьому підхід до дослідження фундаментально відрізняється, оскільки обмежується аналізом наукової літератури та побудовою теоретичної моделі, яка б описувала явище абстенізма.

У дослідженні «Особливості електоральної поведінки населення Української РСР повоєнного періоду» Стасюк О. Й. [46] досліджує електоральну поведінку шляхом аналізу документальних свідчень, архівних записів і на основі цього робить висновок про ставлення досліджуваної групи людей до влади.

В «Електоральні настрої та електоральна поведінка виборців як прояв політичної суб'єктності» [47] науковці досліджують електоральну поведінку, проводячи екзит-пол на виході виборчої дільниці 31 березня 2019р., з застосуванням опитування двох типів індивідуальне опитування (F2F) і таємне анкетування (метод BOX), у такий спосіб імітувалася процедур голосування. Всього обрано 500 дільниць: 250 дільниць з методом опитування “таємне анкетування” та 250 дільниць з методом опитування “F2F”. На 250 виборчих дільницях опитування виборців у день виборів проводилося методом самозаповнення мініанкет (імітувалася процедура таємного голосування) респондент самостійно відмічав, за якого з кандидатів він проголосував і самостійно надавав інформацію щодо основних соціально-демографічних характеристик. Ще на 250 виборчих дільницях опитування виборців проводилося методом персонального індивідуального інтерв'ю: респондент відповідав на запитання інтерв'юера (за якого з кандидатів він проголосував, щодо можливого вибору в другому турі та своєї соціальнодемографічної характеристики). За результатами відбору виборців та їх згодою взяти участь у дослідженні, загальна кількість опитаних становить 29 369 респондентів. Під час опитування інтерв'юерами зафіксовано 15 661 відмов від участі в опитуванні.

За результатами дослідження проведено опис електоральних груп населення, які брали участь у виборах, зафіксовано різницю співвідношень в демографічних показниках учасників опитувань відповідно до макрорегіонів, типів поселення, очікування від голосування у другому турі. [47]

Інформація, зібрана у такий спосіб демонструє середнє ставлення електорату до партій і кандидатів в досліджуваний період часу і дещо торкається ставлень електорату до виборів в цілому.

Згідно з досвідом інших досліджень електоральної поведінки, а також відповідно до поставленої мети і завдань дослідження, соціологічне

опитування ставлення сучасної української молоді до електоральних процесів сформувані з таких груп питань: Ставлення до виборів (такі питання як «Я вважаю, що пересічний громадянин може вплинути на ухвалення певних державних виборів шляхом виборів президента», «...виборів верховної ради», «...виборів місцевої ради», «...участі в громадських обговореннях», «...звернення до депутатів», «Я вважаю, що пересічний громадянин ніяк не може вплинути на ухвалення владою державних рішень»). Шість запитань є прямими, а одне – оберненим. Цей блок збирає інформацію про актуальне ставлення до виборів.

Враховуючи особливості вікової категорії, молодь від 16 до 33 років, потрібно враховувати, що великий відсоток вибірки не має реального досвіду участі у виборах, оскільки останні президентські вибори відбулися у 2019, а місцеві – у 2020 році. Питання про досвід участі з однієї сторони саме по собі цінне, а з іншої дозволяє розподілити учасників на мікрогрупи для наступного опитування.

Останній блок запитань опитувальника електоральної поведінки збирає інформацію про ставлення до майбутніх виборів, а саме намагається описати суб'єктивний рівень готовності і прагнення респондента в майбутньому реалізувати свої громадянські права та обов'язки. До цього блоку увійшли питання: «Я не планую в майбутньому брати участь у виборах», «Я не бачу сенсу в участі в виборах оскільки не вірю, що вони пройдуть без порушень», «Я буду брати участь у виборах, якщо матиму впевненість, що вони пройдуть прозоро», «...якщо мені сподобається передвиборча програма кандидата, петиційна пропозиція, тощо». Два запитання з блоку є прямими, а два оберненими. Друге і третє запитання взаємопов'язані, оскільки дозволяють виділити людей, які вбачають проблему у порушеннях електорального процесу і на цьому будують свою готовність до участі, а також людей, які не

вмотивовані до участі в виборах незалежно від якості електоральної процедури.

За підсумками опитування очікується зібрати інформацію, яка буде відображати такі показники як ставлення до виборів, як інституту держави, а також готовність до участі в виборах, тобто суб'єктивна оцінка респондентом власного бажання залучитися в процес виборів. Аналіз отриманих показників дозволить оцінити наявність зв'язку між цими категоріями, тобто чи ставлення до виборів, як прояв когнітивно-ціннісного аспекту електоральної поведінки, виникає спільно з готовністю до електоральних діяльностей.

2.3. Обґрунтування методичного інструментарію дослідження ціннісної сфери особистості, схильності до конформної поведінки

Важливим прикладом систематичного лонгітюдного світового дослідження цінностей є World Values Survey, або огляд цінностей світу. Це міжнародний дослідницький проект, який було започатковано у 1981 р. і з тих пір кожні 5 років проводиться хвиля дослідження. Загальною метою цього проекту є аналіз людських цінностей, переконань та норм поведінки незалежно від національного самовизначення та у часовій перспективі. WVS є єдиним академічним дослідженням, яке охоплює все можливе різноманіття глобальних варіацій (усі культурні зони світ і максимальне охоплення усіх верств населення). Концептуальною основою WVS є ціннісне коло Ш. Шварца, концепція матеріалізму та постматеріалізму Р. Інглхарта і цінностей самовираження Р. Інглхарта та К. Вельцеля. Всесвітня асоціація дослідження цінностей є некомерційною неурядовою міжнародною організацією соціальних досліджень з юридичним офісом у Стокгольмі, Швеція. Вона управляється Виконавчим комітетом, Науково-консультативним комітетом та Генеральною Асамблеєю відповідно до умов Конституції. Секретаріат WVSA – глобальний штаб – розташований у Відні (Австрія). Архів даних WVSA базується в Інституті JD Systems у Мадриді (Іспанія) [48].

WVS тримають результати своїх досліджень, а також стимульні матеріали досліджень у відкритому доступі, що сприяє включеності дослідження в систему актуального, прозорого і сучасного наукового знання.

На сайті проекту у вільному доступі можна знайти генеральний опитувальник, який застосовувався для проведення інтерв'ю з респондентами задля збору інформації для 7мої хвили дослідження [49]. Загальний блок питань закриває питання соціальних цінностей, настроїв та стереотипів, щастя і задоволення життям, соціального капіталу, довіри та відчуття активної приналежності, економічні цінності, ставлення до корупції, міграції, безпеки, індекс пост-матеріалізму, система науки і технологій, релігійних цінностей, етичних цінностей та норм, політичних інтересів і політичної активності, політичної культури та політичних режимів, демографічні впливи.

Крім того надаються вибіркові блоки опитувань, такі як рівень політичної довіри і особливості Близького Сходу, як регіону. Без урахування вибірових блоків, обсяг інтерв'ю складає близько 290 питань. Інформація, яку таким чином можна зібрати буде мати безумовну наукову цінність, але за якісним і часовим фактором вона потребує великого обсягу ресурсів.

Дослідження ціннісної сфери особистості часто пов'язується з прізвищем Мілтона Рокича. Його теорія ціннісних орієнтацій була побудована на роках кропіткої систематичної праці з наробком інших відомих науковців, діячів і авторів психологічного знання, таких як Абрахам Маслоу, Соломон Аш, тощо [51]. Дослідження Рокича фундаментально пронизані експериментальним підходом і практичним застосуванням. Глибоко занурений в питання моралі і цінностей, загрози авторитаризму, він басив можливість для загального розвитку через формулювання доцільних питань.

На думку Н. Д. Володарської, важливу роль у формуванні почуття благополуччя та уявлення про щастя відіграє смислотворення та цінісно-орієнтована робота, а не лише соматичні чи психічні виміри. Спираючись на

концепцію Франкла, авторка наголошує, що саме побудова життєвих смислів у кризових ситуаціях є визначальним чинником життєстійкості та відчуття щастя [48].

Вітчизняний психолог М.Й. Боришевський підкреслює значущість ціннісних орієнтацій у структурі благополуччя. Він вважає, що такі цінності як громадянськість, патріотизм, відповідальність, повага до інших, а також функціональні інтелектуальні, естетичні, світоглядні й інші складові, формують основу уявлень про задоволення. Такий підхід узгоджується з філософськими концепціями діалогу людини зі світом (Гуссерль, Рубінштейн, Василюк), у яких онтологія життєвого світу особистості охоплює мотиваційну, потребу, моральну, ціннісну та афективну сфери.

У цьому контексті важливо згадати Мілтона Рокича, який підходив до вивчення цінностей як до стрижневих елементів, що визначають усі ставлення особистості. Він запропонував емпіричний підхід до вивчення та навіть експериментального змінення цінностей, зокрема за допомогою методу самоконфронтації, який він розглядає як етично прийнятний і ненасильницький спосіб викликати трансформацію етичних установок [51]. З його робіт ми бачимо використання його традиційної методики «Ціннісні орієнтації», як спосіб активізувати учасників експерименту і оцінити, наскільки окрема ціннісна орієнтація важлива для них. При цьому він спостерігає зміни у відповідях залежно від того чи обговорювалася з учасниками дослідження їх попередня активна участь в демонстрації цієї цінності; тобто наприклад респонденти після визнання, що вони майже ніколи не брали участь в демонстраціях і протестах з меншою вірогідністю далі повторно визначали ціннісну орієнтацію «Рівність» на високому рівні [52].

Для визначення ключових ціннісних орієнтацій молоді та їх місця в структурі виборчої поведінки є доцільним застосування елементів методики «Ціннісні орієнтири» М. Рокича, яка складається з переліку інструментальних

та термінальних цінностей [51]. Цінності в системі Рокича мають обмежене число категорій, які відносять до більшої частини людства, тобто усім людям притаманні одні і ті самі цінності, які організовані між собою у системи, якими людина оперує кожен день. Цінності формуються в культурі, суспільстві і його інститутах, та власне під впливом особистості [52].

Методика М. Рокича є однією з найрозповсюдженіших для дослідження ціннісних орієнтацій. Соловйова Л. І. характеризує її так: «список із 36 цінностей, пропонується у тесті досліджуваним особам для прямого ранжування залишається актуальним до сьогодні. Групу термінальних цінностей (Terminal Values (End-States) утворили 18 життєво важливих цілей, сфокусованих: а) на соціумі – «світ миру», «світ краси», «рівність», «сімейна безпека», «свобода», «зріла любов», «національна безпека», «соціальне визнання», «справжня дружба»; б) на особі – «комфортне життя», «захоплююче життя», «почуття досягнутого», «щастя», «внутрішня гармонія», «задоволення», «спасіння душі», «самоповага», «мудрість»» [53]. Таким чином, інструментальні цінності описують цінності-засоби, які людина використовує кожен день, тобто як підійти до виконання задач, а термінальні цінності на противагу є цінностями цільового профіля, тобто які цінності визначають власне загальну мету діяльності людини, опорні пункти, які вона використовує щоб приймати моральні і вагомі рішення.

Іншою поширеною методикою дослідження ціннісного профілю є «Ціннісний портрет» Ш. Шварца, який розглядає систему цінностей як таку, що створена з десяти спільних для різних країн і культур базових цінностей (мотиваційно-ціннісних типів), які утворюють коло в площині двох факторів. При цьому продовжується робота по вдосконаленню методики, сучасна уточнена PVQ-57 складається з більшої кількості індикаторів, ніж попередня версія і дає змогу вимірювати вже 19 цінностей, розділяючи мотиваційний спектр на більше деталей і відмінностей [55].

Шварц досліджує цінності як такий комплекс утворень: 1) цінності, як переконання, що викликають емоції у своїх носіїв; 2) цінності як бажання і цілі; 3) цінності, як загальні поняття, які регулюють життя і виходять за межі окремих ситуацій; 4) цінності як стандарти, критерії, 5) цінності у взаємодії між собою, їх суб'єктивний порядок пріоритетності відносно одне-одного; 6) сумісний вплив кількох цінностей людини на її дії одночасно, і на основі цього формує припущення про те, що впливає на систему цінностей кожної окремої людини. Таким чином, він виділяє 2 рушія, які людина застосовує під час визначення пріоритетності окремого ціннісного профілю, а саме:

1) Захист від втрат, загроз, тривога (Цінності профілів Досягнення, Сили, Безпеки, Конформізму та Традицій) – Розвиток і дослідження, прагнення здобуття нового, відсутність тривоги (Гедонізм, Стимуляція, Самостійність, Універсалізм, Доброзичливість)

2) Спрямованість на себе (Досягнення, Сила, Гедонізм, Стимуляція, Самостійність – Спрямованість на соціум (Безпека, Конформізм, Традиція, Універсалізм, Доброзичливість)[55]

Такий підхід цінний, оскільки дозволяє припустити які цінності будуть більш активними в яких життєвих ситуаціях. Крім того, за методикою Ш. Шварца можливо вимірювати схильність до конформної поведінки. Конформізм у цій методиці розглядається як прояв мотиваційної цілі обмеження дій, прагнень, які можуть нанести шкоду іншим, порушити соціальні очікування, норми. Люди, що цінують конформізм визначаються як такі, яким важливо поводитись згідно з соціальними очікуваннями та стандартами. Надзвичайної ваги для них набувають такі риси як ввічливість, моральність, нормативність. Для них важливо виконувати усі правила та вимоги, навіть у тому випадку, якщо є можливість їх порушити. Повага до старших для таких людей набуває особливого значення.

Розуміння обох методик дозволяє краще адаптувати будь-яку з них до виконання дослідницького завдання. Комбінований підхід дозволяє визнати цінність не тільки повного використання методики, а й її формуючих елементів. Обидві методики охоплюють спектр цінностей, які в певній мірі властиві усім людям, але залежно від внутрішніх схильностей, а також зовнішніх впливів (соціалізація, характер актуальних викликів), реалізуються у різний спосіб.

Будучи носієм цінностей, людина не завжди прагне їх активно реалізовувати, а отже постає питання чи не є важливим дослідити прагнення людини до участі в суспільному ціннісно-творчому процесі і до певної міри бажання поширювати власні цінності.

Терещенко Н. В. визначає мотиваційні цінності як такі, що були засвоєні людиною у процесі соціалізації, відображаються в свідомості людини і спонукають її до соціальних дій, стратегій поведінки, вчинків. На формування таких цінностей дослідниця визначає культуру суспільства, а саме такий перелік супутніх до неї явищ: система цінностей, загально прийнятих норм і правил, звичаїв і традицій, соціальних стереотипів, які змінюються під впливом актуальних викликів, історичних, політичних, економічних процесів. Мотиваційні цінності можна розглядати як продукт соціальної культури і соціалізації, але також зріз культури суспільства, прагнень які регулюють залученість людей до активності[56].

Припускаючи, що людина існує в контексті своєї культури і засвоїла характерні цій культурі мотиваційні цінності, а отже перебуває в гармонії з своїм культурним середовищем, ми можемо теоретизувати, що її ставлення до зокрема електорально діяльності буде вмотивовано цінностями культурного середовища, а також оцінці потенційного результату електоральної діяльності як такого, на який людина може вплинути. З однієї сторони, сприйняття власного впливу ґрунтується на когнітивно-інформаційній складовій:

наскільки людина занурена в підготовчий до виборів дослідницький аспект і володіє об'ємом інформації, який дозволяє їй прийняти електоральне рішення. Отже, до певної міри мотивація, як прояв цінностей і особистих рис людини, до електоральної визначається тим, наскільки людина ідентифікує себе з потребою засвоїти і ефективно використати інформацію, витративши на це особистий час і зусилля. Ефективне використання інформацію в цьому контексті може розглядатися як досягнення успіху. З цього випливає припущення, що ціннісний аспект участі в електоральній діяльності можна емпірично дослідити крізь дослідження спрямованості людини на успіх, тобто ціннісної орієнтації.

Для цього можна розглянути дослідження мотивації успіху Т. Елерса як показника активного прагнення до реалізації цінностей

Методика складається з 41 твердження, з якими людина може погодитися, або ні.

Частина запитань оцінює мотивацію до успіху у прямий спосіб, пропонуючи людині твердження, які пов'язують з орієнтацією на успіх, такі твердження описують людину як емоційну в питаннях завершення завдань, віддану, вважену, таку, що потребує постійної стимуляції завданнями, орієнтовану на групову діяльність, таку, що вважає що кінцева мета вартує будь-яких методів[53].

Інші твердження характеризують людину, яка володіє якостями протилежними до раніше зазначених, частина тверджень не враховуються в результат. При цьому твердження методики не враховують впливу схильності до надання соціально бажаних відповідей.

На мою думку, використання цієї методики не є раціональним, оскільки вона скоріше вимірює відповідність досліджуваної людини до суспільного ідеалу успішної людини, і звісно може існувати позитивна кореляція між тим,

як людину сприймають оточуючі і її мотивацією до успіху, але цей метод не є чутливим до ситуацій, коли досліджувані респонденти більш зацікавлені у володінні атрибутами «успішної людини», аніж досягнені успіху в політично-суспільній діяльності.

Інший пов'язаний з ціннісною сферою аспект це питання конформності. Вимірювання соціально бажаної поведінки це типовий аспект багатьох особистісних опитувальників, але при цьому ця риса визначається не як валідний емпіричний показник, а фактор викривлення даних.

Рейнольдс вказує, що для вимірювання схильності до соціально бажаної поведінки здійснюється з використанням широко спектру інструментів, таких як Шкала Соціальної Бажаності Марлоу-Кроуна, яка складається з 33 тверджень на які респондент може дати відповідь так або ні і базувалася на описі соціально бажаної поведінки, яка самостійно трапляється не часто, і при цьому будь яка відповідь на таке твердження не створює умов для підозр наявності психопатології. Створення короткої форми шкали на думку дослідника сприятиме її застосуванню, і було розроблено короткі форми, з яких найсильнішими виявилися форми з 13 і 20 тверджень, які були розроблені дослідниками Страхан і Гербасі [57]. Коротка форма, яка складається з 20 тверджень відповідно складається з наступних тверджень: «Я ніколи не залишу людину у біді», «Я ніколи не відчував відрази до людини», «Я сильно злюсь, коли не перемагаю у суперечках», «Я люблю пліткувати», «Бувало, що я прикидався хворим щоб уникнути роботи», «Я завжди готовий визнати свою помилку», тощо [58].

Кінг і Брунер зазначають що для вимірювання цього викривлення також використовують Мотиваційну Шкалу Мартіна-Ларсена, яка також базується на твердженнях [59].

Ці підходи є цінними для дослідження схильностей до конформної поведінки, оскільки з однієї сторони розкривається прагнення людини хоча б

нагадувати таку, що відповідає соціальним очікуванням. Така інтерпретація конформізму може не повністю відповідати значенню категорії, яку ми ставимо на меті дослідити, оскільки часто людина наслідує свою соціальну групу несвідомо, а отже виявлятиме свій конформізм пасивно, без усвідомленого прагнення, яке буде спонукати до відповідей в опитувальнику, відповідати сприйманим вимогам суспільства.

Дослідниця Singh розвиває думку використання поняття конформізму в маркетингових дослідженнях і побудові маркетингових стратегій. В цьому ключі потреба відноситися до групи розглядається як фактор споживацької поведінки і є цінним саме зі сторони залучення прагнення споживача відповідати своїй соціальній групі способом володіння тими ж товарами і послугами, як і уявний кожен з «ми». Вона наполягає на існуванні проблеми, що вимірювання рівню потреби в конформізмі відбуваються або надто загально, тобто у психологічних дослідженнях, або надто акцентовано на конкретний бренд. [60].

Цей підхід доцільний і в нашому дослідженні, оскільки дослідження конформності окремо від загальних позитивних характеристик, які зазвичай використовуються для дослідження потреби в соціальному схваленні, таких як доброзичливість, чесність, відповідальність, активність, тощо, створює достатньо нейтральний характер тверджень щоб уникнути супротиву людини, прагнення відповідати очікуванням дослідника, які можуть накладатися на звичайний рівень схильності до конформної поведінки.

Шкала потреби в конформності була розроблена в три етапи. Твердження генерувалися за принципом відповідності визначення конформності як потреби людини бути подібним в володінні і користуванні товарами, якими володіють і користуються важливі для них особи і групи осіб. Таких тверджень було дібрано 13. Далі проводився перший етап дослідження на вибірці з 85 студентів магістратури. Результати піддавалися

факторному аналізу ЕФА, з метою відкидання тверджень, які мають найменше зв'язків з іншими твердженнями. У такий спосіб було відкинуто троє тверджень. Наступні два етапи були проведені для покращення валідності шкали і її здатності відображати саме конформність. В результаті було сформовано перелік з 6 тверджень, які вимірюють рівень конформності особи і мали підтвержену валідність [60].

Враховуючи компактність шкали і її новизну було прийнято рішення застосувати її в дослідженні схильності до конформної поведінки, як явища, що пов'язане з електоральною поведінкою молоді.

Отже, з метою дослідження впливу цінностей на електоральну поведінку було прийняте рішення застосувати модифікацію методики «Ціннісні орієнтації» М. Рокича.

2.4. Обґрунтування методичного інструментарію дослідження тривожності, як риси особистості

Ю. Ханін ділить особистісну тривожність на загальну і специфічну. Особистісна тривожність має характер, незалежний від особливостей ситуації. Це означає, що люди з високим рівнем тривожності в більшості ситуацій будуть відчувати високий рівень ситуативної тривожності. Іншим є випадок, коли тривога виникає лише в певних ситуаціях і пов'язана з особливостями сприйняття специфічних стресорів, отже з високим рівнем специфічної особистісної тривожності індивіди відчувають стан тривоги в одних ситуаціях і можуть почувати себе досить спокійно в інших ситуаціях [33]

Для вимірювання особистісної тривожності часто використовують Шкалу реактивної та особистісної тривожності Спілберга-Ханіна. Шкала самооцінки складається з двох частин, які оцінюють реактивну (РТ, висловлювання 1–20) і особистісну (ОТ, висловлювання 21–40) тривожності. Твердження блоку, пов'язаного з вимірюванням особистісної тривожності

виглядають як Я-твердження, які описують ситуації, в яких людина виявляє ознаки особистісної тривоги: «Я зазвичай швидко втомлююся», «Я програю від того, що недостатньо швидко приймаю рішення», «Я занадто переживаю через дрібниці», тощо і прямо відповідають рівню особистісної тривожності; а також з Я-тверджень, які описують людину, що не виявляє ознак особистісної тривожності: «Я відчуваю задоволення», «Я спокійний, витриманий і зібраний», «Я цілком щасливий», тощо і вимірюють рівень особистісної тривожності обернено[61]

Методика "Шкала тривожності" Тейлор покликана виміряти рівень особистісної тривожності і складається з 60-ти тверджень, які описують ситуації, що типово викликають певний рівень тривоги. Ситуації при цьому відносяться до таких типів: 1) ситуації, пов'язані з ключовою діяльністю, спілкуванням з фігурами авторитету; 2) ситуації, що стосуються образу себе; 3) Ситуації спілкування і соціальної взаємодії.

Відповідно, опрацьовуючи методику респондент оцінює твердження за принципом чи може він себе з ними ідентифікувати чи ні, і на основі цього є можливим визначити рівні трьох підтипів тривожності: діяльнісна, самооціночна, міжособистісна. [62]

Недоліком «Шкали тривожності» Тейлор є її фокус на навчальну діяльність, тобто методика переважно вимірює тривожність відносно серед учнівства і студентства. Це означає, що її недоцільно застосовувати у випадку, якщо досліджувана вибірка є ширшою за цю категорію населення, хоча й включає її.

Проблемою підбору методики, що досліджує особистісну тривожність є переважно клінічний підхід до питання тривожності, який обмежує застосування методик у випадку, якщо досліджується тривожність в контексті характеристики, яка в тій чи іншій мірі характеризує більшість людей.

Враховуючи вище означенні методичні особливості, було прийняте рішення застосовувати для оцінки рівню особистісної тривожності методику «Шкала особистісної тривожності» Спілберга-Ханніна.

РОЗДІЛ 3. ХІД ТА РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ В СУЧАСНІЙ ПСИХОЛОГІЇ

3.1. Характеристика вибірки та етапів емпіричного дослідження

Збір даних для дослідження електоральної поведінки молоді відбувся у кілька етапів. Першим етапом була розробка бланку відповідей (див. Додаток А). Для цього було створено гугл-форму, яка складалася з кількох секцій: інструкція, інформована згода на обробку даних, збір загальної інформації, опитувальник електоральної поведінки (з вибірковою секцією залежно від наявності попереднього досвіду у виборах), опитувальник схильності до конформної поведінки, опитувальник термінальних цінностей за М. Рокичем, опитувальник особистісної тривожності Спілберга-Ханіна. У більшості запитань відповіді позначаються на шкалі (від 1 до 4, або від 1 до 6), а в дослідженні термінальних цінностей респондент має внести до бланку частину проведеного ранжування, а також є місце під відкриту відповідь для розкриття власного ходу думок під час роботи.

Другим етапом дослідження було проведено власне дослідження. Вибірка респондентів формувалася комбіновано. Частина респондентів збиралася за рахунок публікації опитування в соціальних мережах (X, Reddit, Discord), при цьому респонденти заохочувалися поширювати опитування далі. Ще частина учасників була зібрана в місті Житомирі шляхом вуличного опитування, а також на базі ліцею №25 міста Житомира було проведено опитування учнів старших класів і співробітників.

У результаті було опитано 111 респондентів, при цьому 2 людей відмовилися від участі в опитуванні оскільки вважають себе аполітичними і 2 людей відмовилися оскільки не відносять себе до категорії «молодь», 1 людина зіпсувала бланк.

Отже фінальна вибірка склала 106 респондентів віком від 16 до 33 років.

При цьому, 47,1% – 16-17 років, 22,7% – 18-22 роки, 17% – 23-27 років, 13,1% – 28-33 роки.

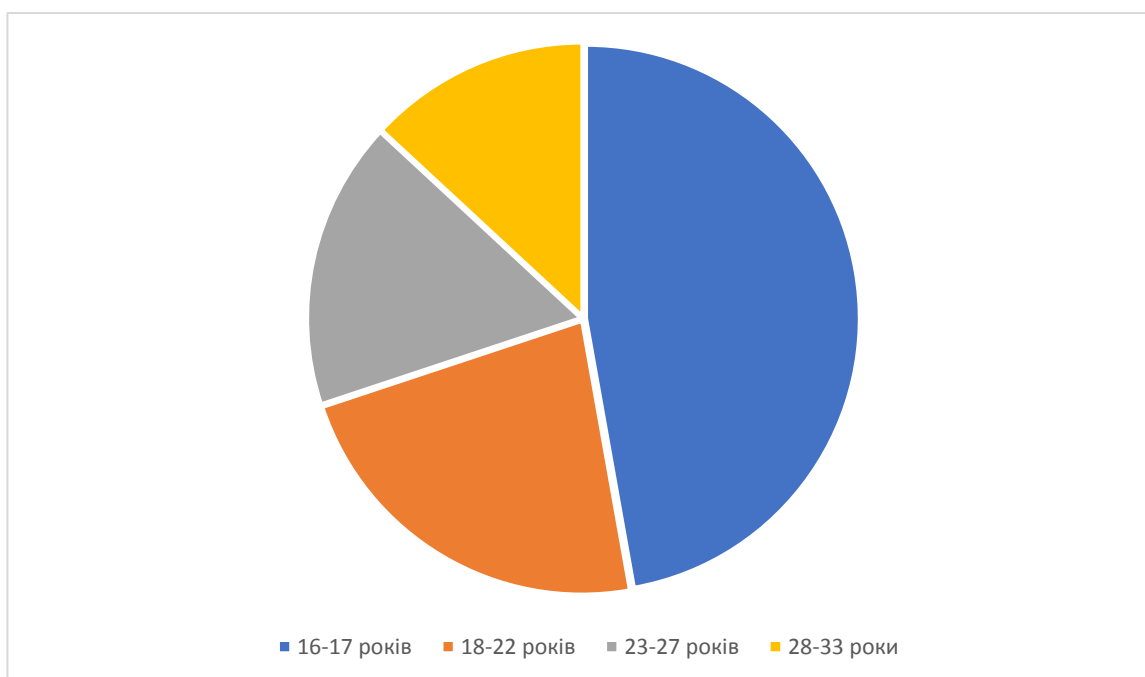
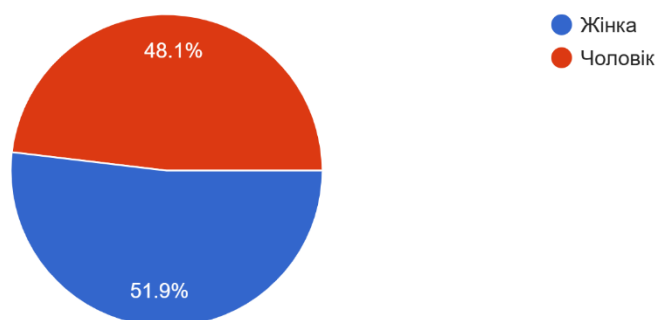


Рис. 3. 1. 1. Віковий розподіл вибірки

2. Стать
106 responses



Серед респондентів 51,9% є жінками, а 48,1% – чоловіками.

Рис. 3. 1. 2. Статевий розподіл вибірки

За показником найвищого досягнутого рівню освіти, 51,9% респондентів мають освіту на рівнях базової і повної середньої освіти; 4,7% – професійно-

технічну освіту і молодшого бакалавра; 16,1% – бакалавра, 26,4% – магістра і спеціаліста, 0,9% – доктора філософії.

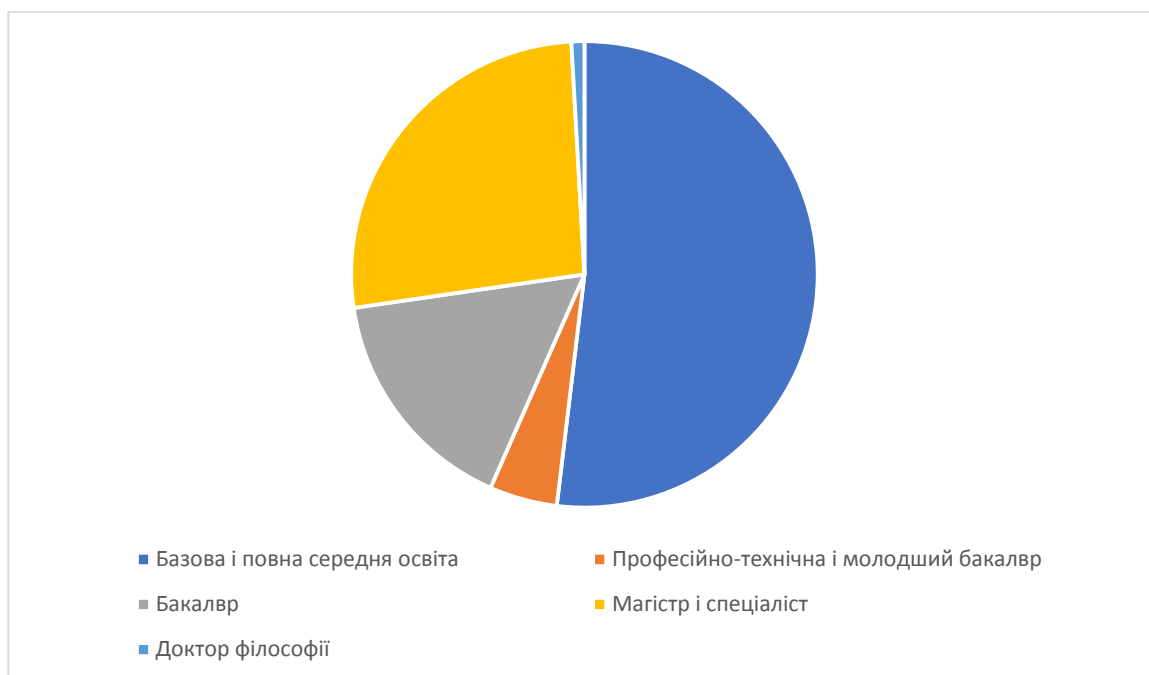


Рис. 3. 1. 3. Розподіл вибірки за рівнем освіти

З усіх респондентів 48,1% не є працевлаштованими, 37,% мають повну зайнятість, 10,4% – часткову, 3,8% – проектну або короткострокову

4. Працевлаштованість

106 responses



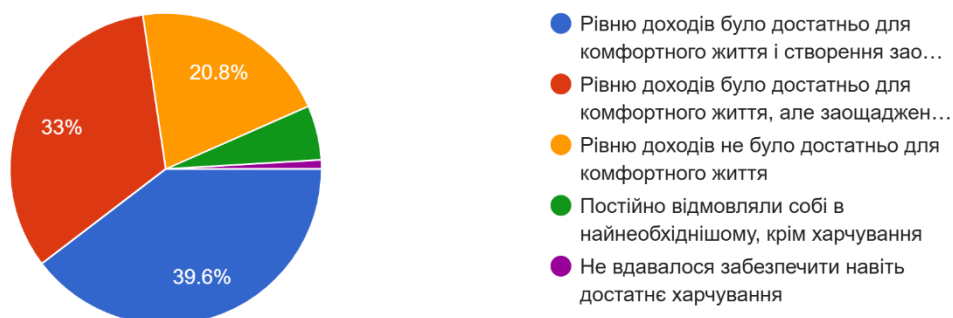
зайнятість.

Рис. 3. 1. 4. Розподіл вибірки за рівнем зайнятості

За суб'єктивним оцінюванням рівню особистих доходів і доходів

7. Рівень задоволення особистими доходами і доходами найближчої сім'ї за останній рік

106 responses



найближчої сім'ї респондентів можна поділити на групи: комфортне життя і створення заощаджень (39,6%), комфортне життя, але недостатньо доходів для заощаджень (33%), доходів не достатньо для комфортного життя (20,8%), постійно відмовляли в найнеобхіднішому, крім харчування (5,7%), не вдавалося забезпечити навіть достатнє харчування (0,9%).

Рис. 3. 1. 5. Розподіл вибірки за рів. суб'єктивного задоволення доходами

За місцем постійного проживання респондентів можна поділити на такі групи: ті, що проживають у селі або селищі (6,6%), ті, що проживають у місті або районному центрі (80,2%), ті, що проживають в обласному центрі (9,4%), ті, що проживають у місті Київ (3,8%)

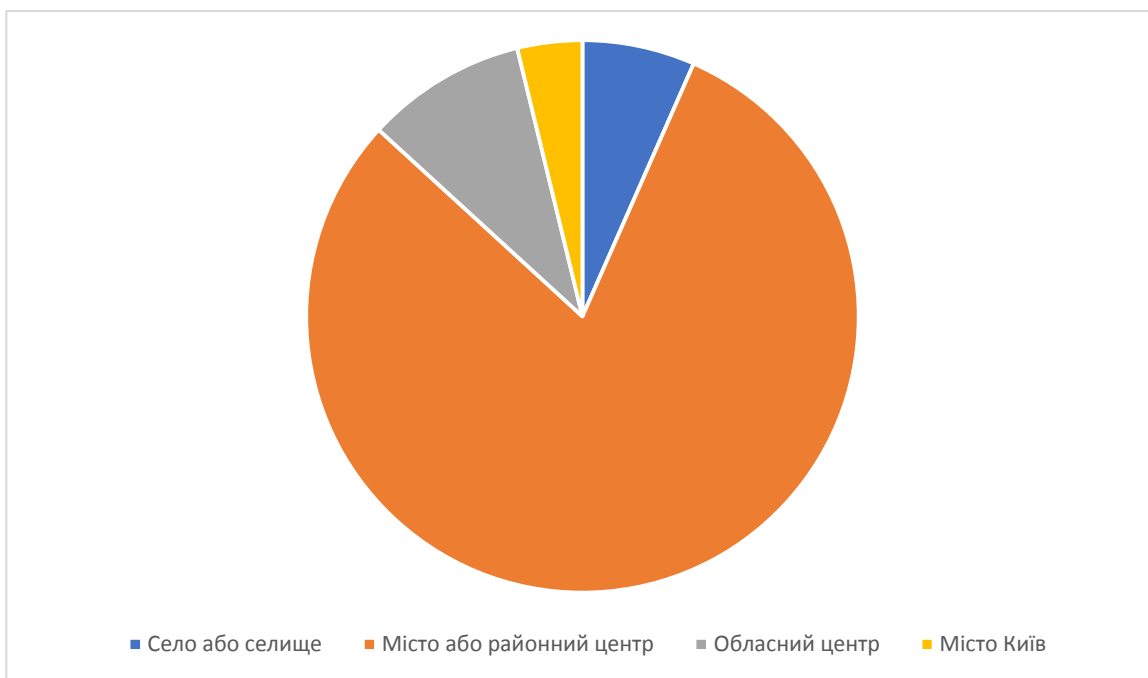


Рис. 3. 1. 6. Розподіл вибірки за типом населеного пункту

За наявністю досвіду голосування (на місцевих, президентських виборах, референдумах, обраннях представників в неурядових, профспілкових організаціях, на підприємстві, в громадських організаціях, участі в прийнятті колективних рішень шляхом голосування на різних рівнях, тощо), вибірку можна поділити на тих, хто має такий досвід (49,1%) і тих, хто немає (50,9%).

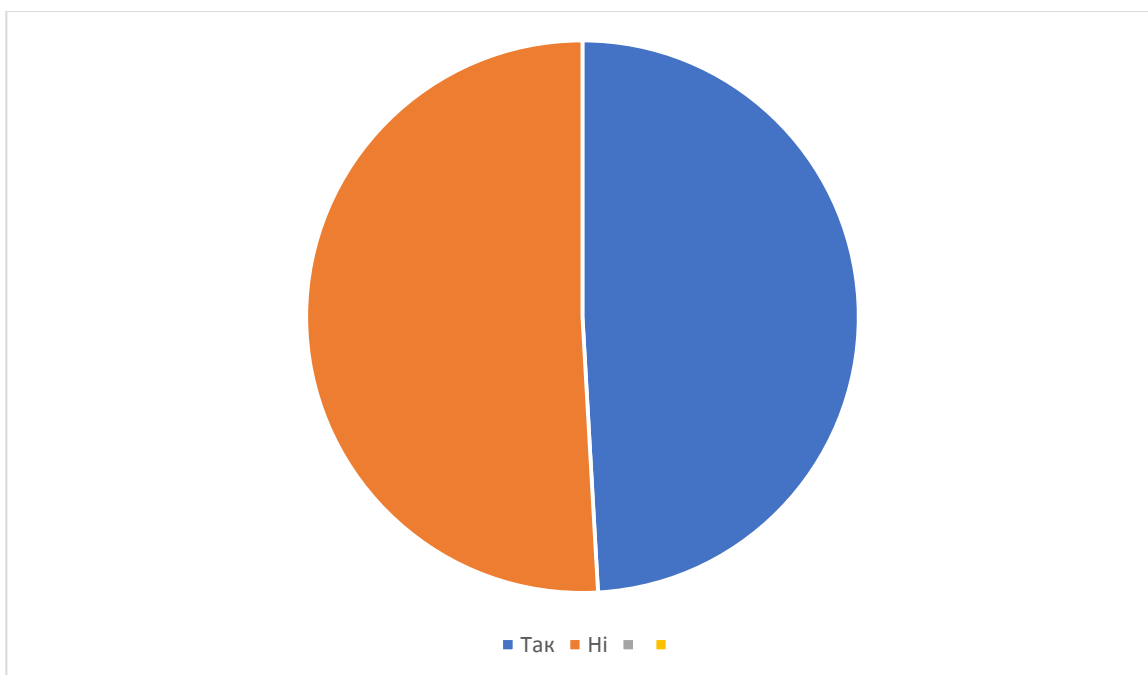


Рис. 3. 1. 7. Розподіл вибірки за досвідом участі у виборчих процесах

Отже, можна зробити висновок що представлена вибірка є репрезентативною з точки зору статевого розподілу, але описує переважно молодшу людину, яка може не мати досвіду реалізації електоральної поведінки. Таким чином, важливо зробити акцент у інтерпретації наступних результатів відносно розуміння характеру потенційної електоральної поведінки, або готовності до участі в майбутніх виборах, яка може не бути в моменті ще реалізованою.

Додатково хочеться наголосити на проблемі не відображення у вибірці людей, які не виявили достатньої особистісної мотивації щоб самостійно долучитися до опитування в мережі та тих, хто відмовився від участі під час «офлайн» частини збору даних. Це явище вже створює асиметрію у вибірці відносно прагнення до активної участі в суспільно-політичних процесах. Люди, які відмовилися від участі і аргументували відмову аполітичністю, нестачею знань про зміст політичних процесів важко піддаються дослідженню, хоча їх показники були б безумовно цінними для розуміння реальної картини електоральної поведінки молоді. В наступних дослідженнях цієї теми, на мою думку, було б доцільно організувати додатковий мотиваційний елемент участі в дослідженні, який би виступав миттєвою винагородою і допомагав би вмотивувати респондентів, які за звичайних умов відмовилися б від участі прямо або опосередковано, свідомо порушивши процедуру дослідження.

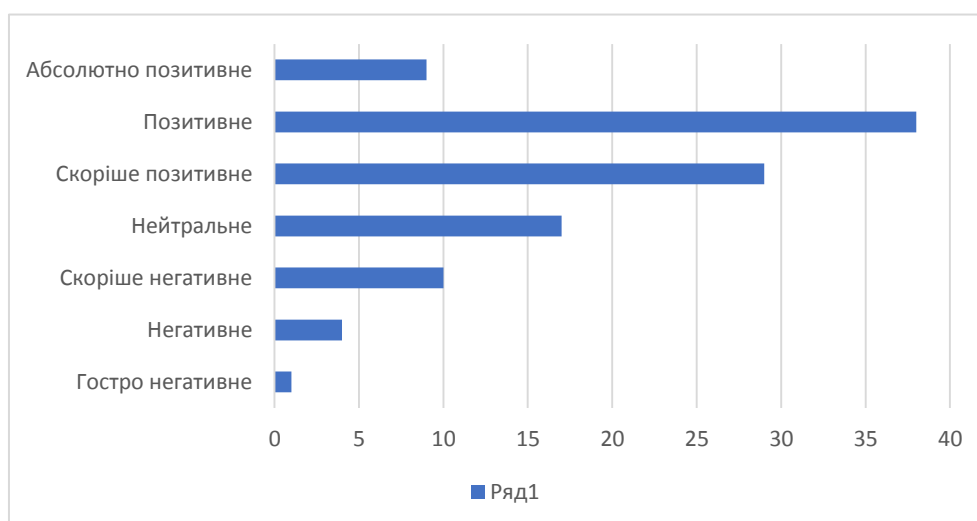
3.2. Результати дослідження проявів електоральної поведінки і ставлень до електоральних процесів

За результатами соціологічного опитування електоральної поведінки було отримано такі результати: середнім показником ставлення респондентів до виборів є 59,1 у.п. зі 100, з стандартним відхиленням 15,7 у.п. і медіанним значенням 60, 7 у.п. Найменшим значенням є 0 у.п., а найбільшим – 92,9 у.п.

При цьому вдалося виділити 7 груп респондентів за рівнем ставлення до виборів, від гостро негативного до однозначно позитивного.

Таблиця 3.2.1

Розподіл респондентів за рівнем ставлення до виборів



№	Група респондентів	Кількість респондентів – відсоток
1.	Гостро негативне ставлення	1 – 0,9%
2.	Негативне ставлення	4 – 3,7%
3.	Скоріше негативне ставлення	10 – 9,4%
4.	Нейтральне ставлення	17 – 16%
5.	Скоріше позитивне ставлення	29 – 27,3%
6.	Позитивне ставлення	38 – 35,8%
7.	Абсолютно позитивне ставлення	9 – 8,4%

Як ми бачимо з таблиці частот, а також з графіку 3.2.1., розподіл ставлень респондентів до виборів не є прикладом нормального розподілу, є дещо асиметричним в сторону позитивного ставлення, хоча й медіана і середнє значення дещо подібні.

Рис. 3. 2. 1. Графік розподілу частот ставлень до виборів

З блоку питань про готовність до участі в майбутніх виборах, або ставлення до майбутніх виборів, ми можемо побачити такі результати: середнє значення склало 71,77 у.о. зі 100 у.о., стандартне відхилення – 15,93 у.о., медіанне значення склало 75 у.о. Найменшим значенням є 6,25 у.п., а найбільшим – 100

З отриманих результатів вдалося виділити 7 груп готовності до участі в майбутніх виборах.

Таблиця 3.2.2

Розподіл респондентів за рівнем готовності до участі в майбутніх виборах

№	Група респондентів	Кількість респондентів – відсоток
1.	Гостро негативне ставлення	0 – 0%
2.	Негативне ставлення	1 – 0,9%
3.	Скоріше негативне ставлення	5 – 4,7%
4.	Нейтральне ставлення	14 – 13,2%
5.	Скоріше позитивне ставлення	15 – 14,5%
6.	Позитивне ставлення	40 – 37,7%
7.	Абсолютно позитивне ставлення	31 – 29,24%

На відміну від попереднього випадку і візуально, і за описовими статистичними параметрами, розподіл респондентів за рівнем готовності до участі в майбутніх виборах не виявляє ознак нормального розподілу даних, оскільки медіана є більшою за середнє, так само як і групова мода (позитивне ставлення), а найменша група майже не представлена. Отже, суб'єктивна готовність респондентів до майбутніх виборів вся сконцентрувалася переважно з позитивної сторони, що говорить про активність учасників вибірки.

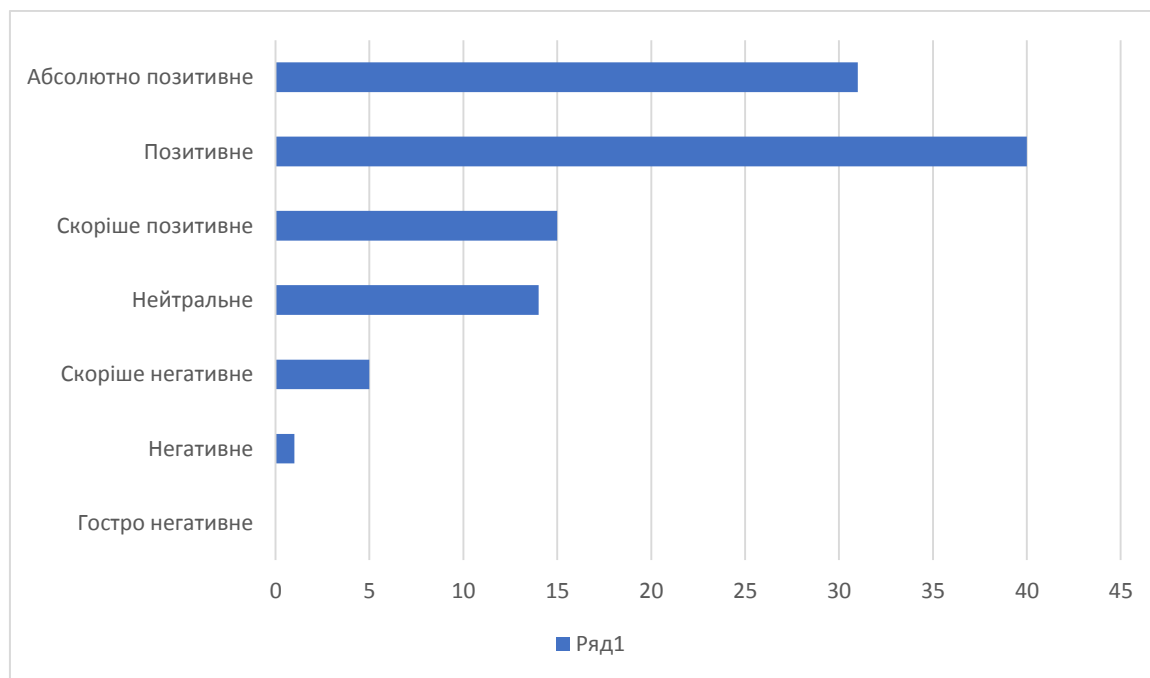
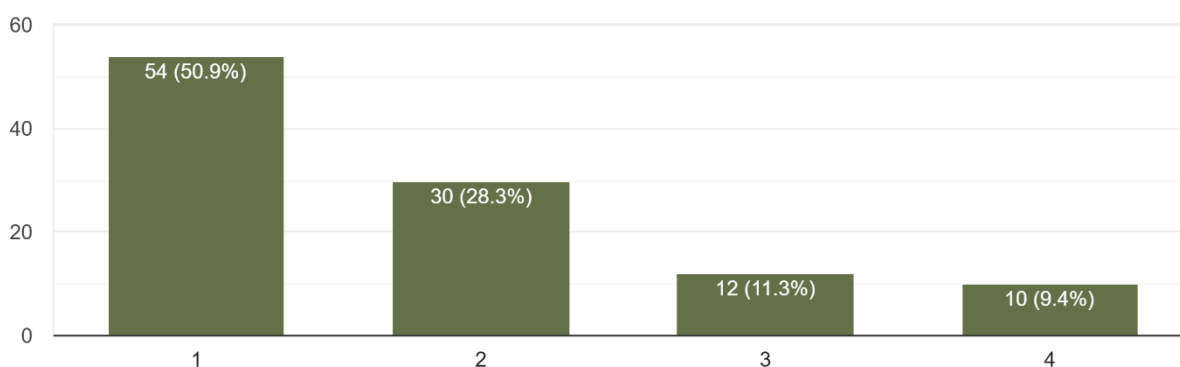


Рис. 3. 2. 2. Графік розподілу частот готовності респондентів до майбутніх виборів

Рівні готовності респондентів до участі в майбутніх виборах є цінність розглянути також окремо по кожному питанню блока. Всі питання цього блока були оформлені у вигляді шкал, де 1 – абсолютно ні, а 4 – абсолютно

1. Я не планую в майбутньому брати участь у виборах.

106 responses



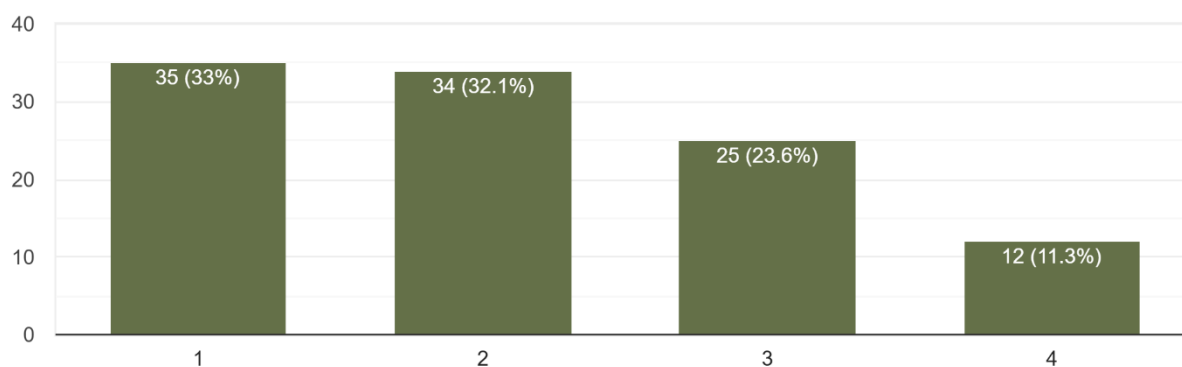
так

Рис. 3. 2. 3. Графік відповідей на питання «Я не планую в майбутньому брати участь у виборах.»

Отже, стосовно питання «Я не планую в майбутньому брати участь у виборах», на графіку видно, що абсолютна більшість респондентів планує в

2. Я не бачу сенсу в участі в виборах оскільки не вірю, що вони пройдуть без порушень.

106 responses



майбутньому брати участь у виборах.

Рис. 3. 2. 4. Графік відповідей на питання «Я не бачу сенсу в участі в виборах оскільки не вірю, що вони пройдуть без порушень»

Стосовно питання «Я не бачу сенсу в участі в виборах оскільки не вірю, що вони пройдуть без порушень», ми можемо спостерігати на графіку, більше половини респондентів (65% вибірки), хоча б трохи не погоджується з наступним твердженням, що може вказувати як на те, що існує цінність участі у виборах навіть якщо вони не прозорі, так і на те, що наявність чи відсутність порушень не є чинником, який впливає на прийняття рішення про участь у виборах для цих людей. Наступне питання покликане покращити розуміння змісту цього.

3. Я буду брати участь у виборах, якщо матиму впевненість, що вони пройнуть прозоро.

106 responses

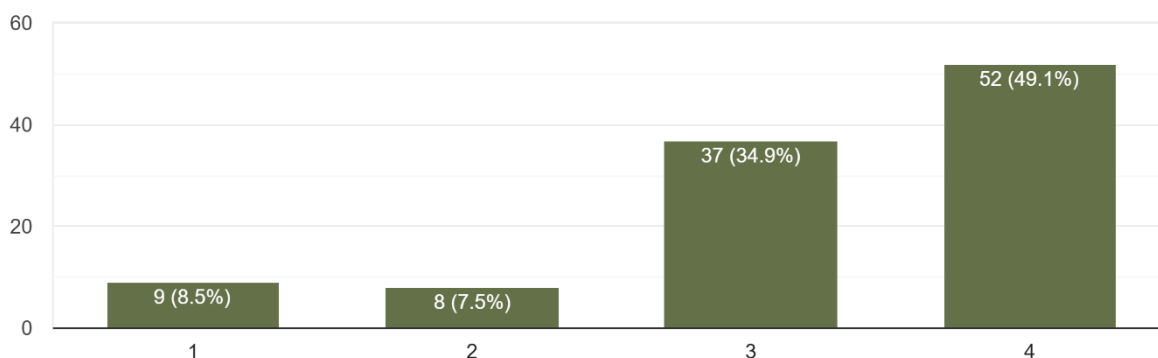
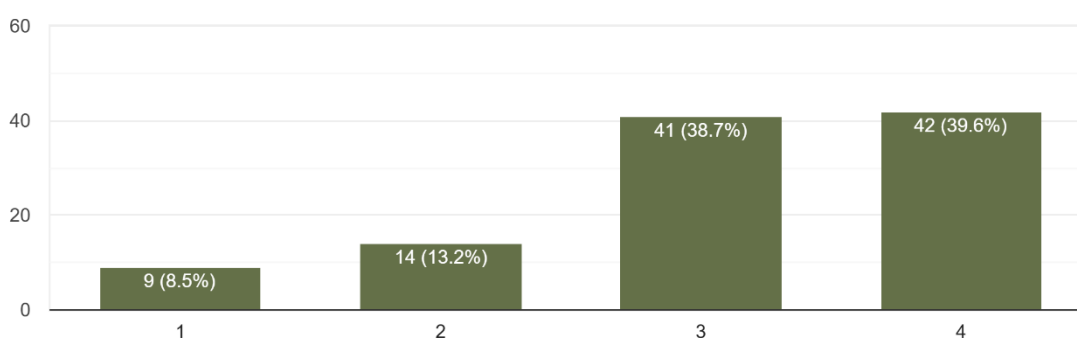


Рис. 3. 2. 5. Графік відповідей на питання «Я буду брати участь у виборах, якщо матиму впевненість, що вони пройнуть прозоро.»

На цьому графіку ми бачимо, що більшість респондентів (84%) хоча б дещо погоджується з твердженням «Я буду брати участь у виборах, якщо матиму впевненість, що вони пройнуть прозоро», таким чином, різниця між відсотками відповідей на це і попереднє запитання (19%), становлять ті люди, які не бачать сенсу участі у виборах незалежно від рівню прозорості

4. Я буду брати участь у виборах, якщо мені сподобається передвиборча програма кандидата, петиційна пропозиція, тощо.

106 responses



процедури.

Рис. 3. 2. 6. «Я буду брати участь у виборах, якщо мені сподобається передвиборча програма кандидата, петиційна пропозиція, тощо»

З останнього графіку ми бачимо, що 78,3% респондентів вважають бажання підтримати пропозицію, кандидата, партію, з якими людина може ідентифікуватися вагомою причиною взяти участь в електоральному процесі.

Отже, ми можемо зробити висновок, що переважна більшість молоді, представлені вибіркою хоча б дещо позитивно ставиться до виборів і майбутньої в них участі.

3.3. Результати дослідження загальних соціально-психологічних особливостей електоральної поведінки

3.3.1. Соціально-психологічні особливості схильності до конформної поведінки

За результатом дослідження на основі розробки шкали для оцінки конформності «Need for Conformity» Singh (2021), було отримано такі результати: середнім значенням для вибірки виявилось 30,68 у.п. з 100 у.п., стандартним відхиленням 12,93 у.п., медіаною – 27,77 у.п. Найменшим значенням є 2,77 у.п., а найбільшим 83,3 у.п.

Далі було можливо визначити 5 рівнів результатів схильності до конформної поведінки за вибіркою.

Таблиця 3.3.1

Розподіл респондентів за рівнем схильності до конформної поведінки

№	Група респондентів	Кількість респондентів – відсоток
1.	Низький рівень	14 – 13,2%
3.	Нижче середнього	31 – 29,2%
4.	Середній рівень	30 – 28,3%

5.	Вище середнього	21 – 19,8%
7.	Високий рівень	10 – 9,4%

За результатами дослідження можна спостерігати, що більшість респондентів має рівень схильності до конформної поведінки нижче середнього (29,2%).

Отже, з таблиці і графіку ми можемо бачити, що розподіл дещо асиметричний і є більше результатів, які відповідають нижчим показникам конформної поведінки, крім того найвищий результат 83,3 у.п. не симетричний до найменшого, 2, 77 у.п., відносно середнього, а отже розподіл результатів схильності до конформної поведінки не підпадає під нормальний розподіл.

Враховуючи характер отриманих результатів, ми можемо зробити висновок, що молоді, яка складає вибірку цього дослідження, переважно не характерна схильність до конформної поведінки.

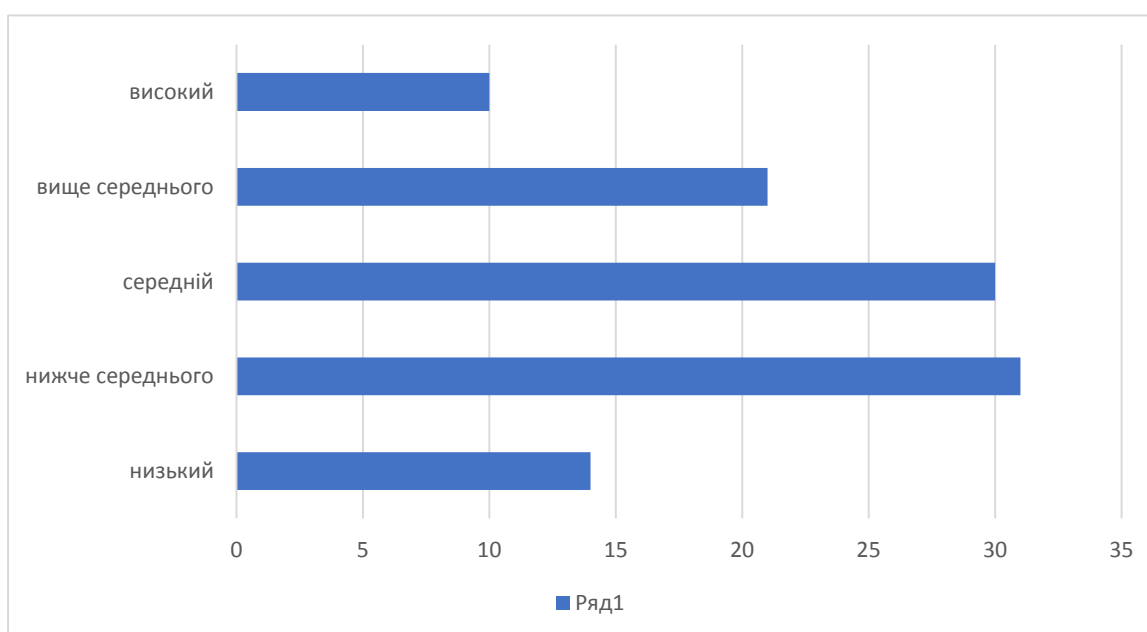


Рис. 3. 3. 1. Графік розподілу респондентів за рівнем схильності до конформної поведінки

3.3.2. Психологічні особливості ціннісної сфери особистості

Для збору даних про змістовне наповнення ціннісної сфери особистості респондентів було частково застосовано методику «Ціннісні орієнтації» за М. Рокичем. Респондентам пропонувалося ознайомитися з наданим списком термінальних цінностей за М. Рокичем і позначити у бланку відповідей перші 3 пріоритети. Отже, за першим пріоритетом ми можемо спостерігати таку ситуацію:

Таблиця 3.3.2а

Розподіл виборів цінностей з переліку термінальних за М. Рокичем, перший пріоритет

№	Ціннісна орієнтація	Кількість респондентів – відсоток
1.	Краса природи і мистецтва	1 – 0,9%
2.	Самоповага	1 – 0,9%
3.	Спасіння	1 – 0,9%
4.	Всесвітній мир	2 – 1,9%
5.	Національна безпека	2 – 1,9%
6.	Справжня дружба	2 – 1,9%
7.	Успіх	2 – 1,9%
8.	Активне діяльне життя	3 – 2,8%
9.	Мудрість	4 – 3,7%
10.	Внутрішня гармонія	5 – 4,7%
11.	Любов	9 – 8,5%
12.	Матеріальне забезпечення	12 – 11,3%
13.	Щастя	13 – 12,3%
14.	Сім'я	27 – 25,5%

15.	Свобода	31 – 29,24%
-----	---------	-------------

Отже, з поданої таблиці ми можемо бачити, що найбільш часто обрано була ціннісна орієнтація «Свобода» (29,24%), їй за популярністю дещо поступаються «Сім'я» (25,5%), «Щастя» (12,3%), та «Матеріальне забезпечення» (11,3%). Такі цінності як «Рівність», «Суспільне визнання», «Насолода» не були обрані з переліку жодного разу.

За першим пріоритетом також вдалося успішно провести однофакторний дисперсійний аналіз відносно ставлення респондентів до виборів. Для проведення аналізу використовувалося середовище Google Sheets з розширенням XLMiner Analysis ToolPack. Повну табличку з результатами можна побачити в додатках (Додаток Б).

Отриманий F-критерій склав 1, 894, тобто був більше за F критичне 1,79, ($p = 0,035$ відносно p значимості $< 0, 05$) що вказує на невеликі, але суттєві відмінності у ставленні до виборів серед людей з різними цінностями.

Найвищими показники ставлення до виборів виявилися у респондентів, що визначили першим пріоритетом «Активне діяльне життя» (73,8), за виключенням груп, в яких було по одному респонденту, тобто «Краса природи і мистецтва» (82,14), «Самоповага» (78,57). Всі інші середні показники по групам склали від найменшого «Всесвітній мир» (32,14) до «Національна безпека» (71,42).

За другим пріоритетом ми можемо спостерігати таку картину:

Таблиця 3.3.2b

**Розподіл виборів цінностей з переліку термінальних за М. Рокичем,
другий пріоритет**

№	Ціннісна орієнтація	Кількість респондентів – відсоток
---	---------------------	-----------------------------------

1.	Насолода	1 – 0,9%
2.	Спасіння	1 – 0,9%
3.	Всесвітній мир	2 – 1,9%
4.	Мудрість	2 – 1,9%
5.	Самоповага	2 – 1,9%
6.	Суспільне визнання	2 – 1,9%
7.	Національна безпека	4 – 3,7%
8.	Рівність	4 – 3,7%
9.	Успіх	4 – 3,7%
10.	Справжня дружба	5 – 4,7%
11.	Щастя	6 – 5,6%
12.	Активне діяльне життя	7 – 6,6%
13.	Внутрішня гармонія	7 – 6,6%
14.	Любов	7 – 6,6%
15.	Свобода	13 – 12,3%
16.	Сім'я	18 – 16,9%
17.	Матеріальне забезпечення життя	21 – 19,8%

Отже, найбільш часто обраною цінністю є «Матеріальне забезпечення життя» (19,8%), трохи менш поширеними є «Сім'я» (16,9%) і «Свобода» (12,3%). Цінність «Краса природи і мистецтва» не була обрана жодного разу.

Проведений однофакторний дисперсійний аналіз не показав значимої відмінності між ставленням до виборів відносно другого ціннісного пріоритету.

За третім пріоритетом можна спостерігати наступну картину:

Таблиця 3.3.2с

**Розподіл виборів цінностей з переліку термінальних за М. Рокичем,
третій пріоритет**

№	Ціннісна орієнтація	Кількість респондентів – відсоток
1.	Краса природи і мистецтва	1 – 0,9%
2.	Мудрість	1 – 0,9%
3.	Суспільне визнання	1 – 0,9%
4.	Всесвітній мир	2 – 1,9%
5.	Національна безпека	2 – 1,9%
6.	Самоповага	3 – 2,8%
7.	Насолода	4 – 3,7%
8.	Рівність	5 – 4,7%
9.	Активне діяльне життя	6 – 5,6%
10.	Внутрішня гармонія	6 – 5,6%
11.	Свобода	6 – 5,6%
12.	Успіх	8 – 7,5%
13.	Любов	9 – 8,5%%
14.	Щастя	9 – 8,5%
15.	Справжня дружба	10 – 9,4%
16.	Сім'я	12 – 11,3%
17.	Матеріальне забезпечення життя	21 – 19,8%

Отже, найбільш часто обраною цінністю є «Матеріальне забезпечення життя» (19,8%), трохи менш поширеними є «Сім'я» (16,9%) і «Справжня дружба» (9,4%). Цінність «Спасіння» не була обрана жодного разу.

Проведений однофакторний дисперсійний аналіз не показав достатнього рівню значимості відмінностей між ставленням до виборів відносно третього ціннісного пріоритету.

Отже, за результатами проведеної роботи можна зробити висновки про центральність таких цінностей як «Свобода», «Матеріальне забезпечення», «Сім'я», «Щастя» і «Справжня дружба» в ціннісній системі сучасної молоді. Такі ціннісні орієнтації як «Свобода», «Матеріальне забезпечення», «Щастя» переважно фокусуються на особі і її індивідуальних прагненнях, а цінності «Сім'я» і «Справжня дружба» спрямовані на оточуючий світ. Результати проведеної роботи вказують на існування обох ціннісних спрямованостей в системі цінностей української молоді, але також демонструють більшу представленість саме індивідуальних цінностей.

Крім того, за використання однофакторного дисперсійного аналізу було виявлено значимі відмінності між ставленнями респондентів до виборів у різних групах відносно першого пріоритету ціннісних орієнтацій. При цьому, найвище середній показник ставлення до виборів спостерігався серед респондентів, що обрали першим пріоритетом «Активне діяльне життя» або «Національна безпека», а найнижчий серед респондентів, що обрали «Всесвітній мир».

3.3.3. Психологічні особливості тривожності, як риси особистості

Для оцінки рівня особистісної тривожності використовувалася частина психодіагностичної методики «Опитувальник особистісної тривожності» Спілберга-Ханіна. Середнє значення склало 51,4 у.п., стандартне відхилення – 9,3 у.п., медіана – 52,1 у.п. Найменше значення становить 29,1 у.п., а найбільше – 85,4 у.п.

Таблиця 3.3.3

Розподіл респондентів за рівнем особистісної тривожності

№	Група респондентів	Кількість респондентів – відсоток
1.	Низький рівень	0 – 0%

2.	Нижче середнього	9 – 8,49%
3.	Середній рівень	38– 35,8%
4.	Вище середнього	53 – 50%
5.	Високий рівень	6 – 5,6

Отже, можемо спостерігати, що більшість респондентів має рівень особистісної тривожності вище середнього(35,8%), низький рівень не представлений у вибірці. Середнє значення і медіана досить подібні, основна маса на середньому і вище середнього рівнях. Графік викривлений до показників високої тривожності.

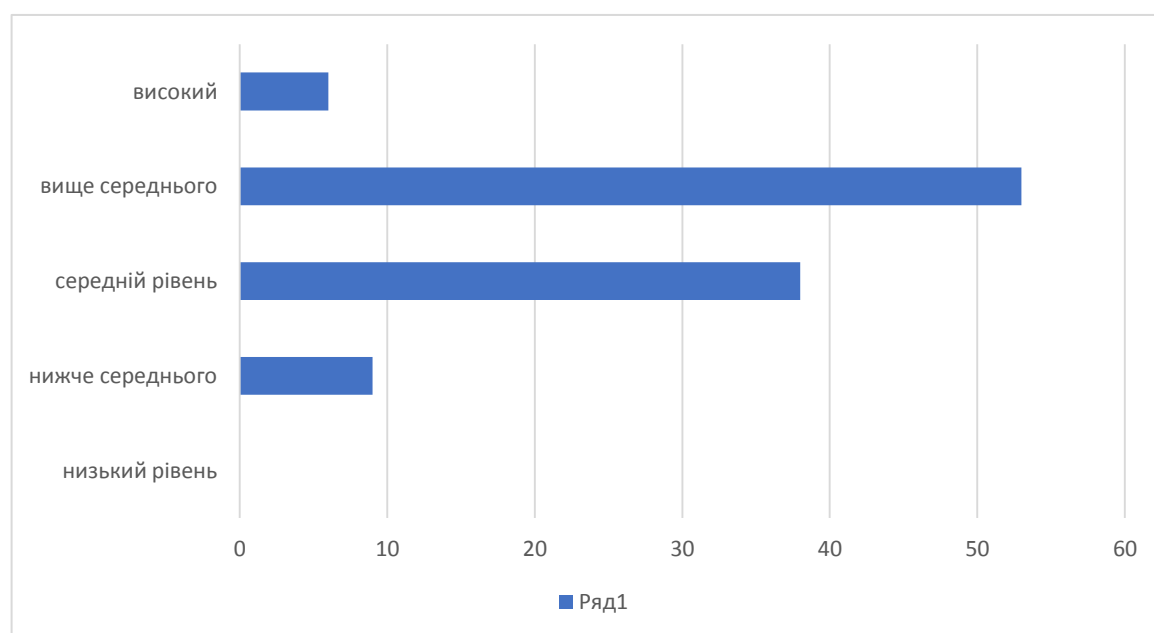


Рис. 3. 3. 3. Графік розподілу респондентів за рівнем особистісної тривожності (відносно загальної сукупності даних)

Проаналізувавши зовнішній вигляд гістограми і співвідношення показників може дійти до висновку, що цей розподіл не є нормальним, переважають результати, що відповідають рівню тривожності «вище середнього». Це вказує на неможливість застосування коефіцієнта кореляції Пірсона і потребу в застосуванні коефіцієнту рангової кореляції Спірмана.

3.4. Встановлення структурних особливостей електоральної поведінки молоді

Провівши описову статистичну роботу з даними, які було отримано в результаті проведеного дослідження було виявлено, що жоден результат не підпадає під випадок нормального розподілу даних, а тому доречним буде проведення кореляції за допомогою коефіцієнта Спірмана.

Для того щоб оцінити, чи є дійсно зв'язок між виділеними чинниками і ставленням до виборів було поведено статистичну роботу між показниками:

1. «Ставлення до виборів» і «Готовність до виборів», з метою оцінити чи є зв'язок між актуальною оцінкою виборчих процесів і прагненням брати в них участь. Тобто, чи наприклад зневіра в доцільності і ефективності виборів є фактором, який впливає на людину, коли вона оцінює вірогідність своєї участі в них.

2. «Ставлення до виборів» і «Схильність до конформної поведінки», з метою оцінити чи бажання людини відповідати очікуванням суспільства впливає на її ставлення до виборів.

3. «Ставлення до виборів» і «Рівень особистісної тривожності», з метою оцінити чи особистісна тривожність людини впливає на її ставлення до виборів.

4. «Готовність до виборів» і «Схильність до конформної поведінки», з метою оцінити чи бажання людини відповідати очікуванням суспільства впливає на те, як вона розглядає свою майбутню участь в них.

5. «Готовність до виборів» і «Рівень особистісної тривожності», з метою оцінити чи особистісна тривожність впливає на оцінку людиною вірогідності, що вона буде приймати електоральне рішення.

З повною матрицею результатів можна ознайомитися в додатках (Додаток В).

Таблиця

3.4.1.

**Результати статистичного аналізу з використанням коефіцієнту кореляції
Спірмана**

	r	t	p-value < 0,05
1.	0.3901604655	4.321352322	0.0000355
2.	0.2429050054	2.553635916	0.0121106
3.	0.03258180719	0.3324470467	0.7402208
4.	0.1932690128	2.008839998	0.0471455
5.	0.0696929239	0.7124635185	0.4777731

В парі «Ставлення до виборів» і «Готовність до виборів» коефіцієнт кореляції складає 0,39, що вказує на наявність помірного зв'язку між оцінкою виборчого процесу і готовністю бути в нього залученим. При цьому кореляція є позитивною, тобто ми можемо припустити, що високий рівень ставлень до виборів як інституту влади буде співіснувати з високою готовністю брати участь в електоральних процесах.

В парі «Готовність до виборів» і «Схильність до конформної поведінки» ми можемо спостерігати слабкий зв'язок, при цьому можна припустити, що високий рівень схильності до конформної поведінки буде також супроводжуватися високим рівнем ставлення до виборчих процесів.

В парі «Готовність до виборів» і «Схильність до конформної поведінки», також спостерігається слабкий зв'язок, який підтверджує певну міру пов'язаності цих конструктів.

В парах «Ставлення до виборів» і «Рівень особистісної тривожності» та «Готовність до виборів» і «Рівень особистісної тривожності» рівень

статистичної значущості не відповідає такому, щоб можна було прослідкувати зв'язок між цими явищами.

Отже, після обрахунку рангового коефіцієнта кореляції в 3 з 5 ситуацій ми можемо спостерігати наявність статистично значущого зв'язку, що підкреслює доцільність визначення особистих установок (ставлень) та схильності до конформної поведінки соціально-психологічними особливостями, які впливають на електоральну поведінку молоді, а рівень особистої тривожності в межах цього дослідження варто відкинути.

Крім того, попередньо описаний успішний однофакторний дисперсійний аналіз підтверджує наявність зв'язку між цінностями і ставленням до виборчих процесів, а отже ціннісні орієнтації також можуть бути включені в перелік чинників електоральної поведінки молоді.

3.5. Рекомендації психологічного супроводу молоді

Будь яка супровідна робота з молоддю відносно сприянню формування активної електоральної поведінки буде проявом політичної соціалізації, оскільки через додаткову соціальну взаємодію, реформуються ті аспекти системи цінностей особистості, рівню обізнаності, емоційних ставлень, орієнтацій людини, як суб'єкта соціальних стосунків, як впливають на зміст, спрямованість і ступінь виявлення політичної свідомості, політичної діяльності і поведінки.

Згідно з результатами дослідження, опрацьована вибірка респондентів має переважно позитивне ставлення до виборів і так само позитивно оцінює власну готовність до участі в електоральних процесах.

На основі результатів попереднього дослідження ми можемо підтвердити зв'язок між цінностями, ставленнями до виборів, схильністю до конформної поведінки і готовністю до електоральної діяльності.

Таким чином, ми можемо окреслити такі напрямки роботи, в яких можна формувати рекомендації по супроводу молоді:

- 1) Формування ціннісної системи молоді, а саме ціннісної орієнтації на активне, діяльне життя, національну безпеку;
- 2) Формування уявлень про електоральні процеси як такі, що можуть чинити вплив на життя людини;
- 3) Сприяння залученості молоді в соціальні групи, які сприятимуть виявленню активної електоральної поведінки;

Отже, використовуючи досвід і науково-методичний наробок дослідників Гусєєва, Опанасюка, Субашкевич, Остапенко і Дмитрова [28, 65, 66, 67, 68] , які попередньо працювали в формувальному та корекційному спрямуванні відповідних напрямків, результатах проведеного дослідження, а також ґрунтуючись на методологічно-теоретичній базі, яку було описано в першому і другому розділах роботи пропоную наступний перелік видів діяльності і підходів до їх організації.

Враховуючи, що і ставлення до виборів, і готовність до виборів позитивно пов'язані з схильністю особи до конформної поведінки, є зміст сфокусуватися на групових видах діяльності. Це дозволить в процесі проведення роботи створити умови, які допоможуть сформувати нову соціальну групу, яка буде в процесі взаємодії позитивно впливати одне на одного за рахунок а) обміну емоціями, думками, досвідом; б) створити значиму референтну групу для учасників, яка буде сприяти підсиленню спільних цінностей, установок, ставлень.

Одним з найпоширеніших видів групової практичної роботи в психології є тренінг, крім того за рахунок планування тренінгу для роботи в невеликих групах, або з застосуванням поділу на мікрогрупи, цей спосіб організації практичної роботи буде сприяти створенню міжособистісних

зв'язків в робочій групі і таким чином сприяти виконанню корекційних і формувальних цілей. Зливков виділяє поняття психокорекційної групи, невеликі тимчасові об'єднання людей, які мають спеціально визначеного керівника, що власне планує, організовує і проводить зустрічі з метою сприяння розвитку і зростання особистості, взаємне дослідження людей-учасників [69].

У керівника в цій тренінговій ситуації особливо важлива роль, оскільки він виступає ключовим агентом ре-соціалізації, за відсутності цілеспрямованої роботи, надання позитивних прикладів і активної особистої участі, створюється додатковий ризик зібрати групу молоді, учасники якої взаємовпливають одне на одного на підсилення властивості уникнення електоральної поведінки. Особистість керівника групи також є важливою, оскільки це має бути людина, яка здатна не тільки надавати інструкції і інформацію, а ще й емоційно доєднатися до утвореної соціальної групи, побудувати власні міжособистісні зв'язки з кожним з учасників, знайти точки взаєморозуміння і використати їх для побудови позитивного соціалізаційного впливу.

Відповідно, можна розглянути види вправ, які можуть бути запропоновані для формування і корекції електоральної поведінки, і які можна буде комбінувати разом в тренінгові заняття, курси, корекційні групи, які будуть комплексно впливати на учасників.

За прикладом тренінгового заняття запропонованого Остапенко [67], враховуючи вплив цінностей на ставлення до виборів, можна провести у групі мозковий штурм на тему «Вплив цінностей на поведінку людини». Тут важливо також зазначити, що у такої діяльності є ризик не тільки переосмислення власної ціннісної системи, а й відповідно до спостережень М. Рокича [51] відмова учасника ідентифікуватися з цінністю, з якою він

попередньо ідентифікувався внаслідок сприйняття власних дій як таких, що недостатньо їм відповідають.

Субашкевич пропонує для формування і корекції ціннісної сфери перегляд відео, що демонструють прояви цінності, за якою чиниться формувальна діяльність і пропонує в груповому обговоренні проаналізувати основну ідею, вплив, який чинить вияв обраної цінності [66]. За аналогією, можна проводити перегляди і обговорення документальних фільмів, засновувати кіноклуби. Такий підхід дозволить обговорювати питання цінностей на наочних, реальних прикладах і спостерігати фактичні наслідки певного способу дій. При цьому акцент на українській документалістиці і кіно створить додатковий фактор можливості ідентифікації учасника події з Україною, як сукупністю людей, що поділяють його культурний простір.

Гусєєв вказує на позитивний вплив обговорення в малих групах гострих, насичених конкретно щодо кожної окремої особливості проблематикою, спеціально підготованих коротких замальовок, які відповідають рівню розуміння учасників[28]. Застосування такого підходу можливе і в нашому випадку. Спільна в групі рефлексія на теми «Вплив людини на державу», «Роль людини у суспільстві», «Права і обов'язки громадянина», «Що відбувається, коли люди не голосують» буде спонукати учасників групи до продуктивного діалогу і обміном досвідом. Важливо зазначити, що Гусєєв відмітив негативний вплив корекційної роботи щодо його фактору «уникнення політичної діяльності», що може свідчити про негативний вплив цього виду діяльності саме на цей показник.

Виходом з такої ситуації може бути акцент на залучення молоді до громадської діяльності, державних молодіжних ініціатив, програм обміну досвідом. При цьому важливо не об'єднувати молодь, що не виявляє активності в питаннях електоральної діяльності, між собою, а долучати її до групи, що має різні рівні ставлень, створюючи у такий спосіб неоднорідне середовище,

обмін досвідом в якому буде сприяти зміні ставлень усіх учасників, що може призвести до певного відсотку втрат позитивних ставлень, але підтягне набагато більш шкідливі негативні ставлення на середній рівень.

Опанасюк визначає громадянську освіту як інформаційний засіб, що істотно впливає на готовність молоді до участі в державних процесах [65]. Це також підтверджується результатами цього дослідження, а саме наявністю зв'язку між ставленнями до виборів і готовністю до виборів. Громадянська освіта є освітнім напрямком, який фокусується на донесенні інформації про функції і інститути держави, роль громадянина в державі, джерела влади, та інших аспектів, які формують когнітивну компетенцію, яку потребує людина для повноцінної політичної діяльності. Таким чином, позитивний вплив на формування електоральної поведінки молоді варто починати чинити з закладів освіти. Наприклад, гейміфікація і підвищення інтерактивності викладання предмету «Громадянська освіта» в загальноосвітніх, профільних та професійно-технічних закладах освіти. У закладах вищої освіти елементи громадянської освіти можна включити в вибірккову предметну складову, а також сприяти діяльності ради студентського самоврядування в цьому напрямку.

Емпіричні дані зібрані Дмитровою, вказують на те, що молодь, що регулярно бере участь в громадських зібраннях, акціях, типово більш зацікавлені в політичних процесах і позитивно ставляться до участі у виборах [68]. Виходячи з результатів нашого дослідження, можна припустити аналогічний зв'язок. Враховуючи зв'язок цінності «Активне і діяльне життя» на ставлення до електоральних процесів, ми можемо зробити висновок, що існує шанс розвинути зацікавленість молоді в електоральній політиці шляхом загальної пропаганди активного і діяльного життя. Організація заходів, які будуть соціально винагороджувати залученість і активність молоді, сприяти формуванню активної і відкритої життєвої позиції, може опосередковано

вплинути на бажання молоді реалізувати свою активну позицію і крізь електоральну поведінку також.

Для агітаційної діяльності це означає, що молодь легше залучити в потенційний електорат організацією заходів, беручи участь в яких молодь може отримати новий позитивний досвід, такими заходами можуть бути спортивні заходи, концерти, зібрання навколо популярних способів дозвілля, таких як стенд-ап, книжкові читання, кола за інтересами, тощо.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі здійснено теоретичне й емпіричне узагальнення та запропоновано новий погляд на соціально-психологічні особливості електоральної поведінки молоді, що дозволило зробити такі висновки:

1. Основними підходами до трактування електоральної поведінки було визначено соціологічний, соціально-психологічний, біхевіористичний підходи і теорію раціонального вибору.

Вдалося виділити ключові поняття, які складають зміст електоральної поведінки. А саме,:

а) політична культура, як сукупність усіх образів і уявлень, яка крім того виступає призмою сприйняття і інтерпретації людиною політичної дійсності;

б) політична свідомість, як відображення політичної дійсності в психіці людини;

в) політична діяльність, як цілеспрямована, вмотивована діяльність людини, суб'єкта політики, спрямована на забезпечення особистих інтересів і потреб, яка при цьому нерозривно пов'язана і взаємоформується з політичною свідомістю;

г) політичне рішення, тобто усвідомлене, проінформоване прийняття рішення в суспільно-політичній площині, яке відповідає цінностям, уявленням і установкам, які властиві окремій людині, з готовністю нести відповідальність за наслідки, які будуть його результатом;

д) конформізм, як потреба особи відповідати цінностям, установкам і уявленням, які характерні соціальній групі до якої вона відноситься, який є результатом політичної соціалізації, а також її підсилувачем;

е) політична соціалізація, як безперервний процес засвоєння людиною політичної культури.

Визначено особливість соціалізації молоді (16-33 роки), як такої, що або тільки починає свою активну електоральну діяльність (перехід від первинного до вторинного етапу політичної соціалізації), або має невеликий в ній досвід (найстарший респондент, через обмеження електоральних процесів війною, мав змогу скористатися виборчим правом протягом 3 циклів зміни влади).

2. Відповідно, було проведено пошуково-методологічну роботу, в результаті якої визначено і адаптовано психодіагностичний блок методик для проведення дослідницької роботи, яка полягала в діагностиці особливостей, які є чинниками формування характеру електоральної поведінки.

Було застосовано теоретичні і емпіричні методи дослідження, методи математично-статистичної обробки даних. В межах емпіричної складової роботи було використано методики: методику «Ціннісні орієнтації» (М. Рокича), «Шкала особистісної тривожності» (Ч. Спілберга – Ю. Ханіна), Шкала оцінювання схильності до конформної поведінки «Need For Conformity» (N. Singh), соціологічне опитування ставлення до виборів, як державного інституту та опитування суб'єктивної оцінки готовності до участі в виборах, на основі яких укладено загальний опитувальник.

3. Проведення теоретико-наукового аналізу дозволило побудувати приблизну концепцію внутрішньої структури електоральної поведінки молоді, виділивши основними чинниками, що з нею пов'язані: когнітивно-ціннісні уявлення про електоральні процеси, особистісну систему цінностей, рівень особистої тривожності та схильність до конформної поведінки.

В результаті проведення емпіричного дослідження на та статистичної обробки результатів було встановлено ряд значущих результатів.

а) Більшість респондентів мають позитивне ставлення до електоральних процесів, а також позитивно оцінюють готовність до участі в майбутніх виборах, при цьому близько половини респондентів зазначили, що абсолютно точно планують брати участь в виборах в майбутньому. Це свідчить про загальну активність молоді, але також змушує припустити складність добору до вибірки учасників, що мають негативне ставлення до електоральних процесів, що ускладнює дослідження їх соціально-психологічних особливостей.

б) Домінування таких цінностей як «Свобода», «Матеріальне забезпечення», «Сім'я», «Щастя» і «Справжня дружба» в ціннісній системі сучасної молоді, як окремої соціальної групи.

в) За результатами дослідження можна спостерігати, що більшість респондентів має рівень схильності до конформної поведінки нижче середнього.

г) За результатами дослідження особистісної тривожності можемо спостерігати, що переважна більшість респондентів має рівень особистісної тривожності вище середнього, при цьому немає респондентів, які мали б низький рівень тривожності.

д) За допомогою дисперсійного аналізу ANOVA було виявлено існування слабкого, але статистичного значущого (при $p > 0,05$) зв'язку між ціннісними пріоритетами молоді і ставленням до виборів. Найвищі показники ставлення до виборів виявилися у респондентів, що визначили першим пріоритетом «Активне діяльне життя», «Національна безпека», а найнижчі показники у респондентів, що визначили першим пріоритетом «Всесвітній мир», що підтвердило місце ціннісної системи в структурі електоральної поведінки.

е) За допомогою коефіцієнта рангової кореляції Спірмана визначили наявність слабого, статистично значущого зв'язку (при $p > 0,05$) між парами показників «Ставлення до виборів» і «Готовність до виборів», «Ставлення до виборів» і «Схильність до конформної поведінки», «Готовність до виборів» і «Схильність до конформної поведінки». Що підтвердило місце когнітивної складової (ставлення, уявлення, знання) та впливу соціалізації, схильності до конформізму в структурі електоральної поведінки.

4. На основі результатів дослідження розробити рекомендації психологічного супроводу формування активної електоральної поведінки молоді, які полягають в побудові формувальної та корекційної роботи з електоральною поведінкою молоді на створенні сприятливих ситуацій для активної діяльнійшої взаємодії молоді, що має різні рівні ставлення та готовності до електоральної поведінки та агентів політичної соціалізації, які мають також долучитися до групи на особистісному рівні, задля отримання позитивного ефекту від впливу схильності до конформної поведінки.

До переліку можливих видів віднесли:

а) психокорекційні тренінги з акцентом на осмислення місця людини в системі «людина – держава», рефлексійну групова робота щодо впливу цінностей на поведінку людей;

б) організацію заходів підвищення громадської освіченості на усіх рівнях освіти;

в) організацію групового «корисного дозвілля»: перегляди документального кіно, читання художніх творів, спортивних заходів, тощо, які будуть стимулювати розвиток ціннісної орієнтації «Активне і діяльне життя», а також сприяти утворенню соціальних груп, які будуть рупором цінностей, які супроводжують позитивне ставлення до електоральної діяльності.

За результатами проведеної роботи, є сенс вважати, що тема основних соціально-психологічних особливостей електоральної поведінки молоді потребує більшого розкриття, оскільки виділенні чинники не в повній мірі описують структуру електоральної поведінки. Цінними можуть виявитися наступні дослідження електоральної поведінки з використанням альтернативних методик, таких як «Ціннісне коло» Ш. Шварца, «Шкала Соціальної Бажаності» Марлоу-Кроуна. Перспективним є напрямок розробки соціально-психологічних заходів сприяння формування активної електоральної поведінки та експериментальна перевірка ефективності подібних заходів в досягненні поставленої мети.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Електоральна поведінка / В. І. Волович // Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс] / редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. – Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2009. – Режим доступу: <https://esu.com.ua/article-18853>.
2. Herder, J. G. & Barnard, F. M. (1969). J. G. Herder on Social and Political Culture. London,: Cambridge University Press. Edited by F. M. Barnard.
3. Політична психологія: навчальний посібник / Т. М. Траверсе. — К.: Парламентське вид-во, 2013. — 240 с.
4. Політична психологія: навч. посібник / М. П. Козирєв. – Львів: ЛьвДУВС, 2018. – 648 с.
5. Політична енциклопедія. Редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. Голови) та ін. – К.: Парламентське видавництво, 2011. – 808 с.
6. Psychology of Democracy: of the people, by the people, for the people / ed. by A. Weinberg. Cambridge : University Press, 2022. 449 p.
7. Нуждін С. Є. Соціологічні традиції в дослідженні електоральної поведінки. Огляд основних моделей електоральної поведінки / С. Є. Нуждін // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. - 2013. - Вип. 19. - С. 42-50. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apspp_2013_19_8.
8. Гурицька М. С., Рихлік В. А. ОСНОВНІ МОДЕЛІ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ. INTERNATIONAL SCIENTIFIC INNOVATIONS IN HUMAN LIFE : матеріали Міжнар. наук. конф., м. Manchester, 15–17 груд. 2021 р. Manchester, 2021. С. 615–624.
9. Соціологія: підручник / М. П. Козирєв. – Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2016. – 656 с.

10. Заславська , О. ., Посвістак , О. ., & Налімова , В. . (2024). ЗА ЛАШТУНКАМИ ВИБОРІВ: ФОРМУВАННЯ ЕМОЦІЙНОГО ЗВ'ЯЗКУ ЯК ЕЛЕКТОРАЛЬНА СТРАТЕГІЯ ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ ТА ПАРТІЙ. "Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого". Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія, 3(62). <https://doi.org/10.21564/2663-5704.62.310890>
11. Побудова синтезованої моделі дослідження електоральної поведінки на основі теорії дуалізму М. Арчер / Т. М. Лукеря // Український соціум. - 2019. - № 4. - С. 9-23. - Режим доступу: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2019/12/9_23_No471_2019_ukr.pdf
12. Levy, Jack S. "Prospect Theory and International Relations: Theoretical Applications and Analytical Problems." Political Psychology, vol. 13, no. 2, 1992, pp. 283–310. JSTOR, <https://doi.org/10.2307/3791682>.
13. Bondarenko, O., & Slyusarenko, Yu. (2019). BEHAVIORISM FROM JOHN B. YOTSON TO E. TOLMAN. Scientific Horizons, 22(2), 80-85. <https://doi.org/10.332491/2663-2144-2019-75-2-80-85>
14. Нуждін, С. Є. СОЦІОЛОГІЧНІ ТРАДИЦІЇ В ДОСЛІДЖЕННІ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ. ОГЛЯД ОСНОВНИХ МОДЕЛЕЙ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ [Текст], 2013 р. – 10с., УДК 316.354, Режим доступу: <https://sociology.knu.ua/sites/default/files/library/elopen/aktprob.19.42.pdf>
15. Полторак В., Шинкаренко О., ТЕХНОЛОГІЇ МОДЕЛЮВАННЯ В ЕЛЕКТОРАЛЬНИХ КАМПАНІЯХ: ПАРАДОКСИ «ДАУНСА», «ОЛСЕНА», «ГОЛОСУВАННЯ»// Empirical Researches of Modern Society – No. 1148 (2015), – 4с. Режим доступу: <https://periodicals.karazin.ua/ssms/article/view/4474/4045>
16. Guinjoan M. The Duvergerian Gravity and the Emergence of Contamination Effects. Parties, elections and electoral contests: competition and contamination effects. Farnham, 2014. p. 7–25.

17. Онищенко, О. О. ТЕОРІЇ МАНІПУЛЯЦІЇ МАСОВОЮ СВІДОМІСТЮ: «ВІКНО ОВЕРТОНА» ТА «СПИРАЛЬ МОВЧАННЯ» – Актуальні проблеми політики. 2022. Вип. 70 – 55-59с., Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/app.v70.2022.9>
18. Воронкова, А. І. Мода і політична соціалізація у сучасному суспільстві: основні напрями взаємодії. – Сучасне суспільство. 2019, Випуск 1(17), . – ISSN 2413-0060, Режим доступу: <https://doi.org/10.34142/24130060.2019.17.1.04>
19. Акіншева, І. П. Сутність та зміст поняття політичної соціалізації [Текст] / І. П. Акіншева // Науковий вісник Ужгородського університету. – Ужгород, 2011. – Вип.22. – С.7-8.
20. Молчанова К. К. Роль політичної соціалізації особистості в умовах сьогодення / К. К. Молчанова, С. Є. Лупаренко // Соціалізація особистості у сучасних соціокультурних та соціально-політичних контекстах : матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 31 січ. 2024 р. / Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди ; [редкол.: О. О. Безрук та ін.]. – Харків, 2024. – С. 81–83.
21. Богатчук, С. С. Вплив соціальних мереж на громадську та політичну активність української молоді / С. С. Богатчук, І. В. Гайдай, І. В. Мазило // Регіональні студії / редкол.: М. М. Палінчак (голов. ред.), І. М. Вегеш, Є. І. Гайданка та ін. – Ужгород : Видавничий дім "Гельветика", – 2022. – Вип. 29. – С. 27–34. – Бібліогр.: с. 34 (32 назви); рез. укр., англ. URL <http://regionalstudies.uzhnu.uz.ua/archive/29/3.pdf>
22. Курілло В. Є., Литвиненко В. В. Латентна політична діяльність терористичних, кримінальних угруповань та недержавних військових формувань – Політологія, випуск 137. Том 149, – 2010, 5с.
23. Жолондієвська Ілона. Фейкові погрози вчинити стрілянину у школах України: що про них відомо – гвара медіа, 27 березня 2025. Режим доступу: <https://gwaramedia.com/fejk-povidomlennya-pro-terakti-v-shkolah/>

24. Panasiuk, M. . (2025). THE REBIRTH OF POLITICAL SEPARATISM: INCELDOM, FEMINISM, AND THE TRUMP ERA. Collection of Scientific Papers «ΛΟΓΟΣ», (January 24, 2025; Seoul, South Korea), 311–317. <https://doi.org/10.36074/logos-24.01.2025.065>
25. Vacca, J.R. (Ed.). (2019). Online Terrorist Propaganda, Recruitment, and Radicalization (1st ed.). CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9781315170251>
26. On Psyop Realism. / De Zeeuw, Daniël; Birchall, Clare; Knight, Peter. In: Cultural Politics, 01.10.2024. – Режим доступу: <https://research.manchester.ac.uk/en/publications/on-psyop-realism>
27. Вірна Ж.П., Марчук Р. (2024). Смысловий конфлікт молодості під час війни: довіра, ідентичність та гідність. Перспективи та інновації науки (серія Педагогіка, Психологія, Медицина). № 7(41). 643-657. DOI : [https://doi.org/10.52058/2786-4952-2024-7\(41\)-643-657](https://doi.org/10.52058/2786-4952-2024-7(41)-643-657)
28. І. М. Гусев. ПСИХОЛОГІЧНИЙ ЗМІСТ І МОЖЛИВОСТІ КОРЕКЦІЇ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПОЛІТИЧНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ, ЩО НАЛЕЖИТЬ ДО СУБКУЛЬТУРИ БІДНОСТІ – Наукові студії із соціальної та політичної психології. Вип. 32 (35) – 2013р., 62-70с.
29. Гузьман О. А., Саппа Г. М. М., ПСИХОЛОГІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ. Політична система України за умов глобальних викликів і локальних проблем : зб. матеріалів XXXIV Харків. політол. читань (м. Харків, 21 квітня 2021 р.). – Харків : Право, 2021. – 73-76 с.
30. André Blais, Rafael Hortalá-Vallve. Conformity and Individuals' Response to Information About Aggregate Turnout – Political Behavior (2021) 43:1395–1409 <https://doi.org/10.1007/s11109-020-09595-5>
31. Mike Farjam, Karl Loxbo. Social conformity or attitude persistence? Thebandwagon effect and the spiral of silence in apolarized context – JOURNAL

OF ELECTIONS, PUBLIC OPINION AND PARTIES 2024, VOL. 34, NO. 3, 531–551 <https://doi.org/10.1080/17457289.2023.2189730>

32. Smith KB (2022) Politics is making us sick: The negative impact of political engagement on public health during the Trump administration. PLoS ONE 17(1): e0262022. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0262022>

33. Ясточкіна І. ОСОБИСТІСНА ТРИВОЖНІСТЬ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНА ПРОБЛЕМА – Вісник Львівського університету. Серія психологічні науки. 2020. Випуск 6. С. 165–170 Режим доступу: DOI <https://doi.org/10.30970/2522-1876-2020-6-24>

34. Іванова Тетяна. Соціальна тривога та соціальні практики. – ISSN 2336-5439 EUROPEAN POLITICAL AND LAW DISCOURSE – Volume 4 Issue 2 2017, pp. 187-194

35. Jonathan McDonald Ladd, Gabriel S. Lenz. Does Anxiety Improve Voters' Decision Making? – Political Psychology, Vol. 32, No. 2 (April 2011), pp. 347-361 (15 pages) <https://www.jstor.org/stable/41262900>

36. Philipp Leimgruber. Values and Votes: The Indirect Effect of Personal Values on Voting Behavior – Swiss Political Science Review 17(2): 107–127, 2011, pp. 108-127 <https://doi.org/10.1111/j.1662-6370.2011.02009.x>

37. Noncharuk-Cholach , Т., Нурьк М. і Ковтун , І. 2024. Електоральна поведінка як особливий «зріз» політичної поведінки. Політичне життя. (Груд 2024), 71-77 pp. DOI: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2024.4.9>.

38. Jochen Rehmert. Party membership, pre-parliamentary socialization and party cohesion – Party Politics, Vol. 28, Issue 6 – 2021, 13 pp. <https://doi.org/10.1177/13540688211039088>

39. Лукашевич М.П., Шандор Ф.Ф., Червона Л.М. Людина. Адаптація. Соціалізація (соціологічний контекст): Підручник. Ужгород: «АУТДОР-ШАРК», 2023. 208 с.

40. Москаленко В.В. Соціальна психологія. Підручник. Видання 2ге, виправлене та доповнене – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 688 с.
41. Kelman, H. C. (1961). Processes of opinion change. *Public Opinion Quarterly*, 25(1), 57–78. <https://doi.org/10.1086/266996>
42. Бекешкіна І. Ставлення населення до виборів як демократичного інституту. Соціальні виміри суспільства. 2010. Вип. 2. С. 187-197. URL: <http://jnas.nbuiv.gov.ua/article/UJRN-0000347852>
43. Чириця Ірина Дмитрівна. Студентські наукові записки. Серія “Політичні науки”. Матеріали конференції: “Перспективи та загрози демократії у постпомаранчевий період в Україні”. – Острого: Видавництво Національного університету “Острозька академія”, 2010. – Вип. 4. – 150 с. – С.132-141.
44. Абсентеїзм як тип електоральної поведінки / М.А. Бучин // Збірник наукових праць "Політологічні студії". — 2011. — Вип. 2. — С. 174-182. — Бібліогр.: 10 назв. — укр. Режим доступу: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/handle/123456789/38811>
45. Стасюк О. Й. Особливості електоральної поведінки населення Української РСР повоєнного періоду / О. Й. Стасюк // Інноваційні дослідження та перспективи розвитку науки і техніки у ХХІ столітті : зб. тез доп. учасників Міжнар. наук.-практ. конф. до 30-річчя Приват. вищ. навч. закл. «Міжнар. економ.-гуманітар. ун-т ім. акад. Степана Дем'янчука» (м. Рівне, 19 жовт. 2023 р.). - Рівне : ВПНЗ "МЕГУ", 2023. - Ч 2. - С. 82-85.
46. Balakireva O. M., Dmytruk D. A. Electoral sentiments and behavior of voters as a manifestation of political subjectivity – *Ukr. socium*, 2019, 3(70): 107-135, Режим доступу: <https://doi.org/10.15407/socium2019.03.107>
47. Сакало О. Є. Сьома хвиля світового дослідження цінностей (World Values Survey): історія, методологія та методика / О. Є. Сакало // Актуальні проблеми філософії та соціології : Науково-практичний журнал / Голов. ред. С. Г.

Секундант, відпов. ред. Д. В. Яковлев ; Міністерство освіти і науки України ; Національний університет "Одеська юридична академія". - Одеса, 2021. - Вип. 31. - С. 69-73. DOI <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i31.1005>

48. Haerpfer, C., Inglehart, R., Moreno, A., Welzel, C., Kizilova, K., Diez-Medrano J., M. Lagos, P. Norris, E. Ponarin & B. Puranen (eds.). 2022. World Values Survey: Round Seven - Country-Pooled Datafile Version 5.0. Madrid, Spain & Vienna, Austria: JD Systems Institute & WVSA Secretariat. [doi:10.14281/18241.20](https://doi.org/10.14281/18241.20)

49 Н.Д. Володарська: ПОЧУТТЯ БЛАГОПОЛУЧЧЯ У КОНТЕКСТІ ПСИХОЛОГІЇ ЦІННОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ – Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Том VI: Психологія обдарованості. – Випуск 15. – Київ-Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2019. – 459 с

50. Jadaszewski, Stefan (2018) "Milton Rokeach's Experimental Modification of Values: Navigating Relevance, Ethics and Politics in Social Psychological Research," *Psychology from the Margins: Vol. 1, Article 2.*

Available at <https://ideaexchange.uakron.edu/psychologyfromthemargins/vol1/iss1/2>

51. Rokeach, Milton. (1971). Long-Range Experimental Modification of Values, Attitudes, and Behavior. *American Psychologist*. 26. 453-459. 10.1037/h0031450.

52. Психологія особистості: тексти і методики: навчальний посібник /уклад. Л. К. Велитченко, О. М. Цільмак. – Одеса: Букаєв Вадим Вікторович, 2008. – 212с.

53. Соловйова Л. І: ТЕРМІНАЛЬНІ ТА ІНСТРУМЕНТАЛЬНІ ЦІННОСТІ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ – Актуальні проблеми психології, том 4, випуск 16 – 2020р., 162-178с. Режим доступу: <http://www.apppsychology.org.ua/data/jrn/v4/i16/14.pdf>

54. Нагорняк К. М.: УТОЧНЕНА ТЕОРІЯ БАЗОВИХ ЦІННОСТЕЙ Ш. ШВАРЦА: ПОПЕРЕДНІ РЕЗУЛЬТАТИ АДАПТАЦІЇ МЕТОДИКИ PVQ-57 В УКРАЇНІ – НАУКОВІ ЗАПИСКИ НаУКМА. Том 196. Соціологічні науки, – 2017, 24-31с.
55. Schwartz S. An overview of the Schwartz Theory of Basic Values [Electronic resource] / S. Schwartz // Online readings in Psychology and Culture. – 2012. – Vol. 2 (1). – Mode of access: <http://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol2/iss1/11>. – Title from the screen.
56. Терещенко Н. В. Мотиваційні цінності та мотиваційна культура як регулятори поведінки в глобалізованому світі / Терещенко Наталія Володимирівна // Національні культури у глобалізованому світі : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 6–7 квіт 2017 р. / М-во освіти і науки України, М-во культури України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв [та ін.] ; [редкол.: Кириленко К. М. (голова) та ін.].– Київ : КНУКіМ, 2017. – С. 341–344.
57. Reynolds, W. M. (1982). Development of reliable and valid short forms of the Marlowe-Crowne Social Desirability Scale. *Journal of Clinical Psychology*, 38(1), 119–125. [https://doi.org/10.1002/1097-4679\(198201\)38:1<119::AID-JCLP2270380118>3.0.CO;2-I](https://doi.org/10.1002/1097-4679(198201)38:1<119::AID-JCLP2270380118>3.0.CO;2-I)
58. Strahan, R., & Gerbasi, K. C. (1972). Short, homogeneous versions of the Marlowe-Crowne Social Desirability Scale. *Journal of Clinical Psychology*, 28(2), 191–193. [https://doi.org/10.1002/1097-4679\(197204\)28:2<191::AID-JCLP2270280220>3.0.CO;2-G](https://doi.org/10.1002/1097-4679(197204)28:2<191::AID-JCLP2270280220>3.0.CO;2-G)
59. Maryon F. King, Gordon C. Bruner. Social Desirability Bias: A Neglected Aspect of Validity Testing – *Psychology & Marketing* 17(2):79 – 103, – 2000, DOI: [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1520-6793\(200002\)17:2<79::AID-MAR2>3.0.CO;2-0](https://doi.org/10.1002/(SICI)1520-6793(200002)17:2<79::AID-MAR2>3.0.CO;2-0)

60. Singh, Neha. (2021). Need for Conformity: Scale Development and Validation. *Journal of Management Research*. 21. 65-75p.
61. Прикладна психодіагностика в Національній гвардії України: метод. посіб. / Колесніченко О. С. та ін.; за заг. ред. проф. І. І. Приходька. Харків : НАНГУ, 2020. 388 с.
62. Психологу для роботи. Діагностичні методики [Текст] : [збірник] / [уклад.: Лемак М. В.,Петрище В. Ю.]. - Вид. 2-ге, випр. - Ужгород : Вид-во Олександрри Гаркуші, 2012. - 615 с.
63. Rose, A. J., Carlson, W., Luebbe, A. M., Schwartz-Mette, R. A., Smith, R. R., & Swenson, L. P. (2011). Predicting Difficulties in Youth's Friendships: Are Anxiety Symptoms as Damaging as Depressive Symptoms? *Merrill-Palmer Quarterly*, 57(3), 244–262. <http://www.jstor.org/stable/23098046>
64. Формування навичок ефективної політичної участі молоді: технології психологічного супроводу: монографія / за наук. Ред. Л. О. Кияшко; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – К.:Міленіум, 2014. – 314с.
65. Опанасюк, В. В. Подолання кризи демократії шляхом громадянської освіти в університеті / В. В. Опанасюк // Регіональні студії / редкол.: М. М. Палінчак (голов. ред.), І. М. Вегеш, Є. І. Гайданка та ін. – Ужгород : Видавничий дім "Гельветика", – 2022. – Вип. 29. – С. 72–77. – Бібліогр.: с. 77 (13 назв); рез. укр., англ. URL <http://regionalstudies.uzhnu.uz.ua/archive/29/11.pdf>
66. Субашкевич І. Р. Формування ціннісно-сміслової сфери студентів педагогічних спеціальностей засобами медіапсихологічних технологій [практ. посіб.] / Ірина Романівна Субашкевич. – Львів : Растр-7, 2016. – 60 с.
67. Остапенко І.В. Особливості візуалізації уявлень студентської молоді про владно-підвладну взаємодію – Проблеми політичної психології : зб. наук. праць / Асоціація політичних психологів України, Інститут соціальної та

політичної психології НАПН України ; [редакційна колегія: Л. А. Найдьонова, Л. Г. Чорна, І. Г. Батраченко та ін.]. – К. : Міленіум, 2014. – Вип. 1 (15). – 368-375 с.

68. Дмитрова Т.В. Психологічні особливості політичної соціалізації українського студентства – Проблеми політичної психології : зб. наук. праць / Асоціація політичних психологів України, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України ; [редакційна колегія: Л. А. Найдьонова, Л. Г. Чорна, І. Г. Батраченко та ін.]. – К. : Міленіум, 2014. – Вип. 1 (15). – 351-359 с.

69. Зливков В.Л., Лукомська С.О. Теорія та практика психологічних тренінгів. К.- Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2019. 209 с

ДОДАТКИ

Додаток А

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ

Привіт!

Мене звати Юлія і зараз я працюю над магістерською кваліфікаційною роботою на тему "Соціально-психологічні особливості електоральної поведінки молоді". Це важлива тема, оскільки це про те, які внутрішні процеси впливають на ставлення людей до себе як виборців, як люди приймають рішення голосувати або утриматися від голосування і що саме їх до цього спонукає. Розуміння цих процесів допоможе нам усім сформувати таку політичну культуру, яка буде дійсно відображати цінності і потреби громадян.

І мені потрібна саме ваша допомога!

Перед вами зараз знаходиться опитувальник, який складається з 5 частин.

1. Збір загальної інформації, такі як вік, стать, рівень освіти, тощо.
2. Опитувальник ставлення і попереднього досвіду участі в електоральних процесах (вибори).
3. Опитувальник схильності до конформної поведінки
4. Опитувальник ціннісної сфери (за М. Рокичем)
5. Опитувальник "Шкала самооцінки особистісної тривожності"

Дуже прошу ставитися до опитувальника серйозно і намагатися відповідати на питання якнайчесніше. Як у будь-якому психологічному дослідженні тут немає правильних чи не правильних відповідей. Крім того, уся інформація, що зібрана буде використовуватися виключно в межах дослідження і опублікована в узагальненому вигляді і з нього ні у якій спосіб не можна буде дістати відомості про особистості респондентів.

* Indicates required question

Інформована згода на обробку даних

Надсилаючи цю гугл-форму респондент підтверджує, що розуміє, що отримана з опитувальника інформація буде в узагальненому вигляді використана в кваліфікаційній роботі на тему "Соціально-психологічні особливості електоральної поведінки молоді" і добровільно надає її.

1. 1. Вік, повних років *

⌵ Dropdown

Mark only one oval.

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

2. 2. Статьь *

⌵ Dropdown

Mark only one oval.

Жінка

Чоловік

3. 3. Найвищий досягнутий рівень освіти *

⌵ Dropdown

Mark only one oval.

- Базова середня освіта
- Повна середня освіта
- Професійно-технічна освіта
- Молодший бакалавр
- Бакалавр
- Спеціаліст
- Магістр
- Доктор філософії, мистецтва
- Доктор наук

4. 4. Працевлаштованість *

⌵ Dropdown

Mark only one oval.

- Повна зайнятість
- Часткова зайнятість
- Проектна/короткострокова зайнятість
- Не працевлаштований

5. 5. Місце постійного проживання *

⌵ Dropdown

Mark only one oval.

- Село
- Селище
- Місто
- Районний центр
- Обласний центр
- місто Київ

6. 6. Область постійного проживання *

⊖ Dropdown

Mark only one oval.

- АР Крим
- Вінницька
- Волинська
- Дніпропетровська
- Донецька
- Житомирська
- Закарпатська
- Запорізька
- Івано-Франківська
- Київська
- місто Київ
- Кіровоградська
- Луганська
- Львівська
- Миколаївська
- Одеська
- Полтавська
- Рівненська
- Сумська
- Тернопільська
- Харківська
- Херсонська
- Хмельницька
- Черкаська
- Чернівецька
- Чернігівська

7. 7. Рівень задоволення особистими доходами і доходами найближчої сім'ї за останній рік *

Mark only one oval.

- Рівню доходів було достатньо для комфортного життя і створення заощаджень
- Рівню доходів було достатньо для комфортного життя, але заощаджень не робили
- Рівню доходів не було достатньо для комфортного життя
- Постійно відмовляли собі в найнеобхіднішому, крім харчування
- Не вдавалося забезпечити навіть достатнє харчування

Опитувальник ставлення і попереднього досвіду участі в електоральних процесах

Оцініть наступні твердження за шкалою від 1 до 4, де 1 - абсолютна не згода, а 4 - абсолютна згода з твердженням.

8. 1. Я вважаю, що пересічний громадянин може вплинути на ухвалення певних державних рішень шляхом виборів президента *

Mark only one oval.

- 1 2 3 4
-
- або абсолютно так

9. 2. Я вважаю, що пересічний громадянин може вплинути на ухвалення певних державних рішень шляхом виборів верховної ради *

Mark only one oval.

1 2 3 4

або абсолютно так

10. 3. Я вважаю, що пересічний громадянин може вплинути на ухвалення певних державних рішень шляхом місцевих виборів *

Mark only one oval.

1 2 3 4

або абсолютно так

11. 4. Я вважаю, що пересічний громадянин може вплинути на ухвалення певних державних рішень шляхом участі в громадських обговореннях *

Mark only one oval.

1 2 3 4

або абсолютно так

12. 5. Я вважаю, що пересічний громадянин може вплинути на ухвалення певних державних рішень шляхом звернень до депутатів *

Mark only one oval.

1 2 3 4

абсолютно ні абсолютно так

13. 6. Я вважаю, що пересічний громадянин може вплинути на ухвалення певних державних рішень шляхом збору підписів, підписання петицій. *

Mark only one oval.

1 2 3 4

абсолютно ні абсолютно так

14. 7. Я вважаю, що пересічний громадянин ніяк не може вплинути на ухвалення владою державних рішень *

Mark only one oval.

1 2 3 4

абсолютно ні абсолютно так

15. 8. У мене є досвід голосування (місцеві, президентські вибори, референдуми, обрання представників в неурядових організаціях і підприємствах, громадських організаціях, участь в прийнятті колективних рішень шляхом голосування на різних рівнях, тощо) *

Mark only one oval.

Так

Ні *Skip to question 21*

Опитувальник ставлення і попереднього досвіду участі в електоральних процесах

Оцініть наступні твердження за шкалою від 1 до 4, де 1 - абсолютна не згода, а 4 - абсолютна згода з твердженням

16. 1. Я брав/ла участь у виборах, бо це є обов'язком громадянина *

Mark only one oval.

1 2 3 4

абс абсолютно так

17. 2. Я брав/ла участь у виборах, бо це моя звичка *

Mark only one oval.

1 2 3 4

абс абсолютно так

18. 3. Я брав/ла участь у виборах, бо серед партій, блоків, кандидатів, є такі, які мені подобаються *

Mark only one oval.

1 2 3 4

абсолютно так абсолютно так

19. 4. Я брав/ла участь у виборах, бо не хочу щоб моїм голосом скористалися *

Mark only one oval.

1 2 3 4

абсолютно так абсолютно так

20. 5. Я брав/ла участь у виборах, бо відчуваю азарт, мені цікаво хто переможе. *

Mark only one oval.

1 2 3 4

абсолютно так абсолютно так

Skip to question 24

Опитувальник ставлення і попереднього досвіду участі в електоральних процесах

Оцініть наступні твердження за шкалою від 1 до 4, де 1 - абсолютна не згода, а 4 - абсолютна згода з твердженням

21. 1. Я думаю, що варто брати участь у виборах бо це є обов'язком громадянина *

Mark only one oval.

1 2 3 4

абс абсолютно так

22. 2. Я думаю, що варто брати участь у виборах щоб підтримати партії, блоки, кандидатів, проекти і пропозиції, які подобаються *

Mark only one oval.

1 2 3 4

абс абсолютно так

23. 3. Я думаю, що участь у виборах викликає почуття азарту. *

Mark only one oval.

1 2 3 4

абс абсолютно так

Опитувальник ставлення і попереднього досвіду участі в електоральних процесах

Оцініть наступні твердження за шкалою від 1 до 4, де 1 - абсолютна не згода, а 4 - абсолютна згода з твердженням

24. 1. Я не планую в майбутньому брати участь у виборах. *

Mark only one oval.

1 2 3 4

абс абсолютно так

25. 2. Я не бачу сенсу в участі в виборах оскільки не вірю, що вони пройнуть без порушень. *

Mark only one oval.

1 2 3 4

абс абсолютно так

26. 3. Я буду брати участь у виборах, якщо матиму впевненість, що вони пройнуть прозоро. *

Mark only one oval.

1 2 3 4

абс абсолютно так

27. 4. Я буду брати участь у виборах, якщо мені сподобається передвиборча програма кандидата, петиційна пропозиція, тощо. *

Mark only one oval.

1 2 3 4

абс абсолютно так

Опитувальник схильності до конформної поведінки

Оцініть наступні твердження за шкалою від 1 до 6, де 1 – абсолютна не згода, а 6 – абсолютна згода з твердженням

28. 1. Я усвідомлено вдягаюся схоже з моїми друзями і колегами. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

абс абсолютно так

29. 2. Я намагаюся звертати увагу на реакцію інших на мої нові речі щоб уникнути відчуття, що я не в своїй тарілці. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

абс абсолютно так

30. 3. Я часто помічаю, що мої звички схожі на звички моїх друзів, колег. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6

абс абсолютно так

31. 4. Я завжди приймаю рішення самостійно і мене не лякає, що оточуючі можуть якось засудити мій вибір *

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	6	
абс	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	абсолютно так

32. 5. Коли я обираю товари, мені не важливо чи володіння ними допоможе мені вписатися в колектив, групу. *

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	6	
абс	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	абсолютно так

33. 6. Я часто слідкую за тим, як змінюється стиль моїх друзів, колег в одязі і стараюся не відставати від їх змін. *

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	6	
абс	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	абсолютно так

Опитувальник ціннісної сфери (за М. Рокичем)

Перегляньте наступний перелік цінностей, а тоді проранжуйте їх за ступенем важливості для вас, і оберіть три найбільш пріоритетні де 1 - найбільша цінність, 3 - цінна, але найменш з трьох

Перелік цінностей

1. **Матеріально забезпечене життя** (відсутність матеріальних утруднень);
2. **Рівність** (рівні можливості, права, відсутність упередженого ставлення до різних людей);
3. **Активне діяльне життя** (повнота і емоційна насиченість життя);
4. **Сім'я** (турбота про рідних, захист їх інтересів);
5. **Свобода** (самостійність, незалежність в думках і вчинках);
6. **Щастя**
7. **Внутрішня гармонія** (упевненість в собі, свобода від внутрішніх суперечностей, сумнівів).
8. **Любов** (духовна і фізична близькість з улюбленою людиною);
9. **Національна безпека**;
10. **Суспільне визнання** (пошана оточуючих, колективу, товаришів по роботі);
11. **Справжня дружба**;
12. **Мудрість** (зрілість думок і здоровий глузд, що досягаються життєвим досвідом);
13. **Всесвітній мир** (відсутність воєн, глобальних конфліктів);
14. **Краса природи і мистецтва** (переживання прекрасного в природі і в мистецтві);
15. **Насолода** (приємне, необтяжливе проведення часу, розваги, задоволення, відсутність обов'язків);
16. **Спасіння** (духовне вдосконалення, розвиток);
17. **Самоповага**;
18. **Успіх** (відчуття наявності значимих досягнень);

34. Перший пріоритет *

 Dropdown

Mark only one oval.

- Матеріальне забезпечення життя
- Рівність
- Активне діяльне життя
- Сім'я
- Свобода
- Щастя
- Внутрішня гармонія
- Любов
- Національна безпека
- Суспільне визнання
- Справжня дружба
- Мудрість
- Всесвітній мир
- Краса природи і мистецтва
- Насолода
- Спасіння
- Самоповага
- Успіх

35. Другий пріоритет *

 Dropdown

Mark only one oval.

- Матеріальне забезпечення життя
- Рівність
- Активне діяльне життя
- Сім'я
- Свобода
- Щастя
- Внутрішня гармонія
- Любов
- Національна безпека
- Суспільне визнання
- Справжня дружба
- Мудрість
- Всесвітній мир
- Краса природи і мистецтва
- Насолода
- Спасіння
- Самоповага
- Успіх

36. Третій пріоритет *

⌵ Dropdown

Mark only one oval.

- Матеріальне забезпечення життя
- Рівність
- Активне діяльне життя
- Сім'я
- Свобода
- Щастя
- Внутрішня гармонія
- Любов
- Національна безпека
- Суспільне визнання
- Справжня дружба
- Мудрість
- Всесвітній мир
- Краса природи і мистецтва
- Насолода
- Спасіння
- Самоповага
- Успіх

37. За бажанням, прокоментуйте і поясніть свій вибір

Опитувальник "Шкала самооцінки особистісної тривожності"

Прочитайте уважно кожне з наступних нижче тверджень і оцініть їх від 1 до 4 (1 - абсолютно не погоджуюся з твердженням, 4 - цілком погоджуюся) залежно від того, як ви себе почуваєте зазвичай. Старайтеся відповідати швидко, не задумуючись.

38. 1. Я відчуваю задоволення *

Mark only one oval.

1 2 3 4

Ні, Цілком правильно

39. 2. Я зазвичай швидко втомлююся *

Mark only one oval.

1 2 3 4

Ні, Цілком правильно

40. 3. Я легко можу заплакати *

Mark only one oval.

1 2 3 4

Ні, Цілком правильно

41. 4. Я хотів би бути таким же щасливим, як і інші *

Mark only one oval.

1 2 3 4

Ні, Цілком правильно

42. 5. Я програю від того, що недостатньо швидко приймаю рішення *

Mark only one oval.

1 2 3 4

Ні, Цілком правильно

43. 6. Зазвичай я відчуваю себе бадьорим *

Mark only one oval.

1 2 3 4

Ні, Цілком правильно

44. 7. Я спокійний, витриманий і зібраний *

Mark only one oval.

1 2 3 4

Ні, Цілком правильно

45. 8. Очікувані труднощі зазвичай дуже тривожать мене *

Mark only one oval.

1 2 3 4

Ні, Цілком правильно

46. 9. Я занадто переживаю через дрібниці *

Mark only one oval.

1 2 3 4

Ні, Цілком правильно

47. 10. Я цілком щасливий *

Mark only one oval.

1 2 3 4

Ні, Цілком правильно

48. 11. Я приймаю все надто близько до серця *

Mark only one oval.

1 2 3 4

Ні, Цілком правильно

49. 12. Мені бракує впевненості в собі *

Mark only one oval.

1 2 3 4

Ні, Цілком правильно

Додаток Б

Anova: Single Factor

SUMMARY		Перший пріоритет			
Groups	Count	Sum	Average	Variance	
Активне діяльне життя	3	221.4285714	73.80952381	284.8639456	
Внутрішня гармонія	5	239.2857143	47.85714286	590.5612245	
Всесвітній мир	2	64.28571429	32.14285714	408.1632653	
Краса природи і мистецтв	1	82.14285714	82.14285714	#NUM!	
Любов	9	489.2857143	54.36507937	595.5924036	
Матеріальне забезпеченн	12	782.1428571	65.17857143	459.4735622	
Мудрість	4	207.1428571	51.78571429	191.3265306	
Національна безпека	2	142.8571429	71.42857143	408.1632653	
Самоповага	1	78.57142857	78.57142857	#NUM!	
Свобода	31	2182.142857	70.39170507	245.9128813	
Сім'я	27	1432.142857	53.04232804	443.1943718	
Спасіння	1	57.14285714	57.14285714	#NUM!	
Справжня дружба	2	114.2857143	57.14285714	25.51020408	
Успіх	2	107.1428571	53.57142857	102.0408163	
Щастя	13	785.7142857	60.43956044	232.6988488	

ANOVA						
Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	9535.733431	14	681.1238165	1.894030657	0.0357096322	1.791909158
Within Groups	35961.60463	100	359.6160463			
Total	45497.33807	114				

Anova: Single Factor

SUMMARY		Другий пріоритет			
Groups	Count	Sum	Average	Variance	
Активне діяльне життя	7	514.2857143	73.46938776	101.4334305	
Внутрішня гармонія	7	360.7142857	51.53061224	773.202138	
Всесвітній мир	2	128.5714286	64.28571429	102.0408163	
Любов	7	342.8571429	48.97959184	147.5947522	
Матеріальне забезпеченн	21	1182.142857	56.29251701	385.0826045	
Мудрість	2	121.4285714	60.71428571	408.1632653	
Насолода	1	67.85714286	67.85714286	#NUM!	
Національна безпека	4	221.4285714	55.35714286	556.9727891	
Рівність	4	257.1428571	64.28571429	739.7959184	
Самоповага	2	121.4285714	60.71428571	1250	
Свобода	13	692.8571429	53.2967033	891.7124542	
Сім'я	18	1250	69.44444444	112.8784847	
Спасіння	1	60.71428571	60.71428571	#NUM!	
Справжня дружба	5	257.1428571	51.42857143	48.46938776	
Суспільне визнання	2	107.1428571	53.57142857	229.5918367	
Успіх	4	285.7142857	71.42857143	85.03401361	
Щастя	6	296.4285714	49.4047619	415.3911565	

ANOVA						
Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	6927.204796	16	432.9502997	1.105334569	0.3626324789	1.758436078
Within Groups	34860.55512	89	391.6916306			
Total	41787.75992	105				

Anova: Single Factor

SUMMARY		Третій пріоритет			
Groups	Count	Sum	Average	Variance	
Активне діяльне життя	6	414.2857143	69.04761905	161.5646259	
Внутрішня гармонія	6	339.2857143	56.54761905	568.452381	
Всесвітній мир	2	121.4285714	60.71428571	408.1632653	
Краса природи і мистецтв	1	60.71428571	60.71428571	#NUM!	
Любов	9	628.5714286	69.84126984	134.2828798	
Матеріальне забезпеченн	21	1314.285714	62.58503401	346.4528669	
Мудрість	1	71.42857143	71.42857143	#NUM!	
Насолода	4	235.7142857	58.92857143	378.4013605	
Національна безпека	2	114.2857143	57.14285714	408.1632653	
Рівність	5	164.2857143	32.85714286	448.9795918	
Самоповага	3	185.7142857	61.9047619	642.0068027	
Свобода	6	278.5714286	46.42857143	290.8163265	
Сім'я	12	689.2857143	57.44047619	499.6714595	
Справжня дружба	10	635.7142857	63.57142857	461.4512472	
Суспільне визнання	1	42.85714286	42.85714286	#NUM!	
Успіх	8	482.1428571	60.26785714	198.3873907	
Щастя	9	489.2857143	54.36507937	672.1230159	

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	7233.667147	16	452.1041967	1.164472	0.3119985823	1.758436078
Within Groups	34554.09277	89	388.2482333			
Total	41787.75992	105				

Додаток В

№	Ставлення до виборів від 0 до 100		Ставлення до майбутніх виборів від 0 до 100		Конформізм від 0 до 100		Результат від 0 до 100		
	R1		R2		R3		R4		
1	82.143		10	87.5	25	47.222	15	52.083	44
2	64.286		48	75	50	22.222	73	62.500	22
3	71.429		27	75	47	27.778	55	60.417	26
4	57.143		60	68.75	63	47.222	17	47.917	66
5	67.857		35	87.5	28	25.000	63	41.667	84
6	57.143		61	62.5	74	13.889	91	31.250	102
7	53.571		68	68.75	66	13.889	90	66.667	10
8	67.857		36	81.25	36	47.222	16	50.000	60
9	60.714		51	56.25	83	13.889	92	37.500	95
10	82.143		11	75	44	25.000	64	31.250	100
11	32.143		94	25	105	44.444	24	43.750	76
12	89.286		4	100	1	36.111	32	64.583	13
13	67.857		37	100	5	33.333	43	52.083	52
14	53.571		69	93.75	19	36.111	34	52.083	48
15	78.571		15	93.75	12	27.778	52	29.167	104
16	85.714		7	100	2	44.444	19	52.083	46
17	82.143		12	81.25	33	33.333	45	52.083	53
18	89.286		5	68.75	59	22.222	75	45.833	71
19	17.857		102	75	58	41.667	27	52.083	47
20	71.429		28	87.5	27	16.667	82	62.500	24
21	75.000		20	50	90	27.778	59	29.167	105
22	67.857		38	87.5	29	11.111	93	52.083	58
23	60.714		52	75	51	36.111	39	54.167	38
24	78.571		16	62.5	72	11.111	94	79.167	2
25	57.143		62	100	7	16.667	81	62.500	23
26	71.429		29	75	48	36.111	38	62.500	19
27	53.571		70	100	9	47.222	13	47.917	65
28	60.714		53	6.25	106	22.222	78	29.167	106
29	42.857		83	75	55	33.333	46	39.583	87
30	75.000		21	68.75	60	63.889	4	56.250	34
31	28.571		96	93.75	23	50.000	11	85.417	1
32	60.714		54	56.25	84	38.889	31	39.583	86
33	82.143		13	93.75	11	47.222	14	66.667	8
34	42.857		84	93.75	21	22.222	71	50.000	63
35	67.857		39	68.75	61	27.778	56	56.250	35
36	32.143		95	68.75	70	44.444	21	41.667	82
37	57.143		63	100	8	41.667	26	68.750	6
38	67.857		40	93.75	17	13.889	88	41.667	85
39	3.571		105	43.75	98	5.556	103	54.167	41
40	25.000		99	87.5	31	16.667	83	62.500	25
41	0.000		106	43.75	99	8.333	100	45.833	74
42	17.857		103	50	96	11.111	95	60.417	29
43	57.143		64	68.75	64	22.222	76	45.833	72
44	92.857		1	87.5	24	25.000	62	64.583	14
45	60.714		55	75	52	22.222	74	52.083	56
46	92.857		2	93.75	10	22.222	70	54.167	39
47	60.714		56	93.75	18	63.889	3	72.917	4
48	35.714		91	56.25	86	61.111	6	52.083	42
49	46.429		77	25	103	30.556	51	72.917	5
50	46.429		78	56.25	85	27.778	57	62.500	21
51	67.857		41	37.5	100	47.222	18	52.083	45
52	46.429		79	43.75	97	63.889	5	58.333	30
53	28.571		97	68.75	71	16.667	86	43.750	80
54	57.143		65	68.75	85	19.444	79	37.500	94
55	35.714		92	93.75	22	13.889	89	52.083	57
56	28.571		98	75	57	5.556	101	45.833	75
57	25.000		100	50	95	2.778	106	58.333	33
58	75.000		22	93.75	14	36.111	33	54.167	37
59	14.286		104	81.25	42	8.333	98	37.500	96
60	75.000		23	50	91	5.556	102	66.667	11
61	42.857		85	75	56	16.667	85	58.333	32
62	46.429		80	50	94	22.222	77	54.167	40
63	75.000		24	100	4	83.333	1	45.833	69
64	64.286		49	25	101	55.556	8	58.333	31
65	42.857		86	62.5	79	50.000	12	47.917	64

66	53.571	71	25	102	27.778	81	60.417	28
67	60.714	57	68.75	62	52.778	10	52.083	43
68	46.429	81	62.5	78	25.000	87	43.750	79
69	67.857	42	50	92	27.778	60	39.583	89
70	71.429	30	93.75	15	27.778	53	39.583	86
71	67.857	43	81.25	37	22.222	72	45.833	70
72	89.286	6	75	43	38.889	30	43.750	78
73	57.143	66	75	53	8.333	99	77.083	3
74	71.429	31	75	49	77.778	2	66.667	7
75	85.714	8	81.25	32	30.556	50	33.333	98
76	82.143	14	87.5	26	38.889	28	35.417	97
77	75.000	25	75	45	55.556	7	62.500	17
78	25.000	101	81.25	41	38.889	29	37.500	92
79	53.571	72	75	54	52.778	9	54.167	36
80	42.857	87	87.5	30	2.778	104	43.750	81
81	53.571	73	68.75	67	25.000	85	66.667	9
82	67.857	44	100	6	44.444	20	50.000	61
83	53.571	74	62.5	76	25.000	66	39.583	90
84	67.857	45	56.25	82	44.444	22	37.500	91
85	35.714	93	25	104	25.000	69	64.583	15
86	92.857	3	50	87	44.444	23	47.917	67
87	78.571	17	93.75	13	33.333	44	62.500	20
88	53.571	75	62.5	77	36.111	42	52.083	51
89	64.286	50	81.25	39	36.111	36	62.500	18
90	78.571	18	50	89	27.778	58	60.417	27
91	60.714	58	81.25	40	8.333	97	47.917	68
92	85.714	9	50	68	33.333	48	41.667	83
93	60.714	59	50	93	19.444	80	31.250	101
94	67.857	46	62.5	73	2.778	105	66.667	12
95	75.000	26	75	46	36.111	37	50.000	62
96	42.857	88	62.5	80	25.000	68	37.500	93
97	71.429	32	93.75	16	30.556	49	31.250	99
98	78.571	19	100	3	41.667	25	43.750	77
99	67.857	47	81.25	38	16.667	84	64.583	16
100	71.429	33	81.25	34	36.111	35	52.083	49
101	42.857	89	68.75	69	33.333	47	52.083	54
102	46.429	82	68.75	68	36.111	40	29.167	103
103	53.571	76	93.75	20	27.778	54	52.083	55
104	71.429	34	81.25	35	8.333	96	52.083	59
105	39.286	90	62.5	81	16.667	87	45.833	73
106	57.143	67	62.5	75	36.111	41	52.083	50
середнє:		середнє:		середнє:		середнє:		
стандартне відхилення		59.131	71.757	30.687	51.415			
медіана		60.714	75	27.778	52.083			
стандартне відхилення		15.779	15.931	12.93164827	9.313			
медіана		60.714	75	27.778	52.083			
Головність до виборів		Сила впливу до конформної поведінки		Рівень особистості/тривожності				
r		i		p-value				
вибори/майбутні вибори	0.3901604055	4.321352322	0.000035586707					
вибори/конформизм	0.2429050054	2.553635916	0.01211065818					
вибори/тривожність	0.03258180719	0.3324470467	0.7402208649					
майбутні вибори/конформизм	0.1932600128	2.008836998	0.04714555871					
майбутні вибори/тривожність	0.0090929239	0.7124635185	0.4777731785					