

Τι μαθαίνουμε από την ψυχολογία για τον τρόπο με τον οποίο ψηφίζουμε;

Τα τελευταία χρόνια ποικίλα ερευνητικά δεδομένα που αφορούν την πολιτική μας συμπεριφορά καταλήγουν στο ότι αυτή στηρίζεται στο συναίσθημα και όχι στην κριτική μας ικανότητα:

- Η ψήφος εκφράζει το συναίσθημά μας, το οποίο μπορεί να κυμαίνεται από τον φόβο, τον θυμό, την αδιαφορία έως την ελπίδα και τη χαρά. Σχετίζεται πολύ λιγότερο με τις συνέπειες που μπορεί να έχει η εφαρμογή του προγράμματος του συγκεκριμένου κόμματος και αυτό φαίνεται εύκολα αν ρωτήσει κανείς τους υποψήφιους ψηφοφόρους για το πρόγραμμα του κόμματος το οποίο ψηφίζουν και πόσο συμφωνούν με αυτό. Οι περισσότεροι εξ αυτών δεν θα μπορούν να απαντήσουν με σαφήνεια. Η ανάγκη μας να εκφραστούμε συναισθηματικά μας οδηγεί στο να κατευθυνθούμε στα εκλογικά κέντρα.
- Όταν τα επικρατούντα κόμματα φέρονται να έχουν μικρή διαφορά στις δημοσκοπήσεις, τότε θα υπάρχει μεγαλύτερη συμμετοχή από το εκλογικό σώμα. Περίπου όπως γίνεται στα ποδοσφαιρικά ντέρμπυ. Ελκύουν περισσότερους θεατές. Το κόμμα μάλιστα που φέρεται να προηγείται ελαφρά θα έχει ακόμα μεγαλύτερη συσπείρωση, καθώς η πιθανότητα της νίκης κινητοποιεί περισσότερους.
- Η ιδεολογία κατεξοχήν στηρίζεται στα αισθήματα και πολύ λιγότερο στη λογική. Αν συνέβαινε το αντίθετο, εφόσον είχαμε πρόσβαση στις ίδιες πληροφορίες, θα καταλήγαμε στα ίδια συμπεράσματα και θα λύναμε τα προβλήματα με παρόμοιο τρόπο. Θα εξακολουθούσαμε να έχουμε εκλογές για να επιλέξουμε βουλευτές, εφόσον έχουμε διαφορετικά ενδιαφέροντα, αλλά θα μπορούσαμε να συναινέσουμε στα βασικά ερωτήματα, όπως ποιο είναι το καλύτερο ασφαλιστικό σύστημα για τους Έλληνες, ποιος φορολογικός συντελεστής θα ευνοήσει την οικονομία, με ποιον τρόπο πρέπει να γίνονται οι πανελλήνιες εξετάσεις κλπ. Όμως η πολιτική δεν είναι μαθηματικά, είναι ψυχολογία.
- Ο ψυχολόγος Vittorio Caprara και οι συνεργάτες του κατέδειξαν με τις μελέτες τους ότι οι ψηφοφόροι έχουν την τάση να ψηφίζουν πολιτικούς που έχουν παρόμοια προσωπικότητα με τη δικιά τους, εύρημα που ενισχύει τη συσχέτιση συναισθήματος και πολιτικής ψήφου.

Οι πολιτικοί όμως κινούνται με ένα πολύ διαφορετικό κίνητρο από τους ψηφοφόρους. Χρησιμοποιούν τη λογική τους για να μακροημερεύσουν πολιτικά στοχεύοντας στο συναίσθημα των ψηφοφόρων για να διασφαλίσουν την πολιτική τους μακροήμευση. Η επίκληση στο συναίσθημα είναι μία τακτική που χρησιμοποιείται από τους περισσότερους πολιτικούς επικοινωνιολόγους σε όλον τον κόσμο.

Οι πολιτικοί βασιζόμενοι στις αρχές της πειθούς χρησιμοποιούν επιπλέον τις ακόλουθες τεχνικές, οι οποίες αυξάνουν τις πιθανότητες της επανεκλογής τους:

ΣΥΝΔΕΣΗ

Η σύνδεση είναι μία τακτική για να νιώσετε συναισθηματικά πιο κοντά στον υποψήφιο που ζητά την ψήφο σας, μέσω των προσωπικών εμπειριών σας. Αν είστε νέος, θα βομβαρδιστείτε με μηνύματα που θα παρουσιάζουν νέους και γελαστούς ανθρώπους να έχουν ευεργετηθεί από μία συγκεκριμένη πολιτική. Η σύνδεση μπορεί να γίνει με αρνητικό τρόπο, για παράδειγμα δημιουργείται ένα διαφημιστικό μήνυμα στο οποίο ο αντίθετος υποψήφιος προβάλλεται ως κακό άτομο (θετικό συναίσθημα οδηγεί σε συμπάθεια).

ΣΥΓΧΥΣΗ

Η σύγχυση είναι μία τακτική, κατά την οποία ο ψηφοφόρος αποσυντονίζεται από το πραγματικό πρόβλημα, λόγω παρεμβολών. Για παράδειγμα, ενώ πρόκειται να ψηφιστεί ένα πολύ σημαντικό νομοσχέδιο, το οποίο όμως θα προκαλέσει αντιδράσεις, προβάλλεται ένα

άλλο επίσης αρνητικό, αλλά λιγότερο σημαντικό, με στόχο να αποσυρθεί για να κερδίσει αρχικά την επιστοσύνη των ψηφοφόρων δημιουργώντας το αίσθημα του δικαίου (δικαιώθηκα, σεβάστηκαν τις αντιρρήσεις μου). Στη συνέχεια ψηφίζεται το βασικό νομοσχέδιο με πολύ μικρότερες αντιδράσεις (συναίσθημα εμπιστοσύνης).

ΑΝΤΙΘΕΣΗ

Η αντίθεση χρησιμοποιεί στοιχεία για να αποσαφηνίσει πραγματικές ή όχι διαφορές. Τονίζουν τις διαφορές που υπάρχουν μεταξύ δύο κομμάτων, μεταξύ του ενός υποψηφίου και του άλλου. Οι διαφορές μπορεί να είναι πραγματικές, μπορεί και κατασκευασμένες για παράδειγμα να βασίζονται σε υποθέσεις ή σε φωτογραφίες από το προσωπικό παρελθόν κάποιου κλπ.

ΠΑΡΑΛΕΙΨΗ

Η παράλειψη στοιχείων παρουσιάζει τα λόγια του άλλου υποψηφίου ή το πρόγραμμά του αφαιρώντας θετικά στοιχεία ή και σε κάποιες φορές προσθέτοντας αρνητικά για να μπορέσει να τον αποδυναμώσει, ώστε να χάσει τους δυνητικούς ψηφοφόρους (συναίσθημα ματαιώσης).

ΕΠΑΝΑΛΗΨΗ

Η τεχνική της επανάληψης στηρίζεται στη βάση της πλύσης εγκεφάλου. Αν λες κάτι ξανά και ξανά, κολλάει στο μυαλό του άλλου που στο τέλος καταλήγει να το πιστεύει γιατί το ανακαλεί από τη μνήμη του με αποτέλεσμα να του φαίνεται οικείο (συναίσθημα οικειότητας).

Αυτές είναι μόνο μερικές από τις τεχνικές που χρησιμοποιούνται για να την εξασφάλιση περισσότερων ψηφοφόρων στηριζόμενες σε μία ιδεολογική πάντα βάση.

Για να είμαστε ειλικρινείς όμως είναι μάλλον απίθανο μία ιδεολογία να υπερτερεί όλων των υπολοίπων σε όλα τα θέματα, σε κάθε χρονική περίοδο, σε οποιοδήποτε κοινωνικό πλαίσιο. Αντί όμως να επιλέγουμε την καλύτερη δυνατή λύση σε ένα πρόβλημα ανεξαρτήτως της ιδεολογικής προέλευσης του ατόμου που την πρότεινε, έχουμε την τάση να απορρίπτουμε οτιδήποτε προέρχεται από άτομα με διαφορετική ιδεολογία από εμάς. Αυτό και μόνο αποδεικνύει την αδυναμία μας να κινηθούμε λογικά και όχι συναισθηματικά, όταν ψηφίζουμε. Το δίπολο του καλού και του κακού είναι η βάση κάθε ιδεολογίας που σέβεται τον εαυτό της. Και φυσικά οι καλοί είμαστε εμείς και οι κακοί είναι οι άλλοι. Όμως στο βωμό της εκάστοτε ιδεολογίας ενώθηκαν άνθρωποι για να εγκληματίσουν καθόλη τη διάρκεια του 20ου αιώνα.

Ίσως θα ήταν καλύτερο στις επόμενες εκλογές, να διαβάσουμε τα προγράμματα των κομμάτων για τα προβλήματα της χώρας και να ψηφίσουμε για την επίλυσή τους με βάση τη λογική.