

ԳԱՅԱՆԵ ՀԱՐՈՒԹՅՈՒՆՅԱՆ

ՀՀ պետական կառավարման ակադեմիա,
հոգեբանական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ

ԼԻԴԵՐԻ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ԸՆՏՐՈՒԹՅԱՆ ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ ԴՐՍԵՎՈՐՈՒՄՆԵՐԸ

Հոգվածում ներկայացված են սոցիալ-հոգեբանական և անհատ-հոգեբանական հայեցակարգային մոտեցումների հիման վրա իրականացրած ընտրազանգվածի վարքի ուսումնասիրությունները: Քննարկված են լիդերի հետ նույնականացման և ընտրական վարքագծի միջև փոխհարաբերակցության առանձնահատկությունները:

Հանգուցային բառեր և արտահայտություններ. քաղաքական լիդեր, նույնականացում, ընտրազանգվածի հոգեբանություն, հոգեբանական ընտրություն:

Քաղաքական գործունեության մեջ հոգեբանության դերի գնահատման վերաբերյալ ընդհանուր առմամբ առանձնացվում է երեք հիմնական մոտեցում՝ մինիմալիստական, մաքսիմալիստական և փոխզիջումային: Մինիմալիստական դիրքորոշումն անտեսում է հոգեբանական գործոնը քաղաքականության մեջ: Մաքսիմալիստները հակառակ ծայրահեղությամբ գերազնահատում են հոգեբանության ազդեցության հնարավորությունները: Այդ դիրքորոշման ժամանակակից ջատագով հրեական ծագումով ամերիկացի պրոֆեսոր Ա.Էթցիոնին գտնում է, որ եթե քաղաքականությունը իրականացվում է մարդկանց կողմից, ապա քաղաքականության ուսումնասիրման և դրա վրա ազդեցության գործում հոգեբանության հնարավորությունները գրեթե անսահման են [5, 6]: Իսկ հոգեդրամայի հիմնադիր Ջ.Մորենոյի կարծիքով՝ որոշակի ժամանակից հետո ԱՄՆ-ի Սպիտակ տան ղեկավար

պետք է դառնա հոգեբանը կամ բժիշկը, ով լավ է ճանաչում մարդու հոգեբանությունը [4, էջ 30]: Երրորդ՝ այսօր ամենատարածված մոտեցումը փոխզիջումային, սինթետիկ բնույթ է կրում, որի կողմնակիցները գտնում են, որ հոգեբանությունը քաղաքականության վրա ազդող բազմաթիվ գործոններից մեկն է: Երբեմն հոգեբանական գործոնը առաջին պլան է մղվում, հատկապես ճգնաժամային իրավիճակներում:

Կարծում ենք՝ ներկայիս քաղաքական գործընթացների վրա հոգեբանական գործոնը առավել ցայտուն է դրսևորվում քաղաքական լիդերների և նրանց հետևորդների կամ ընտրազանգվածի հոգեբանական առանձնահատկություններով պայմանավորված:

Ժամանակակից արևմտյան ուսումնասիրությունների ամփոփման արդյունքում ուրվագծվում են ընտրազանգվածի վարքի պատճառաբանության մի քանի հայեցակարգային մոտեցումներ՝ իրավիճակային, սոցի-

ողոգիական, ռացիոնալ-գործիքային, մանիպուլյատիվ, սոցիալ-հոգեբանական և անհատ-հոգեբանական [3, 1, էջ 282- 301]: Այս տեսություններից վերջին երեքը քաղաքականության մեջ շեշտը դնում է մարդկային գործոնի առավել ազդեցության վրա: Մանիպուլյատիվ մոտեցումը, որը երբեմն անվանում են հաղորդակցությունների տեսություն, կապված է զանգվածային լրատվամիջոցների հոգեբանական մանիպուլյատիվ ազդեցության հետ: Սոցիալ-հոգեբանական և անհատ-հոգեբանական տեսությունների համաձայն՝ մարդկանց անհատական հոգեբանական, բնածին և ձեռք բերված կայուն անձնային առանձնահատկությունները ազդում են նրանց հասարակական-քաղաքական դիրքորոշումների վրա և քաղաքական վարքագիծը մեծապես որոշվում է մարդու ներքին բաղադրիչների հաճախ անգիտակից շարժառիթներով:

Այս երկու հայեցակարգի համատեքստում էլ իրականացրել ենք քաղաքական լիդերի ընտրության հոգեբանական դրսևորումների ուսումնասիրությունը, քանի որ կարծում ենք, որ վերջին շրջանում ինչպես մեզանում, այնպես էլ արևմուտքում քաղաքական վարքագծի դրսևորման ու կողմնորոշման գործում էական դեր են խաղում մարդկանց անհատական հոգեկան առանձնահատկությունները: Ընտրազանգվածի կողմնորոշման վարքային շարժառիթները ուսումնասիրելու նպատակով կիրառել ենք դեպքի ուսումնասիրության (case study) մեթոդը՝ ներառելով դիտումը, ազատ հարցազրույցները և սոցիոլոգիական փաստերի վերլուծությունը:

Ընտրազանգվածի ուսումնասիրության սոցիալ-հոգեբանական հայեցա-

կարգի կողմնակիցների կարծիքով՝ մարդկանց ընտրական վարքում առաջնահերթ տեղ է զբաղեցնում կուսակցական նույնականացման երևույթը և մեր հետազոտության նպատակն էր՝ բացահայտել վերջինիս ազդեցության առանձնահատկությունները:

Ընդհանուր առմամբ հոգեբանական նույնականացումը դիտվում է որպես գիտակցված կամ ավելի հաճախ չգիտակցված նույնացում այլ անձի, խմբի կամ դերի հետ:

Ընդունված է առանձնացնել նույնականացման երկու ենթակառուցվածք՝ անձնային նույնականացում՝ ֆիզիկական և անձնային որակների սահմաններում, և սոցիալական նույնականացում՝ խմբային պատկանելության որոշման սահմաններում:

Քաղաքական նույնականացման գործընթացը նույնպես ձևավորվում է երկու ուղղություններով:

Այստեղ հիմնականում կարելի է տարբերակել մի կողմից նույնականացում առաջնորդի հետ, մյուս կողմից՝ քաղաքական խմբերի (ազգային, էթնիկ, կուսակցական և այլն):

Քաղաքական նույնականացման հիմքում ընկած են քաղաքական մշակույթի, մտածելակերպի, գիտակցության մակարդակների փոխակերպումները և քաղաքական գործչի կերպարի փոխազդեցությունները:

Նույնականացումը առաջնորդի հետ տեղի է ունենում այն անհատական որակներով, որոնք անձի մոտ բացակայում են, մինչդեռ դրանք նա շատ կարևոր է համարում և ցանկանում է ձեռք բերել: Արդյունքում՝ անգիտակցաբար առաջնորդի որակները վերագրելով

իրեն՝ անձը բավարարում է սեփական «իդեալական ես»-ի պահանջմունքը և բարձրացնում ինքնագնահատականը: Առաջնորդի հետ նույնականացման գործընթացում մարդը վերջիններիս հետաքրքրություններն ու նպատակները ընկալում է որպես սեփականը: Քաղաքական նույնականացումը՝ որպես անձի ինքնորոշում, հանգեցնում է քաղաքական օրինաչափ վարքագծի և կարող է առաջնորդի և կուսակցության համար երկար տարիներ պահպանել կայուն ընտրազանգված:

2012-2013 թվականների նախընտրական ժամանակահատվածում Հայաստանում առաջնորդի հետ նույնականացման և քաղաքական ընտրության փոխազդեցության առանձնահատկությունները բացահայտելու նպատակով կատարել ենք փորձարարական հետազոտություն: Հետազոտության արդյունքում բացահայտվել է հետաքրքիր օրինաչափություն. այն հարցին՝ եթե ընտրությունները լինեին այս շաբաթ, ապա դուք ու՞մ կընտրեիք, առաջնորդի հետ նույնականացման բարձր աստիճան ունեցող բոլոր հետազոտվողները նախապատվությունը միանշանակ տալիս էին այն առաջնորդին, ում հետ նույնականանում էին. այստեղ մենք ունեցանք 100%-անոց ցուցանիշ: Մյուս հետաքրքիր բացահայտումն այն էր, որ հարցվողներից միայն 8.9%-ն էր նույնականացվում ինչպես առաջնորդի, այնպես էլ նրա ղեկավարած կուսակցության հետ: Ինչը փաստում է, որ քաղաքական նույնականացման տեսակներից գերակշռում է անձնային նույնականացումը և անտեսվում՝ խմբայինը: Օրինակ՝ առաջնորդներից մեկի (Գ.Ծառուկյա-

նի), ում հետ նույնականանում էին մեծ թվով հարցվողներ, ղեկավարած կուսակցության նկատմամբ առանձնակի հետաքրքրություն չէր ցուցաբերվում: Նույն միտումը գրանցվեց 2017 թ. Ազգային ժողովի ընտրությունների ուսումնասիրությունների արդյունքում: Չնայած որ խորհրդարանական կառավարման մոդելին անցնելու դեպքում ընտրությունը կատարվում է քաղաքական կուսակցությունների միջև, առաջնորդի և կուսակցությունների հետ նույնականացվողների համահարաբերակցությունը չէր փոխվել: Այս համատեքստում ճիշտ նյարդալեզվաբանական քաղտեխնոլոգիա էր կիրառվել՝ քաղաքական դաշինքին տալով նույնականացվող առաջնորդի անունը (Ծառուկյան դաշինք):

Կարծում ենք՝ ընտրական գործընթացներում քաղաքական, կուսակցական գործոնի ազդեցության նվազում է դիտվում նաև քաղաքական կուսակցությունների ավանդական համակարգ ունեցող երկրներում և առաջին պլան են գալիս հոգեբանական գործոնները: Մեր դիտարկումներով ԱՄՆ-ում նախագահական ընտրություններում Դոնալդ Թրամփի անսպասելի հաղթանակի գործում հիմնականում կարևոր նշանակություն են ունեցել երկու հոգեբանական երևույթներ՝ նույնականացումը և Լաայեթի պարադոքսը: Ենթադրում ենք, որ Դ.Թրամփի մեջ նրա ընտրողները տեսան «successful»՝ հաջողակ տղամարդու արքետիպը, մեծահարուստ գործարարի, ում սիրում են երիտասարդ կանայք և անտեսեցին նրա քաղաքական անփորձությունը, իսկ Հիլարի Բլինթոնը, չնայած որ կայացած քաղաքական

գործիչ էր համարվում, շատերի կողմից կենցաղային հոգեբանության մակարդակով ընկալվեց որպես «loser»՝ անհաջողակ, ով պարտվել էր 2008-ին Օբամային և որին դավաճանել էր ամուսինը, ինչի մասին անընդհատ հիշեցնում էր Թրամփը: Ակնհայտ է՝ քաղաքականությունից հեռու մարդիկ ենթագիտակցորեն ընտրությունը կատարեցին հաջողակ կերպարի հետ հոգեբանական նույնականացման հիմքի վրա, իսկ քաղաքականությամբ կողմնորոշվողները ձայները տվեցին քաղաքական գործիչ Քլինթոնին: Ըստ վիճակագրության՝ Քլինթոնին ավելի շատ նախապատվություն են տվել բարձրագույն համալսարանական կրթություն ունեցողները: Հայաստանում նույնպես նույնականացման հիմքի վրա ընտրություն էին կատարում ավելի ցածր կրթական մակարդակ ունեցեցողները, ինչպես նաև մեծահասակները: Թրամփի հետ նույնականացան նաև բոլոր նրանք, ովքեր ամերիկյան հանրության խիստ բարեպաշտ մտածելակերպի քարոզչության մթնոլորտում ստիպված զսպում են սեփական ատելությունը մարդկային բազմազանության նկատմամբ: Թրամփը բարձրաձայնեց այն, ինչի մասին ամերիկացիների մի ստվար հատված արտահայտվում էր միայն ընտանիքում կամ շատ նեղ ընկերական շրջապատում: Թրամփը բաց թողեց անհանդուրժողականության զսպանակը էմիգրանտների տարբեր ռասայական, էթնիկական, կրոնական խմբերի, ինչպես նաև սեռական փոքրամասնությունների նկատմամբ:

Թրամփի հաղթանակի անսպասելիությունը, կարծում ենք, պայմա-

նավորված է սոցիալական հոգեբանության մեջ հայտնի Լապլերի [7] պարադոքսով, երբ խոսքով արտահայտված դիրքորոշման և մարդու իրական վարքի միջև ակնառու անհամապատասխանություն է նկատվում: Այս երևույթը Ռ.Լապլերը բացահայտեց հետևյալ գիտափորձով. 1930-1933 թվականներին նա ուղեկցում էր ԱՄՆ-ում ճանապարհորդող երիտասարդ ամուսնական մի զույգի՝ ազգությամբ չինացի, թեև այդ ժամանակաշրջանում ռասայական տրամադրությունները տարածված էին ամերիկյան հասարակության մեջ, սակայն նրանք առանց խտրականության հյուրընկալվեցին 67 հյուրանոցներում և 184 սրճարան-ռեստորաններում: Միայն մեկ դեպքում հրաժարվեցին ընդունել նրանց: Գիտափորձի երկրորդ փուլում՝ մի քանի ամիս անց, Լապլերը հարցաթերթիկներ ուղարկեց հյուրընկալողներին, որտեղ նշված առանցքային հարցն էր. «Կարո՞ղ եք արդյոք որպես հյուր ընդունել ազգությամբ չինացիների»: Հարցմանը մասնակիցներից մոտավորապես կեսն արձագանքեց. իսկ պատասխանների 90%-ը բացասական էր. «Ո՛չ, չենք կարող»: Այսպիսով, հարցումը բացահայտեց բարձրաձայնած սոցիալական դիրքորոշումների և մարդկանց վարքի պարադոքսալ անհամատեղելիությունը:

Այսպես՝ ամերիկյան ու եվրոպական քաղաքական վերլուծաբանները և մեդիադաշտի հեղինակությունները, հիմնվելով սոցիոլոգիական հարցումների վրա, մեծամասամբ թերագնահատում էին Թրամփի հաղթելու հավանականությունը: Ընտրությունների արդյունքները ամբողջովին տեղավոր-

վում են Լաայերի պարադոքսի մեջ: Եթե նախորդ դարասկզբին բնական և օրինական էր համարվում ռասիզմը, ինչպես նաև խտրականությունը տարբեր փոքրամասնությունների նկատմամբ, ապա այսօր հակառակ պատկերն է. ամենուր քարոզվում ու խրախուսվում է բազմազանությունը, հավասարությունը, սակայն մարդկանց կողմից բարձրաձայնած սկզբունքները և դիրքորոշումները միշտ չէ, որ համապատասխանում են նրանց փաստացի վարքին: Արտաքուստ հանդուրժողականություն դրսևորելով, շատերը ներքուստ չեն հաղթահարել այլատյացության դիրքորոշումները: Երբ դիրքորոշումը ներքուստ հակասական է, կոնֆլիկտային, այսինքն՝ իմացական ու հուզական բաղադրիչները ներդաշնակ չեն, վարքը կանխատեսել հնարավոր չէ: Այսպիսով՝ Թրամփի քաղաքական ընտրությունը ամերիկացիների կողմից միանգամայն հոգեբանական ընտրություն էր և այստեղ ամենազանգվածային սոցիոլոգիական հարցումները անգամ անաչառ պատկերը չէին կարող բացահայտել: Այսպես՝ հարցվողները կարող են քննադատաբար մեկնաբանել այս կամ այն քաղաքականությունը և միևնույն ժամանակ համակրել այն: Այս դեպքում վարքագծային արձագանքները ավելի մոտ են անգիտակցական-հուզական բաղադրիչներին, քան ռացիոնալ-ճանաչողական: Ընտրազանգվածի հոգեբանական պատկերը շատ լավ է նկարագրել Գ.Լեբոնը՝ վերջինիս անվանելով «նախընտրական ամբոխ», որը կարող է լինել և՛ հերոսական, և՛ հանցագործ, ինչպես նաև ունի անբոխին բնորոշ բոլոր հոգեբանական որակները [2]:

Կանխատեսումների անարդյունավետության մյուս պատճառը, այսպես կոչված, «լռության պարույրն է», որը առաջ է քաշել հասարակական գիտությունների հայտնի հետազոտող Նոել Նյումանը [8]: Նա ապացուցում է, որ եթե պատասխանողի կարծիքը տարբերվում է իր սոցիալական շրջանակի մարդկանց կարծիքներից, նա փորձում է հրապարակայնորեն չարտահայտել իր տեսակետները՝ վախենալով հակամարտությունից ու մեկուսացումից: Շատ դեպքերում մարդը լռում է, երբեմն էլ սկսում է կիսել հակառակ կարծիքը՝ նվազեցնելով ռիսկերը, կենտրոնանում է հաղթանակի վրա:

Կարծում ենք՝ ավելի շատ հոգեբանական, քան թե քաղաքական ընտրության արդյունք էր նաև Ֆրանսիայի նախագահ Էմանուել Մակրոնի փայլուն հաղթանակը, որը նույնպես անկանխատեսելի էր քաղաքագետների համար: Հրաժարվելով ժողովրդին ձանձրացրած կուսակցություններից՝ նա, չգիտես որտեղից, ընտրություններից ընդամենը մեկ տարի առաջ ստեղծում է սեփական քաղաքական շարժում՝ վերափոխելով այն նոր կուսակցության (La République En Marche): Ընտրարշավի ընթացքում Մակրոնի «ֆինանսական Մոցարտի» կերպարը զուգորդվում էր «ռոմանտիկ տաղամարդու» կերպարի հետ: Մամուլը հեղեղված էր նրա մասին նյութերով և նկարներով՝ կնոջ ձեռքը բռնած քայլելիս ու մանկական սննդի շշով թոռներին կերակրելիս: Իսկ նորաձևության ամսագրերը նրա կնոջը հռչակել էին «ոճի սրապատկեր»: Արդյունքում՝ Մակրոնը ստացած ձայներով երկու անգամ գերազանցեց մրցակցին (66,1%-ը 33,9%-

ի դեմ): Հետաքրքիր է, որ ընտրությունների հաջորդ իսկ օրը նա հրաժարվում է կուսակցության նախագահի պաշտոնից:

Այսպիսով՝ կարող ենք եզրակացնել, որ կուսակցության կամ առաջնորդի վերաբերյալ ընտրազանգվածի իրական դիրքորոշումների և նրանց քաղաքական կողմնորոշումների և քվեարկելու մտադրության հակասությունները բացահայտելու համար անհրաժեշտ են հոգեբանական խորը հետազոտություններ: Ենթադրում ենք

նաև, որ քաղաքական նույնականացման սոցիալ-հոգեբանական առանձնահատկությունների ուսումնասիրության միջոցով կարելի է կանխատեսել մարդկանց քաղաքական դիրքորոշումները և ընտրական վարքագիծը, հետևաբար կանխորոշել ընտրությունների արդյունքները, ինչպես նաև քաղաքական առաջնորդի վարկանիշը բարձրացնելու նպատակով արդյունավետորեն մշակել և կառուցել պահանջարկված նույնականացման իմիջը:

Գրականություն

1. Козлов В.В., Новиков В.В., Гришин Е.В., Политическая психология. – М., 2010, 458 с.
2. ЛебонГ., Психологиянародовимасс. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/lebon/12.php
3. Мавликасов А.Х., Классические теории электорального поведения: возможности и ограничения. Общество: социология, психология, педагогика. 2016/11. <https://cyberleninka.ru/article/v/klassicheskie-teorii-elektoralnogo-povedeniya-vozmozhnosti-i-ogranicheniya>
4. Ольшанский Д.В., Политическая психология.-СПб.: Питер, 2002, 576 с.
5. Etzioni A.,Political Unification Revisited: On Building Supranational Communities. Lexington Books. 2002, 400 p.
6. Etzioni A.,Values and the Future of American Politics. Contemporary Sociology, 2006/4 pp. 337-340.
7. La Piere R. Attitude versus action // (Eds.) Fishbein M., John N. Attitude Theory and Measurement. N.Y., 1967.
8. Noelle-Neumann E. The Spiral of Silence: Public Opinion—Our Social Skin. Chicago, 1994. 277p.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОЯВЛЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ВЫБОРА ЛИДЕРА

ГАЯНЕ АРУТЮНЯН

Академия Государственного Управления РА,
кандидат психологических наук, доцент

В статье рассматривается поведение электората на основе социально-психологических и индивидуально-психологических концептуальных подходов.

Обсуждаются особенности соотношений между идентификацией с лидером и избирательным поведением.

PSYCHOLOGICAL MANIFESTATIONS OF POLITICAL ELECTION OF A LEADER

GAYANE HARUTYUNYAN

Public Administration Academy of RA,
Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor

The article examines the behavior of the electorate based on socio-psychological and individual-psychological conceptual approaches.

The peculiarities of interdependence between leader's identification and the electoral behavior have been discussed.