

О. В. КОСАХІВСЬКА. ЕЛЕКТОРАЛЬНА ПОВЕДІНКА: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Визначено основні теоретико-методологічні засади і принципи дослідження електоральної поведінки, яка реалізується під впливом низки об'єктивних раціонально-інструментальних та суб'єктивних індивідуально-психологічних чинників. Велику увагу приділено широкій джерельній базі, зокрема напрацюванням українських дослідників електорального процесу.

Ключові слова: електорат, електоральна поведінка, електоральний вибір, методологічний підхід, теорія.

Анализируются основные теоретико-методологические основы и принципы исследования электорального поведения, которое реализуется под влиянием ряда объективных рационально-инструментальных и субъективных индивидуально-психологических факторов. Большое внимание уделено широкой информационной базе исследования, в частности наработкам украинских ученых – исследователей электорального процесса.

Ключевые слова: электорат, электоральное поведение, электоральный выбор, методологический подход, теория.

The article examines key theoretical and methodological foundations and principles of the study of electoral behavior; which occurs under the influence of objective rational-instrumental and subjective individual psychological factors. Much attention is paid to the general knowledge base of research, in particular the practice of Ukrainian scientists - researchers of the electoral process.

Key words: electorate, electoral behavior, electoral choice, methodological approach, the theory.

Вивчення електоральної поведінки громадян є одним з актуальних завдань української політичної науки як теоретичного, так і прикладного спрямування, що зумовлено низкою чинників.

По-перше, в останнє десятиліття в нашій країні реалізовувалися різнорівневі проекти стратегічного й тактичного характеру, які передбачали регулярне відновлення управлінських органів шляхом виборів із залученням у цей процес якомога численнішого населення, яке має право обирати й бути обраним. Виборці, голосячи за певного кандидата чи політичну партію, визначають склад виборних органів влади.

По-друге, необхідною умовою успішності будь-якої виборчої кампанії є дослідження й врахування соціально-психологічних детермінант електоральної поведінки, оскільки поведінка електорату визначається потребами, мотивами, ціннісними орієнтаціями, ідеологічними уподобаннями виборців. Водночас більшість соціально-політичних та психологічних установок, які колись детермінували поведінку електорату, змінилися. І цей процес ніколи не завершиться.

По-третє, кризовий стан політичної та соціально-економічної сфер українського суспільства вимагає систематичного одержання й осмислення інформації про особливості сприйняття громадянами політичних, економічних і соціально-психологічних аспектів суспільно-політичного життя, а також врахування їхніх мінливих потреб, цінностей і намірів. Будь-яка криза – це насамперед прояв

різних суперечностей: від невідповідності нових цілей старим методам їх досягнення до нових вимог, які висуваються до державно-політичних лідерів.

Будь-які радикальні політичні реформи й економічні дії впливають на зміну вимог до сучасних політичних реалій і політичних діячів, від професійних і особистісних якостей яких залежать темпи розвитку демократичних перетворень і те, як вони сприйматимуться у суспільстві. Ефективність взаємодії політичного лідера й електорату багато в чому зумовлена, з одного боку, тим, наскільки він у своїй професійній діяльності враховує вимоги, ціннісні орієнтації, потреби, проблеми населення, а з іншого – особистісними якостями політика, завдяки яким він має можливість реалізувати ці вимоги.

По-четверте, зміна характеру виборів після радянської безальтернативної моделі, економічного егалітаризму та ідеологічного вакууму стимулювала попит на прогнозування результатів виборів, що вимагало опитування громадської думки, спрямованого на виявлення уподобань виборців. Водночас електоральна поведінка – це складний соціально-психологічний феномен, який не можна вивчити тільки за допомогою опитувань – потрібно підключати спеціальні психологічні методи і прийоми, які лише у комплексі можуть дати інформацію для обґрунтованого прогнозу результатів виборів. На відміну від аналізу громадської думки вони вимірюють не тільки вербальну, а й реальну електоральну поведінку.

Дослідження електоральної поведінки – не нове завдання у сучасній політичній науці. Серед дослідників електоральної поведінки насамперед можна виокремити напрацювання зарубіжних прихильників системно-структурного, діяльнісного і біхевіористського та іншого підходів, які ґрунтуються на загальнопсихологічній теорії діяльності (К. Абульханова-Славська, О. Леонт'єв, Л. Рубінштейн); теоретичних і прикладних дослідженнях соціально-психологічних феноменів у політичній сфері (Л. Гозман, Г. Дилігенський, К. Єгорова-Гантмаш, О. Шестопал, О. Юр'єв); психології мас і електоральної поведінки (Т. Адорно, Р. Броуді, Д. Гранберг, Ф. Грінстайн, С. Московічі, Х. Ортега-і-Гассет, К. Роджерс, Дж. Салліван, Є. Фромм, З. Фрейд та ін.), психологічних теорій (Л. Виготський, Т. Келлі, К. Левін, Д. Макгрегор, А. Маслоу, Е. Мейо, У. Оучи, Ф. Хайдер).

Дедалі більшої популярності набуває когнітивний підхід до дослідження електоральної поведінки (М. Бірюков, А. Даугавет, К. Завершинський, Д. Замятін, Д. Норт, С. Попкін, Г. Пушкарьова, В. Сергєєв, Г. Саймон), який акцентує увагу на розумі, свідомості, знаннях як спонукальних чинниках політичної активності. Центральним поняттям підходу стало поняття «когніція», яке поєднує в собі значення двох латинських слів: *cognitio* – пізнання, пізнавання та *cogitatio* – мислення, міркування. Відтак когнітивний напрям насамперед з'ясовує суб'єктивну внутрішню детерміновану логіку політичної поведінки, яка знаходиться у пізнавальній сфері особистості.

Велику цінність становлять концепції, присвячені експлікації різних аспектів проблематики електоральної поведінки та електоральної культури (Ф. Гогель, І. Гомеров, Е. Доунс, П. Лазарсфельд, С. Ліпсет, Г. Почепцов та ін.).

Останнім часом дослідники електорального процесу дедалі більше уваги приділяють регіональній специфіці голосування. Електоральна регіоналістика представлена у працях С. Барзілова, І. Гавриленко, В. Карасьова, О. Куценко, В. Лісничого, Р. Максакової, А. Некряч, О. Радченка, О. Черепанова та ін.

Активізувалися наукові дослідження електоральної поведінки та пов'язаних з ними явищ і серед українських вчених. На особливу увагу заслуговує низка моно-

графічних досліджень, зокрема В. Бортнікова «Політична участь і демократія: українські реалії», Н. Ротар «Політична участь громадян України у системних трансформаціях перехідного періоду», Д. Табачника і О. Верника «Західні виборчі системи: міфи, геополітика і права людини», І. Кресіної і Є. Перегуди «Парламентські вибори в Україні: правові і політичні проблеми», А. Романюка і Ю. Шведа «Партії та електоральна політика», О. Князевої «Електоральна поведінка як соціокультурне явище» та ін.

У працях А. Ручки досліджено зв'язок ціннісних пріоритетів громадян України та політико-ідеологічних орієнтацій («Динаміка ціннісних відданостей населення України: 1991–2000 роки», «Політико-ідеологічні диференціації та ідентифікації»). І. Бекешіною розглянуто політичну диференціацію українського суспільства у зв'язку з електоральною поведінкою, зокрема на парламентських виборах («Вибори 2002: оцінки, мотивація, поінформованість виборців», «Партійні преференції та вибір кандидатів», «Політична структурованість українського суспільства – від виборів до виборів»).

Зв'язок електорального вибору з ідеологічною ідентифікацією проаналізовано у працях О. Вишняка («Вибори як інститут демократії. Виборчі системи. Виборчий процес: чинники та критерії демократичності», «Виборчі технології і електоральні перспективи парламентських виборів 2002 року», «Динаміка ідеологічних ідентифікацій та електоральна поведінка» та ін.).

Серед дисертацій можна виокремити дослідження: І. Поліщука «Електоральний процес постсоціалістичного суспільства: політико-культурний вимір (на прикладі України, Росії та Польщі)», Г. Пилипенко «Електоральний процес у перехідних політичних системах: технологічний аспект», М. Бучина «Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні», Л. Шачковської «Електоральна формула як чинник структурування партійної системи сучасної України», М. Гуйгора «Регіональні особливості застосування виборчих технологій в Україні (на прикладі Чернівецької та Закарпатської областей)», Т. Дешко «Взаємозалежність між виборчою системою та партійною структурізацією суспільства (на прикладі посткомуністичних країн та України)», С. Білоусова «Об'єктивна основа і суб'єктивні фактори електорального вибору населення в умовах суспільства, що трансформується (на матеріалах Південно-Східного регіону України) та ін.

Грунтовну оцінку феномену «помаранчевої революції» осені-зими 2004 р. дають О. Бойко, А. Колодій, С. Кульчицький, М. Михальченко, О. Резнік, В. Степаненко, Т. Стецьків, Ф. Рудич.

Загальновідомо, що інтерес до виборів значно зріс після Другої світової війни – вже наприкінці 1940-х років вивчення електоральної поведінки отримали активний розвиток у вигляді псефології – науки, яка вивчає поведінку електорату¹. Електорат (від лат. *elector* – виборець) – громадяни, які, починаючи з визначеного національним законодавством віку, отримують право голосу для участі у політичних виборах. «Виборці (електорат) – це сукупність громадян, кожному з яких відповідно до виборчого законодавства надано право голосувати за певних кандидатів або політичні партії на виборах»².

Практично усім громадянам демократичного суспільства надається право брати участь у виборах. У різних країнах вік, коли громадяни стають виборцями, відрізняється. Наприклад, в Україні, Росії, Франції право голосу надається з 18

років, в Японії – з 20 років. Проте значна частина людей, які цим правом володіють, ним не користуються. Тому вчені-політологи пропонують характеризувати електорат як коло виборців, які реально голосують за ту чи іншу партію, або кандидата. Український дослідник С. Білоусов пропонує розглядати реальну електоральну поведінку (характерно для політології) та потенціальну електоральну поведінку (характерно для соціології)³. Відтак, електорат – це всі громадяни, які мають право голосу, але можуть реалізувати його або не реалізувати.

Центральним поняттям електоральної теорії є поняття «електоральна поведінка». Розуміння електоральної поведінки, яке домінує серед сучасних політтехнологів, які приділяють їй найбільше значення у своїх розробках прикладного плану, зводиться до сукупності дій, які відображають політичні орієнтації виборців щодо делегування своїх повноважень певним політичним силам чи особистостям у процесі голосування.

Науковці Стаффордширського університету дають більш раціональне, на нашу думку, визначення: електоральна поведінка – це процес прийняття рішення та соціальні чинники, які впливають на моделі голосування. Суголосною є позиція російського вченого А. Соколова: «...поведінка виборців тієї чи іншої країни визначається політичною культурою суспільства та здебільшого чинниками внутрішнього порядку»⁴.

На думку українського дослідника С. Білоуса, привабливість таких визначень у тому, що в них відображені: сам процес прийняття електорального рішення (голосувати чи не голосувати, за кого голосувати чи голосувати проти усіх); по-друге, сукупність зовнішніх (об'єктивних і суб'єктивних) чинників, які визначають електоральну позицію виборця⁵.

Серцевиною електоральної поведінки є прийняття електорального рішення, якому передують індивідуально-психологічні електоральні диспозиції – когнітивні, емоційні й поведінкові. Електоральна поведінка відображає сутність розуміння людьми реальної політичної ситуації, диференціацію населення щодо політичних симпатій і відповідну поведінку під час акту голосування.

На виділенні з основних диспозицій-атитюдів електоральної поведінки ґрунтуються основні теорії прийняття електоральних рішень:

– соціально-структурні (теорія соціальної ідентифікації (П. Лазарсфельд, Ч. Меріам, Х. Гознел, С. Райс), теорія партійної та ідеологічної орієнтації (П. Данліві, Д. Урвін), модель партійної ідентифікації (Дж. Сарторі), **соціально-економічна модель**, парадигма розколів (С.-М. Ліпсет, С. Роккан), «наївний» підхід (Є. Малкін, Є. Сучков), теорія соціокультурних цінностей (А. Зигфрід, Ж. Егела), модель національно-культурної ідентифікації (І. Поліщук));

– диспозиційно-психологічні (модель американського виборця (Е. Кемпбелл, Ф. Конверс, У. Міллер), класична американська модель домінування поведінкових установок (Р. Вольфінгер, С. Розенстоун), теорія електорату, який навчається (Р. Роуз, Я. МакКаллістер), політичної підтримки (Д. Істон, Дж. Денніс), рольова теорія політики (Дж. Мід, Ч. Кулі), моделі еґотичної електоральної поведінки (Г. Бекер), концепція електоральної взаємодії (Д. Гріна і Р. Шакара), теорія політичного обміну (П. Блау, Дж. Б'юкенен), теорія роботизації політики (Б. Скіннер), теорія магічної кулі (Г. Лассуелл, У. Ліпманн), концепція багатотакторної оцінки виборів (Наффільдська школа));

– раціонально-інструментальні (ситуаційна модель (Е. Доунс), теорія колективних дій (У. Райкер, П. Ордецук), теорія ретроспективного голосування (К.

Родерікс, М. Фіоріна, Р. Броді, Л. Дайамонд), споживацька теорія (Х. Хіммель-
вайт, М. Богданова), теорія партійних преференцій (М. Брайнін, Д. Сандерс),
теорія соціального капіталу (Д. Коулман, Р. Патнем, Р. Джонстон, С. Метью);

– когнітивні (теорія змін в установках (К. Ховланд, Л. Фестінгер, Д. Клаппер),
теорії селективного впливу (М. Дефльор, С. Болл-Рокіч, П. Лазарсфельд), теорія
перспективи (Д. Канеман, А. Тверські, Дж. Куатрон), теорія когнітивної
мобільності (Р. Далтон), контекстуальні теорії (Р. Хакфельд, Дж. Спрага, М. Берн-
банк); метафорична модель (М. Осборн, В. Ріккерт, Х. Стелцнер, Дж. Лакофф,
М. Джонсон, Т. Белт, Р. Андерсон, Г. Лассуелл, Г. Завражина, А. Чудинов), політи-
ко-комунікативна теорія (Дж. Заллер), модель центрально-периферійного
засвоєння інформації (Ш. Чейкен, Р. Петті, Д. Качоппо, Г. Пушкарьова), теорія
мотивованого політичного мислення (М. Лодж, Ч. Тейбер), маркетингові (Д.
Видрін, Г. Дилігенський, О. Морозова, Г. Павловський, С. Кара-Мурза, О.
Кудінов, Г. Шипілов).

Характер голосування залежить від низки макрочинників, серед яких характер
політичної системи суспільства, тип політичного режиму, ступінь розвиненості
виборчого права і виборчої системи, рівень соціально-економічного розвитку,
ступінь міцності соціальної структури і наявність численного середнього класу.
Суттєво впливають на формування електоральної поведінки стан суспільної
свідомості, політичної культури та особливості політичної соціалізації у конкрет-
ному суспільстві.

На думку українського дослідника Д. Видріна, «генерує» орієнтації електора-
ту, які визначають його участь, поведінку, сукупність соціокультурних чинників⁶.
Саме цієї позиції дотримується український дослідник І. Поліщук, який пропонує
електоральну поведінку розглядати крізь призму електоральної культури, прита-
маной тому чи іншому суспільству.

Р. Арон вважає політичні процеси, явища політичної сфери життя суспільства
істотними чинниками впливу на електоральну поведінку і врешті-решт на електо-
ральний вибір, який є кінцевим актом політичної участі в його електоральній
формі⁷. С. Верба і Л. Пай диференціювали форми електоральної участі: пасивні
форми політичної поведінки громадян; участь у виборах представницьких
органів; залучення індивідів до вирішення місцевих проблем; політична поведінка
активних учасників передвиборних кампаній; участь політичних активістів, які
поширюють свою діяльність на всю сферу політики; участь у професійно-
політичній діяльності⁸.

У традиційному соціологічно-політологічному розумінні електоральна
поведінка є результатом проявом політичного рішення виборців. Тут можна
погодитися з українським дослідником І. Поліщуком, що ця категорія придатна
для опису поточних, кон'юнктурних процесів голосування. Водночас необхідно
з'ясувати більш глибокий рівень ментальних процесів електорату, який дасть
змогу встановити системний пласт його політологічного визначення⁹.

Відтак електоральна поведінка – це процес прийняття виборцем рішення
щодо участі у виборах та голосуванні за того чи іншого кандидата чи політичну
силу, який базується на реалізації індивідуальної електоральної установки, що
передбачає врахування когнітивного, емоційного та поведінкового рівнів, і
реалізується під впливом низки об'єктивних раціонально-інструментальних та
суб'єктивних індивідуально-психологічних чинників.

Вивчення електоральної поведінки дасть змогу моделювати поведінку політиків, розробляти стратегію і тактику виборчих кампаній, удосконалювати роботу консультантів і політтехнологів з кандидатами, вибудовувати роботу з конкурентами-особистостями, конкурентами-партіями та іншими учасниками електорального процесу.

1. *Нозль Е.* Массовые опросы: Вступление к методике демоскопии. – М.: Прогресс, 1978. – С. 24. 2. *Жуков К.С., Карнышев А.Д.* Азбука избирательной кампнии. – М.:ИМА-пресс, 2001. – С. 9. 3. *Білоусов С.А.* Об'єктивна основа і суб'єктивні фактори електорального вибору населення в умовах суспільства, що трансформується (на матеріалах Південно-Східного регіону України): Дис. ... канд. політ наук. – Мелітополь, 2002. – С. 47. 4. *Соколов А. К.* Вступительная статья / Мангейм Дж. Б. Политология. Методы исследования : пер. с англ. / Дж. Б. Мангейм, Р. К. Ричард. – М.: Весь Мир, 1999. – С. 13. 5. *Білоусов С.А.* Цит. праця. – С. 49-50. 6. *Вьодрин Д.И.* Неостребованные идеи, или об истоках отечественной политологии. – К.: Лыбидь, 1992. – С. 8-9. 7. *Арон Р.* Демократия и тоталитаризм. – М., 1993. – С. 113. 8. *Пугачев В.П., Соловьев А.И.* Введение в политологию: Учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений; 3-е изд. – М.: Аспект пресс, 1996. – С. 288. 9. *Поліщук І.О.* Електоральний процес постсоціалістичного суспільства: політико-культурний вимір (на прикладі України, Росії та Польщі): Дис. ... доктора політ. наук. – Х., 2009. – С. 58.