

# СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ

УДК: 159.956.2; 159.955.4 [316.62:324]

*Гусєва Н.Т.*

## ПРОЯВИ ІРРАЦІОНАЛЬНОСТІ В ЕЛЕКТОРАЛЬНОМУ ВИБОРІ

**Гусєва Н.Т. Прояви ірраціональності в електоральному виборі.** У статті на основі даних опитування молодих виборців на предмет обґрунтування власного електорального вибору розглядаються психологічні особливості цього процесу. Методами дослідження виступали анкетування, інтерв'ювання та експертне оцінювання. Прийняття рішення виборцями на основі ірраціонального компонента описується як більш поширена виборча стратегія. Підґрунтям ірраціонально-обумовленого електорального вибору виступає перевага емоційної включеності у виборчий процес молодих людей при недостатній їх компетентності/поінформованості, вплив розповсюджених міфів, узвичаєної практики, стереотипів та патерналістичної системи соціального функціонування. Доводиться, що ірраціональність має інші механізми, ніж ті, які приписуються раціональним процесам. Здоровий глузд, індивідуальний життєвий досвід та холистичний підхід, фіксуючи інтеграційні ефекти, виступають координатами вивчення його спектру проявів у різних ситуаціях, у тому числі й електорального вибору. Виявлене відторгнення ірраціонального як соціально-негативного явища знижує ймовірність його рефлексії та самоусвідомлення.

*Ключові слова:* електоральний вибір молоді, поведінка під час виборів, ірраціональність, рефлексія, міркування, усвідомленість вибору.

**Гусєва Н.Т. Проявление иррациональности в электоральном выборе.** В статье на основе данных опроса молодых избирателей касательно обоснования собственного электорального выбора рассматриваются психологические особенности этого процесса. Методами исследования послужили анкетирование, интервьюирование и экспертная оценка. Принятие решения избирателями на основе иррационального компонента описывается как наиболее распространенная избирательная стратегия. Основой иррационально-обусловленного электорального выбора выступает преимущественно эмоциональная включенность в избирательный процесс молодых людей при недостаточной их компетентности / осведомленности, влияние распространенных мифов, устоявшейся практики, стереотипов и патерналистские системы социального функционирования. Доказывается, что иррациональность имеет другие механизмы, нежели те, которые приписываются рациональным процессам. Здравый смысл, индивидуальный жизненный опыт и холистический подход, фиксируя интеграционные эффекты, выступают координатами изучения спектра его проявлений в различных ситуациях, в том числе и электорального выбора. Выявленное отторжение иррационального как социально-негативного явления снижает вероятность его рефлексии и самосознания.

*Ключевые слова:* электоральный выбор молодежи, поведение во время выборов, иррациональность, рефлексия, размышления, осознанность выбора.

**Постановка проблеми.** Сьогоднішня соціальна ситуація в Україні характеризується високою напруженістю великою мірою через значні політичні зміни, які відбуваються в країні протягом останнього року. Запит на кардинальну зміну політичної еліти отримав своє відображення в волевиявленні громадян на виборах Президента України в квітні 2019 року. Логічним подовженням такого вибору стали результати виборчої кампанії депутатів Верховної Ради України 21.07.2019. Наразі, коли Україна стоїть на межі змін, особливо значущим стає відповідальне ставлення виборців до реалізації свого права обрання представників влади.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Процес державотворення через волевиявлення громадян, їх вільний і свідомий вибір розглядається у категоріях відповідальності та усвідомлення наслідків власного вибору, що виступає предметом не лише соціологічних знань, а й психологічних. Поняття «ірраціональності» науковці пов'язують із швидкими процесами емоційної оцінки та пізнання (К. Юнг, 2011) [8], де відсутність послідовності та системності можуть поєднуватися із наявністю певних шаблонів реакцій (Д. Узнадзе, 2014) [7], які сформовані індивідуальним досвідом суб'єкта і не завжди можуть піддаватися логіці, прогностиці та пізнанню, набуваючи тим самим негативного забарвлення (Б. Герт, 1995) [1]. У ситуації політичного вибору ці елементи набувають особливого звучання, однак їх вивчення переважно залишається у сфері маніпулятивного впливу та розроблення політтехнологій.

**Мета статті** - уточнення вкладу ірраціональності у процесі здійснення вибору (прийняття рішення) під час обрання депутатів Верховної Ради України 21.07.2019.

*Методом дослідження* було обрано збір асоціацій та їх експертне оцінювання, анкетувати та інтерв'ювання.

**Виклад основного матеріалу та результатів дослідження.** Дослідження проводилося в день голосування (21.07.2019 р.) біля виборчих дільниць у місті Миколаєві. Вибірка формувалася випадковим способом серед молодих людей віком від 18 до 35 років. За час збору даних пройти опитування було безпосередньо запропоновано 92 особам, із яких 14 відмовилися відповідати. Погодились взяти участь у дослідженні 78 осіб. Нами була відмічена досить висока активність виборців щодо участі у психологічному дослідженні. Найбільший інтерес проявляли люди віком старше 35 років, вони наполегливо пропонували свою участь. На відмову включити їх у дослідження з причини вікової невідповідності більшість з них реагувало негативно, як-то: «Чому наша думка нікого не цікавить? Я теж хочу бути почутим». Щодо молодих виборців, то серед опитаних представників молоді були такі, що першими підходили до інтерв'юера і пропонували свою участь. Загалом, сформована вибірка складалася із 78 осіб і була гендерно-збалансованою (39 чоловіків та 39 жінок). За віком респонденти розподілилися так: 18-23 роки включно – 13 осіб, 24-29 років – 21 особа, 30-35 років – 44 особи. Найбільше представників 35-річного віку – 16 осіб. За типом зайнятості респонденти поділилися так: не працює – 6 осіб, військовослужбовці – 2, жінка у декретній відпустці – 7, домогосподарка – 6, працює – 51, працює і навчається – 2, навчається – 2 особи.

Підготовлена для дослідження анкета включала короткий блок соціально-статусних даних (стать, вік, тип зайнятості – працює, навчається, військовослужбовець, домогосподарка та ін.). Щодо здійсненого вибору, респондентам було запропоновано 3 відкритих питання: 1) «Що здійснило вплив на Ваше рішення обрати партію, яку Ви підтримали? З чим асоціюється обрана партія?», 2) «Як можна назвати Ваше рішення: обдумане, інтуїтивне, системне, емоційне, зважене, спонтанне?», 3) «Скільки часу Ви витратили на прийняття рішення і коли воно було прийнято остаточно?». Опитуваним пропонувалось дати коротку відповідь на кожне запитання, після чого в короткому інтерв'ю більш розгорнуто пояснити свою відповідь.

В питанні «Що здійснило вплив на Ваше рішення обрати партію, яку Ви підтримали? З чим асоціюється обрана партія?» опитуваним пропонувалось відповісти насамперед на першу частину питання, а потім, за бажанням, надати свої асоціації з обраною партією. Але для трьох респондентів перша частина питання виявилась більш складною: респонденти визнавали, що не можуть обґрунтувати свій вибір і не здатні згадати щось конкретне, що на цей вибір вплинуло. Асоціативний ряд включав: «за землю», «обов'язок перед Батьківщиною», «менше зло», де дві перші асоціації вказують на поширені в агітаційній компанії лозунги, а остання нагадує народну приказку. Отже, всі три асоціації вказують на стереотипність, зумовлену поширеними шаблонами, політичною рекламою, звичаями побутового життя. Систематизувавши решту відповідей на першу частину першого питання, ми отримали такі результати (табл. 1).

Таблиця 1

**Результати аналізу асоціативних висловів молодих виборців**

<b>Категорія обґрунтування вибору</b>	<b>Кіл-ть</b>
Невдоволення ситуацією в країні та попередньою владою	19
Підтримка претендента у президенті	15
Надія на зміни до кращого – чесність, порядність	10
Орієнтація на програму партії	8
Довіра партії	6
Свідомість, світогляд, особистий життєвий досвід, переконання	6
Популярність, наявність у соціальних мережах та симпатія	4
Конкретні справи партії	3
Особисті якості конкретних кандидатів	1
Важко відповісти	6

Відповіді щодо мотивації голосування за обрану партію можна умовно поділити на чотири групи: голосування «за певну партію», голосування «проти інших партій», голосування «за особистими мотивами», «важко відповісти». Підрахунки показали, що мотивацію «за певну партію» висловили 47 осіб (60,26% від загальної кількості респондентів), «проти інших партій» – 19 осіб (24,36%), «за особистими мотивами» – 6 осіб (7,69%) і «важко відповісти» – 6 осіб (7,69%). Розкриємо більш детально зроблені вибори. Так, 15 респондентів обґрунтували свій вибір бажанням підтримати президента, надавши йому можливість співпрацювати з «дружнім до нього» парламентом. При цьому дві особи наголосили, що бажали бачити президентом іншу людину, але в обставинах, що склалися в даний час, вважають за правильне зробити такий вибір, щоб допомогти обраному президентові виконувати його роботу. З цим вибором пов'язували такі асоціації, як: «харизма лідера», «миротворець», «наш, не нав'язаний», «зміни на краще». Надію на покращення, на чесність і порядність було висловлено 10-ма респондентами. Їх сподівання вилились в такі асоціації: «нові обличчя», «близькість до народу», «наше», свіжий погляд», «зміни». Програма партії стала аргументом

для 8 осіб. До того ж, лише один респондент порівнював програми декількох партій, щоб визначитись з вибором. За програму голосували із таких міркувань, як: зниження цін та «заради миру в країні».

Довіру партії висловили 6 осіб. Особливу цікавість така відповідь викликає з огляду на те, що два респондента прийняли остаточне рішення щодо голосування за обрану ними партію («Слуга народу») до того, як було остаточно сформовано партійні списки кандидатів і стало можливим оцінити якість складу партії (квітень, 2019 р). З огляду на відсутність на той час остаточного списку членів партії та її кандидатів, що мають представляти інтереси потенційних виборців у новообраному парламенті, можемо допустити, що намір голосувати за цю партію сформувався через довіру «обличчя партії» – кандидату (на той час) в президенти. Симпатія до представників партії, їх популярність та наявність в соцмережах стали переконливим аргументом для 4-х осіб. Одна особа підкреслила, що на неї вплинула наявність інформаційних роликів цієї партії на каналі інтернет-сервісу «YouTube». Обрали партію за «конкретні справи» 3 респондента. При цьому 2 з них голосували за партію «Слуга народу», яка на той час була новоствореною. На уточнююче питання навести приклад справ, відповідали про пункти програми партії. Тобто, скоріш за все, причиною обрання цієї партії стали публічні заяви, сприйняті як програма партії і очікування від її впровадження, ніж якісь конкретні здійснені справи. Для одного респондента вагомою причиною стали особистісні якості кандидатів в депутати Верховної Ради України. Зокрема, для респондента важливими рисами є чесність, порядність і стійкість поглядів. Невдоволення ситуацією в країні, невдоволення попередньою владою (так зване «протестне голосування») визначило вибір 19-ти опитаних. Ці відповіді супроводжувало сильне емоційне збудження: «набридло», «треба навести порядок», «покарати злочинців», «знизити комунальні платежі».

Відповіді респондентів на друге питання: «Як можна назвати Ваше рішення: обдумане, інтуїтивне, системне, емоційне, зважене, спонтанне?» розподілилися так: 1) більшість респондентів (65,38%) вважають своє рішення обдуманим, а системно-обдуманим, зваженим, зважено-обдуманим назвали своє рішення 12,83 % опитаних (отже, 78,21% опитаних оцінює своє рішення як таке, що сформовано на основі мислення, тобто опирається на когнітивну складову; 2) на вибір 4 (5,13%) респондентів, окрім раціональних доводів, додатково вплинули власна інтуїція (2 особи) та певні емоції (2 особи); 3) до суто ірраціонального трактування власного вибору ми віднесли вислови 16,67% респондентів, які оцінили своє рішення як інтуїтивне (6 осіб), інтуїтивно-спонтанне (1), спонтанне (3) та переважно емоційне (3).

Аналіз названих респондентами часових меж прийняття остаточного рішення надав можливість їх згрупувати за показником «остаточне рішення було прийнято», що отримало такий розподіл: визначились з вибором протягом останнього тижня 13 осіб (16,67%), з яких 7 респондентів прийняли остаточне рішення щодо свого вибору безпосередньо в кабінці для голосування, одна людина витратила на обдумування близько 2 місяців, ще одна людина – обдумувала «час від часу», дві людини витратили на обдумування декілька хвилин і 3 особи прийняли рішення «одразу» згідно власного «твердого переконання», що не підлягає сумніву. В цій групі 3 респондентів вважають своє рішення раціонально обґрунтованим, в тому числі ті, хто обдумували «час від часу», і які витратили на прийняття рішення декілька хвилин. Решта (4 респондента) називають своє рішення інтуїтивним (3 особи) та випадковим (1 особа). Враховуючи обсяг інформації щодо кандидатів та час, необхідний для об'єктивного аналізу їх якостей, прийняте за такий короткий проміжок часу рішення можна назвати спонтанним або ситуативним, що є ознакою ірраціонального рішення [6]. Тож, аналіз показав, що із 7-ми виборів шість є ірраціональними.

З решти шістьох респондентів, які визначились з вибором впродовж останнього тижня, 2 особи витратили на прийняття рішення декілька хвилин і вважають своє рішення спонтанним. 2 особи назвали своє рішення обдуманим і витратили на нього близько 1 тижня. Проте, для одного з них основним фактором для віддання переваги обраній партії стала її популярність та особиста симпатія до певних членів партії. Оскільки висловлена симпатія мала виключно емоційне підґрунтя, таке рішення слід вважати ірраціональним [3]. Решта, 2 особи, обдумували своє рішення близько 1 місяця. Для них вагомих аргументом на користь обраної партії стала її програма. Отже, умовно ірраціональним можна вважати в цій групі рішення 3-х респондентів з шести.

В групі опитаних, які визначились з вибором від 1 тижня до 1 місяця до дня голосування, лише одна з 12-ти осіб назвала своє рішення емоційним (ірраціональним), решта (11 осіб) – вважають своє рішення обдуманим, зваженим. На прийняття остаточного рішення було витрачено: місяць – одна особа, 2 тижні – 2, 10 днів – 4, тиждень – 3 особи. Ще двоє респондентів витратили на прийняття рішення декілька хвилин, проте вважають його обдуманим. Підставою для прийняття рішення 9-ти з цих респондентів стало бажання підтримати обраного президента, як орієнтованість на досягнення цілі, що можна віднести до раціонального [5]. Виходячи з того, що Верховна Рада України не є підпорядкованою Президенту країни, тобто установою влади, кількісна перевага членів пропрезидентської партії не гарантує підтримку ними ініціатив обраного президента [6]. Ще одне ірраціональне рішення базується на наявності представників даної партії «в інтернеті» та розміщення її

роликів на інтернет-ресурсі «YouTube». Отже, в цій групі ірраціональним можна вважати 10 рішень із 12-ти.

Близько двох місяців до дня голосування прийняли своє остаточне рішення 7 осіб. Тиждень на обдумування рішення витратив один респондент. Ще один – впродовж 2-х днів, а решта (5 осіб) прийняла рішення «одразу» при ознайомленні зі списком партій, які балотуються до Верховної Ради України (2 особи), або витратили на це кілька хвилин (3 особи). Підставою для голосування за обрану партію вони назвали: невдоволеність попередньою владою (2 особи), невдоволеність ситуацією в країні (1), власний світогляд, як надію змін до кращого (1). Зважаючи на відсутність часових затрат на прийняття рішення щодо вибору, можемо припустити наявність ірраціонального підґрунтя для прийняття такого рішення [6].

Сорок респондентів прийняли остаточне рішення щодо голосування за партію під час обрання президента в квітні 2019 року: всі вони прийняли рішення «одразу» і протягом виборчої кампанії не розглядали можливість його зміни. Вісім із них причиною такого вибору назвали бажання підтримати президента, п'ять – вважають своє рішення обдуманим, одна особа – обдуманно-інтуїтивним і дві особи – інтуїтивним (ірраціональним). Невдоволеність ситуацією в країні вплинула на вибір 6 респондентів, а невдоволеність роботою попередньої влади – 4 особи. З них дев'ять осіб вважають своє рішення обдуманим, ще одна людина – змішаним. Таке протестуюче волевиявлення може вважатись раціональним за наявності двопартійної системи, де невдоволеність діями правлячої партії мотивує виборців до голосування за опозицію. Але за наявності в Україні багатопартійної системи і з огляду на відсутність аналізу існуючих партій, рішення цих респондентів видається ірраціональним [3]. Надія на зміни до кращого, чесність, порядність стали мотивацією для 4-х респондентів. Двоє з них назвали своє рішення обдуманим, ще двоє – обдуманно-інтуїтивним та обдуманно-емоційним. Зважаючи на те, що остаточне рішення про голосування за партію було прийняте в час, коли списки членів партії ще не були сформовані, можемо припустити, що йдеться про емоційне ставлення до «обличчя партії» і саме з ним пов'язані очікування виборців. На програму партії орієнтувались 4 респондента. Всі вони вважають своє рішення обдуманим. Така мотивація може вважатись суто раціональною. Але у цьому випадку виборці визначились зі своїм вибором стосовно партії під час президентських виборів, коли були представлені програми кандидатів в президенти. Враховуючи, що Президент України і Верховна Рада України належать до різних гілок влади і мають різні функції та повноваження, обирати представників одного органу влади на підставі програми дій іншого – рішення ірраціональне [6].

Ще 4 респондента керувалися у виборі особистим досвідом та багаторічними переконаннями. В прийнятті такого рішення найменш включено процес мислення, але бажання керуватися готовим сценарієм може свідчити про задоволеність людиною попередніми результатами такого свого вибору. Враховуючи, що особа досягає своєї цілі, такий вибір для неї особисто може вважатись раціональним [4]. Конкретними справами партії обґрунтували свій вибір 2 особи. У цьому випадку респонденти не змогли пригадати будь-яких прикладів конкретних справ, більшою мірою це стосувалося очікувань від майбутньої діяльності обраної партії. Але тут мали місце предметні очікування, що свідчить про намагання досягти цілі за допомогою свого рішення. На відміну від таких мотивацій як «довіра» – одна особа, «симпатія до партії» – одна особа та «менше зло» – одна особа. Незважаючи на сприйняття свого рішення респондентами як обдуманого і виваженого, воно базується виключно на емоціях і не має чіткої мети. Особистість кандидатів, а саме такі якості як чесність і порядність, зумовили вибір одного респондента. На його думку, порядна людина буде більш корисною для відновлення держави, ніж «професійний крадій». Наявність представників партії в соціальних мережах вплинуло на вибір двох осіб. Ці респонденти також вважають своє рішення обдуманим, але таке обґрунтування скоріше свідчить про вибір емоційний, заснований на ілюзії «близькості до народу». Не змогли дати відповідь щодо причини свого вибору певної партії 2 людини. Проте, незважаючи на відсутність аргументів, вони також оцінюють свій вибір як обдуманий. Двоє респондентів остаточно визначились зі своїм вибором впродовж шести місяців до початку голосування. Конкретні справи партії протягом більш ніж року стали підґрунтям для обдуманого рішення однієї особи. Ще одна людина прийняла таке рішення під час новорічних свят і вважає свій вибір обдуманно-емоційним, а ще одна людина зробила свій вибір, будучи невдоволеною ситуацією в країні (на її думку, рішення, прийняте 5 років тому, є зваженим і актуальним).

**Висновки.** Підсумовуючи вищенаведене, можемо сказати, що принаймні 52 із 78 рішень, а це 66,67% від загальної кількості, є ірраціональними. Водночас, із 52 осіб, які, згідно нашого аналізу, здійснили ірраціональний вибір, 35 осіб – оцінюють його як обдуманий і зважений. Таке (ілюзорне) трактування власного рішення може вказувати на дію міфа, що лише добре продумане рішення є вагомим і вартим пошани. Отримані результати пілотажного дослідження також дозволяють нам сформулювати припущення, що поняття «ірраціональності» не є дихотомічною ознакою, а скоріше є інтегруючою характеристикою різних психологічних явищ, а також може вказувати на певні психологічні ефекти у процесі здійснення вибору.

**Подальшим дослідженням** може слугувати виокремлення та вивчення інтеграційних ефектів вища ірраціональності і його ролі у різних ситуаціях щоденного життя людей, у тому числі й політичного вибору.

#### Список використаних джерел

1. Герт Б. Рациональное и иррациональное в поведении человека. Мораль и рациональность / Герт Б. [ред. Р.Г. Аперсян.] Москва: ИФРАН, 1995. 197 с.
2. Гусева Н.Т. Поняття ірраціональності у наукових розвідках. *Актуальні проблеми психології*: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Том VI: Психологія обдарованості. 2019. № 16. С. 294-303.
3. Добрен'ков В.И., Кравченко А.И. Социология: в 3-х томах: словарь по книге. Москва: Социологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова. 2003– 2004. URL: <https://www.psyoffice.ru/slovar-s215.htm>
4. Колесов Д. Психология смысла. *Развитие личности*. 2003. №1. С. 47-76.
5. Порус В. Н. Рациональность. *Гуманитарная энциклопедия: Концепты* [отв. ред. А. В. Агеев]. Центр гуманитарных технологий 2002 – 2019. URL: <https://gtmarket.ru/concepts/6929>
6. Труфанов Д. О. Рациональность как социологическая проблема. постнеклассический (универсумный) поход. *Социологические исследования*. 2013. URL: <http://naukarus.com/ratsionalnost-kak-sotsiologicheskaya-problema-postneklassicheskij-universumnyy-pohod>
7. Узнадзе Д. Н. Общая психология / Д.Н. Узнадзе [отв. ред. И.В. Имедадзе]. Москва: «Смысл», Санкт-Петербург: «Питер». 2004. 413с.
8. Юнг К. Психологические типы. [пер. София Лорие, ред. В. Зеленский]. Центр гуманитарных технологий . 2011. URL: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/4132>

#### Spysok vykorystanykh dzherel

1. Gert B. Racional'noe i irracional'noe v povedenii cheloveka. Moral' i racional'nost' / Gert B. [red. R.G. Apersjan.] Moskva: IFRAN, 1995. 197 s.
2. Husieva N.T. Poniattia irratsionalnosti u naukovykh rozvidkakh. *Aktualni problemy psikhologii*: Zbirnyk naukovykh prats Instytutu psikhologii imeni H.S. Kostiuka NAPN Ukrainy. Tom VI: Psikhologhiia obdarovanosti. 2019. № 16. S. 294-303.
3. Dobren'kov V.I., Kravchenko A.I. Sociologija: v 3-h tomah: slovar' po knige. Moskva: Sociologicheskij fakul'tet MGU im. M. V. Lomonosova. 2003- 2004. URL: <https://www.psyoffice.ru/slovar-s215.htm>
4. Kolesov D. Psihologija smysla. *Razvitie lichnosti*. 2003. №1. S. 47-76.
5. Porus V. N. Racional'nost'. *Gumanitarnaja jenciklopedija: Koncepty* [otv. red. A. V. Ageev]. Centr gumanitarnykh tehnologij 2002 – 2019. URL: <https://gtmarket.ru/concepts/6929>
6. Trufanov D. O. Racional'nost' kak sociologicheskaja problema. postneklassicheskij (universumnyj) pohod. *Sociologicheskie issledovanija*. 2013. URL: <http://naukarus.com/ratsionalnost-kak-sotsiologicheskaya-problema-postneklassicheskij-universumnyy-pohod>
7. Uznadze D. N. Obshhaja psihologija / D.N. Uznadze [otv. red. I.V. Imedadze]. Moskva: «Smysl», Sankt-Peterburg: «Piter». 2004. 413s.
8. Jung K. Psihologicheskie tipy. [per. Sofija Lorie, red. V. Zelenskij]. Centr gumanitarnykh tehnologij . 2011. URL: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/4132>

**Guseva, N.T. Manifestations of irrationality in electoral choice.** Using questionnaires, interviews and expert assessments, the author examines the psychological features of young voters' justification of their electoral choice. Voter irrational decision-making is described as a common electoral strategy. The advantage of young people's irrational electoral choice is due to their emotional involvement in the electoral process and their lack of competence / awareness, their susceptibility to common myths, common practices, stereotypes and paternalistic system of social functioning. The author argues that the perception of irrationality is based on the premise that goals or results are achieved using a balanced algorithm of sequential actions or steps. At the same time individuals overlook their emotional perception of the goal and each intermediate stage as well as their personal and group experience of the effectiveness of such steps in similar situations, which may affect personal behavior and decisions.

Based on the results of a pilot study, it was found that at least 52 out of 78 decisions (66.67% of the total number of respondents) were irrational. At the same time, out of 52 people who made an irrational choice, 35 people assessed it as reasonable and well-balanced. Such an (illusory) interpretation of their own decisions may be an effect of the myth that only a well-thought-out decision is right and worthy of respect. The results of the pilot study suggest that irrationality is not a dichotomous personal feature, but rather an integrative characteristic of various psychological phenomena, which may manifest as certain psychological effects in choice-making.

*Key words:* youth electoral choice, electoral behavior, irrationality, reflexivity, reasoning, choice awareness

#### Відомості про автора

**Гусева Наталія Тарасівна**, аспірантка Інституту соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України, м. Миколаїв, Україна.

**Guseva, Natalia Tarasivna**, PhD student, Institute of Social and Political Psychology, National Academy of Educational Sciences of Ukraine, Mykolaiv, Ukraine.

*E-mail:* itismy1post@gmail.com