



**Д.Г. ПЕРВА**

**УДК 159.9 / 316.6**

## **ПОГЛЯД СУЧАСНОЇ МОЛОДІ НА ТВОРЧІСТЬ У ПОЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

В статті наведені результати соціологічного опитування студентської молоді щодо проблеми політичної активності. Досліджено питання творчості в політичній сфері соціальних відносин.

Ключові слова: політична творчість, політична діяльність, креативність в політиці.

В статье приводятся результаты социологического опроса студенческой молодежи в отношении проблемы политической активности. Исследованы вопросы творчества в политической сфере социальных отношений.

Ключевые слова: политическое творчество, политическая деятельность, креативность в политике.

The article analyses the results of the sociological research of the student youth about the problem of political activity. There were investigated the questions of creativity in politics.

Key words: political activity, political process, creativity in politics.

Політична діяльність виступає своєрідною з'єднувальною ланкою між суспільством й особою, оскільки регулює відносини як на рівні функціонування макроспільноти (суспільства, держави), так і на рівні діяльності мікроспільнот (окремих соціальних груп). Універсальний характер політичної діяльності пов'язаний з її соціально конструюючими властивостями, адже саме вона створює ту соціальну реальність, яка робить існування і функціонування як макроспільнот, так і мікроспільнот не тільки самодостатніми, а й такими, що мають певний сенс, чітко визначену мету. Причому однією з психологічних особливостей цієї здатності політичної діяльності є те, що вона навіть фактом свого існування формує певні установки в очах суспільства загалом або окремих його індивідів щодо її значущості та цінності.

Протягом квітня-травня 2010 року було проведено дослідження політико-

психологічних аспектів творчості студентської молоді в політичній діяльності. В якості основних методів дослідження були використані документальний метод та метод фокус-групи. Для проведення опитування студентів фокус-групи було застосовано метод експертного опитування у вигляді анкетування.

Анкета включала 12 питань відкритого типу. Відповіді на питання студенти повинні були навести самостійно, в якості експертної оцінки. Вибірка була зроблена за методом фокус-групи. До складу такої групи входив І курс філософського факультету, спеціальність „політологія”. Вибірка складала всіх студентів даного курсу. Її можна вважати достатньою для відображення творчості у політичній діяльності студентів молодших курсів.

Для аналізу неформалізованих відповідей на питання анкети було розроблено 4 шкали: рівень креативності та його самооцінка (вираховується за

відповідністю самооцінки та креативності відповідей); оригінальність бачення політичних проблем сучасного українського суспільства (якісний показник); здатність виділити цільову аудиторію, на яку буде спрямовано політичну творчість; спроможність визначити позитивні риси характеру політичного діяча і можливість їх застосування у політичній боротьбі.

По шкалі самооцінки креативності були отримані наступні дані. 83% респондентів відповіли ствердно на питання: Чи вважаєте Ви себе творчою, креативною особистістю? Решта відповіли: можливо, троє дали негативну відповідь. Деякі респонденти відповіли, що вони є креативними лише в певних видах діяльності, тобто не були повністю впевненими, решта була цілком впевнена у своїх творчих здібностях.

Більшість опитуваних (83%) впевнені в тому, що політика є справою молодих людей, але вказували, що вони повинні набути достатньо досвіду для політичної діяльності. Четверо респондентів дали категоричну негативну відповідь, один від прямої відповіді ухилився.

Для перевірки політико-психологічної зрілості особистості була запропонована гіпотетична ситуація особистої участі у політичній діяльності в якості учасника політичної боротьби. Шкала оригінальності бачення політичних проблем сучасного українського суспільства перевірялася через ситуацію балотування на депутатську посаду. Опитуваним було запропоновано окреслити нагальні проблеми суспільства, які пропонувалося вирішити під час власної передвиборної кампанії. Респонденти окреслили від 2 до 5 проблем суспільства з різних сфер життя суспільства: економічні, соціальні, екологічні, культурні та інші. Найчастіше згадувалися такі проблеми, як безробіття, корупція, низький рівень освіченості та культуринаселення, низький життєвий рівень населення, недосконалість політичної системи тощо.

Серед оригінальних відповідей були такі, як „прибирання в зелених зонах”, проблема

„здоров'я нації”, проституція, сімейне насильство, „розшарування суспільства”, „стан виховання суспільства”, погане забезпечення армії, проблеми зв'язків на міжнародній арені.

Чотири анкети взагалі не містили відповіді на поставлене питання.

Респондентам було запропоновано виділити шляхи подолання визначених ними проблем українського суспільства. Отримано від 2 до 4 варіантів відповіді. Стереотипними відповідями були: зміна законодавства на користь більш жорстких законів, зміна самосвідомості українців у бік зростання самоповаги, антикорупційні заходи. До оригінальних варіантів можна віднести: „розширений курс права в школі”, „підтримка вітчизняної промисловості”, „спрощення податкової системи”, жорсткі заходи покарання, збільшення податків на великий бізнес, запровадження комендантської години, встановлення штрафів за насильне лікування.

36% від загальної кількості респондентів не навели жодного варіанту вирішення проблем, хоча в кількох анкетах проблеми були окреслені.

Як бачимо, більшість студентів можуть відзначити лише ті проблеми, про які постійно йде мова у засобах масової інформації, або з якими вони особисто стикалися. Ще менше уваги респонденти приділили пошуку варіантів вирішення визначених проблем. Про це може свідчити, зокрема, те що 36% анкет не містили позитивної відповіді на відміну від 13% анкет, які взагалі не вказали на існуючі проблеми. Шляхи виходу з політичних проблем носили частковий, а не загальний характер. Помітна тенденція до пропозиції більш жорсткого управління суспільством через прийняття більш суворих законів, збільшення відповідальності. Можна відзначити також пропозиції щодо підвищення загальної та правової освіченості громадян держави.

Шкала „здатність виділити цільову аудиторію на яку будеспрямовано політичну творчість” досліджувалася питанням „Якби



Вам довелося вести передвиборну боротьбу серед студентів, які б аргументи Ви застосували на власну користь?”, а також, які засоби впливу на цільову аудиторію обрав би респондент. Цільова аудиторія вже була запропонована, учаснику опитування слід було визначити особливу стратегію і тактику роботи з цим типом електорату.

Відповіді можна розташувати у такий спосіб. Найчастіше зустрічалися такі проблеми студентської аудиторії, як недостатнє забезпечення робочими місцями, низька стипендія, застосування в Україні Болонської системи, необхідність вдосконалення системи освіти, потреба у збільшенні бюджетних місць.

До оригінальних відповідей можна віднести: рішення проблеми з пільговиками, налагодження зв'язків з іноземними державами, надання можливості творчого розвитку.

40% від загальної кількості анкет або взагалі не містили відповіді (порожнє поле), або вказувалося „не знаю”, „не маю достатніх знань та досвіду” та ін.

На питання: „Які б аргументи Ви застосували на власну користь?” респонденти в основному визначали свої особисті якості, такі як чесність, близькість себе до студентства, активність, авторитет у групі тощо, а також запропонували конкретні заходи щодо проведення власної передвиборної агітації – підвищити стипендії, допомога у працевлаштуванні, організація вечорів, спільних розваг, „роздача цукерочок”. 40% від загальної кількості анкет або взагалі не містили відповіді (порожнє поле), або вказувалося „не знаю”, „не маю достатніх знань та досвіду” та ін.

Як можна помітити, студенти більше спираються не на власні якості майбутнього політика, а на конкретні заходи, це свідчить про те, що студенти не надто вірять у власні сили і більше спираються на конкретні дії.

При організації власної передвиборної кампанії респонденти майже нічого не відповіли на питання про необхідні кошти

та джерела їх надходження. Діапазон коштів на передвиборну кампанію коливається від 100 тис. грн. до 10 млн. дол. Декілька студентів вказали на джерела надходження цих коштів: культурно-мистецька еліта, олігархія, меценатство, власні кошти.

Серед основних засобів впливу на цільову аудиторію під час проведення передвиборної кампанії учасники опитування визначили такі:

1. Особисті якості політика: організованість, простота, гарна репутація, високі організаторські здібності, об'єктивність, розум, патріотизм, віра в Бога, кмітливість, щирість.

2. Маніпуляція громадською свідомістю, в тому числі прихована – згадувалася найчастіше (5 разів).

3. Масові заходи: зустрічі з виборцями, розважальні заходи тощо.

На питання: „Чи бачите Ви в собі задатки майбутнього політика?” 63% респондентів відповіли однозначно ствердно, 10% висловили сумніви щодо власних здібностей впливу на людей, решта в собі політика не бачить.

Студентська молодь більш-менш чітко уявляє собі головні риси майбутнього політика, які можуть дати певні переваги над політичними конкурентами. Серед них головні стосуються відповідальності політика, а не його креативних можливостей.

Проведене дослідження дало можливість прослідкувати такі закономірності. Ті, хто вважають себе творчими, креативними особистостями, підтвердили це положення більш повними відповідями та оригінальністю запропонованих варіантів. Серед анкет, де була категорична ствердна відповідь про власну креативність майже немає незаповнених граф, респонденти, очевидно, замислювалися над політичними процесами в Україні, можуть запропонувати своє бачення вирішення нагальних проблем суспільства.

Серед тих, хто не був впевнений у відповіді і вказав на свої можливі творчі

здібності, не було відповідей на деякі запитання, вони гірше усвідомлювали характер цільової аудиторії, рецепти політичної діяльності були більш стереотипними і менш дієвими.

Ті, хто не вважає себе творчою особистістю, майже зовсім не дали відповідей на питання, але це можна пояснити не лише ригідністю їх мислення, але і небажанням відповідати на питання анкети взагалі, чи невпевненістю у власних знаннях та силах.

Проведене дослідження дало змогу підтвердити гіпотезу дослідження, тобто довела наявність позитивного зв'язку між загальним рівнем творчості особи та проявами її в окремих видах діяльності, а особливо в політичній; доцільність застосування обраного інструментарію.

В якості загальних висновків до проведеного дослідження можна відзначити, що політична діяльність – це складний комплекс різних соціальних явищ, аспектів існування суспільства. В свою чергу, політична діяльність є відображенням мотивації як політиків, так і широких кіл суспільства, які проявляють політичну активність, зокрема молоді.

З точки зору психології політична діяльність є різновидом непрофесійної

політичної участі, її модифікації є досить різноманітними, але характерною рисою є спроби громадян вплинути на діяльність своїх правителів при будь-якому типі політичної системи.

Особливим видом творчості є творчість у політичній діяльності. Її особливістю порівняно з іншими видами є пов'язаність з політичними процесом суспільства, спрямованість на певну соціальну групу (електорат), а також особливі механізми реалізації. І, нарешті, в своїй основі творчість у політичній діяльності спирається на елементи суспільної свідомості і має враховувати особливості національного характеру, історичні процеси становлення політичної системи тощо.

Емпіричне дослідження політико-психологічних аспектів творчості студентської молоді в політичній діяльності показало достатньо високий рівень креативності молоді, її зацікавленість у політичній діяльності в Україні та обізнаність у проблемах сучасного українського суспільства, однак існує певна невідповідність власного бачення політичної креативності респондентів і їх уявлення про свою роль у політичному житті суспільства.