

Д. Локтіонова

**АНАЛІЗ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ ГРОМАДЯН
УКРАЇНИ В ХОДІ ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРІВ 2006 Р.
ТА ПОЗАЧЕРГОВИХ ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРІВ 2007 Р.**

Політична участь населення в незалежній Україні (а саме, участь у виборах) розуміється лише як механізм зміни влади. Задля можливості подальшого прогнозування політичної участі громадян, широко використовуються електоральні дослідження. Саме завдяки останнім можна дослідити який тип електоральної поведінки домінує в українському суспільстві, та які саме фактори впливають на його становлення.

Тому, на прикладі парламентських виборів 2006 р. та 2007 р., ми спробуємо дослідити та виявити тип електоральної поведінки українського виборця, та фактори впливу за допомогою аналізу результатів провідних політичних партій та блоків. Підсумки виборів до Верховної Ради V та VI скликань демонструють майже тотожні результати, тому що, на наш погляд, вибори 2007 р. – були лише певним технологічним інструментом у боротьбі еліт, та аж ніяк не оновленням єдиного законодавчого органу держави, а навпаки – закріпленням при владі тих груп та політичних тенденцій, які сформувались ще в 2006 році. Тому, на нашу думку, доцільно буде розглядати їх в єдиному контексті.

У політологічній літературі термін “електоральна поведінка” слід розуміти, як сукупність дій та вчинків громадян, які пов’язані з реалізацією місцевих або загальнонаціональних виборів у органи влади, а також їх участю в референдумах [8]. Сучасні дослідники виділяють три основних теоретико-методологічних підходів до вивчення електоральної поведінки: соціологічний, соціально-психологічний та раціонального вибору [8, 3, 6].

Першою серед “класичних” моделей електоральної поведінки стала соціологічна модель. Поява цього підходу відноситься до поч. XX ст. та пов’язана з роботами вчених з Колумбійського університету: А. Зігфріда, П. Лазерфельда, Б. Берельсона та ін. Дана модель базується на тому, що в основі поведінки виборців лежить ідентичність останніх до якоїсь великої соціальної групи [3].

Теорія соціально-психологічного підходу здобула свій розвиток серед вчених Мічиганського університету (Е. Кемпбелл, Ф. Конверс та ін.) в 50-ті рр. XX ст. Представники даної концепції вважають, що голосування виступає інструментом демонстрації виборцями відчуття

відданості, яке вони мають до окремих політичних партій [3]. Виборці вірять, що та чи інша партія повною мірою може висловлювати та захищати їхні інтереси, інтереси тої соціальної групи, з якою вони себе ототожнюють. До того ж, не можна не відмітити, що функція партійної ідентифікації визначається саме в тому, щоб допомогти виборцю у розумінні політичної інформації та визначенні, за яку партію голосувати. Партійна ідентифікація значно полегшує рішення при виборі, адже громадянин, загалом, голосує на основі емоційної підтримки кандидата чи партії.

В 70-90-х рр. XX ст. в електоральних дослідженнях почала широко використовуватись теорія “раціонального вибору”. Класична робота американського науковця А. Даунса “Економічна теорія демократії” розкриває фундаментальне для цієї концепції положення, яке визначається в тому, що кожний громадянин голосує за ту партію, яка, як він вважає, надасть йому найбільшій користі, ніж інша [2].

Російська дослідниця Є. Мелешкіна зазначає, що паралельно зі зниженням впливу “класичних” соціальних розмежувань і фактора партійної ідентифікації виникають нові основи формування політичних уподобань, які пов’язані з постіндустріальною стадією розвитку суспільства. З цього моменту з’являється категорія “нового виборця”, яка характеризується, в першу чергу, мобільністю, нестабільністю політичних переконань, незважаючи на регулярну участь у виборах. Її представники є вихідцями з найбільш освічених середніх прошарків. Вони молоді, добре проінформовані, скептично налаштовані по відношенню до ідеології, позитивно оцінюють політику “відкритості” урядових коаліцій. Їхнє відношення до електоральних процедур визначається позицією споживача. Згідно з цією теорією виділяють дві таких характеристики. По-перше, індивід егоїстичний, тобто прямує до досягнення своїх цілей. Навіть якщо він демонструє альтруїстичну поведінку, то це означає лише те, що такий образ дій є найбільш вигідним для нього в даній ситуації. По-друге, індивід раціональний, тобто він зіставляє результати та витрати, які отримує, намагаючись максимізувати свої вигоди та мінімізувати затрати [3].

У свою чергу російський науковець Г.Голосов зауважує, що раціональний підхід до вивчення електоральної поведінки виборців містить у собі теорію “економічного голосування”, автори якого виявляють залежність електорального вибору від стану економіки. Доцільно буде навести думку відомого дослідника М. Фіоріні, який зазначає, що зазвичай громадяни мають лише один вид порівняно “твердих” даних: вони знають, як їм жилося при даній адміністрації.

Їм не треба знати в деталях економічну чи зовнішню політику діючої адміністрації, щоб судити про результати цієї політики. Тобто, бачимо, що існує прямий зв'язок між економічним становищем громадян та результатами виборів [2]. З цього приводу, Є. Мелешкіна детермінує два типи голосування: “еґоцентричне – соціотропне” та “ретроспективне – перспективне”. При першому виді голосування виборець робить свій вибір, виходячи з оцінки приватного економічного становища, при соціотропному він розглядає економіку країни та результати її функціонування в цілому. При другому підході – ретроспективному – виборцю важливіша оцінка минулої діяльності адміністрації, при виборі перспективного голосування є достатньо важливими очікування з приводу того, наскільки добре в майбутньому буде функціонувати вибраний орган влади [3].

Але, не слід забувати, що окрім раціонального вибору існує й псевдораціональний, для якого властивий периферійний спосіб обробки інформації (на відміну від центрального способу в раціональному голосуванні). Зазначається, що псевдораціональний вибір є більш передбачений, так як його спрямованість порівняно легко виявити шляхом вивчення оточуючого інформаційного середовища. Саме інформаційні потоки, які присутні в суспільстві, підштовхують виборця до відповідних висновків [6]. Даний спосіб характеризується тим, що індивід приймає просто повідомлення, та не має собі на меті глибоко осмислити факт, виборець не здатен критично осмислювати інформацію, яка доходить до нього, тому, в результаті його відношення до об'єктів, які він спостерігає, визначається раніше складеними поглядами та установами. При раціональному виборі на характер міркувань індивіда впливатимуть властиві тільки даній людині система знань та цінностей, та притаманний лише йому спосіб побудови аналітичних зв'язків та індивідуальне уявлення про особисту користь. До того ж, громадянин надає оцінки всім джерелам інформації, які він використовує для аналізу ситуації. Відбувається центральний спосіб обробки зовнішньої інформації, який полягає у всебічному осмислюванні змісту отриманого повідомлення, логіки аргументів, їх оцінці.

З-поміж теорій електоральної поведінки громадян, необхідно зазначити і фактори, що впливають на волевиявлення виборця. На наш погляд, доцільно буде розрізняти довгострокові та короткострокові. До довгострокових можна віднести такі як: регіональні особливості голосування, політичну культуру суспільства, історико-політичні традиції, ступінь політичної соціалізації індивіда, освітній рівень виборця та ін. У свою чергу,

короткострокові фактори включають: ведення передвиборчої кампанії, політичну рекламу, вплив ЗМІ, імідж кандидата та ін.

Отже, аналізуючи результати парламентських виборів 2006 р. та 2007 р. можна дійти до висновків, що для населення України не існує конкретно одного підходу у вивченні електоральної поведінки громадян. Адже, необхідно враховувати фактори впливу, які існують на даний момент. Наприклад, мешканці східної частини країни віддали перевагу Партії регіонів, тому що ототожнюють себе з даної політичною силою, як з певною групою, що здатна виражати їхні інтереси за регіональним принципом, а отже, на практиці підтверджується соціальна теорія електорального голосування. До того ж, не можна не згадати мовне питання, яке “червоною ниттю” проходило крізь передвиборчу програму Партії регіонів на виборах у 2006 р. Завдяки наголосу на мовну проблематику дана політична сила отримала підтримку в російськомовних регіонах (на Сході та Півдні). Тобто, електорат задовольняли ідейні переконання партії та її програмні положення, а отже, мали місце ототожнення та ідентифікація виборця з певної політичною силою. Тому, в даному випадку доцільно буде використовувати соціально-психологічний підхід. Раціональну концепцію голосування демонструють Захід та Центр України. Віддаючи перевагу представникам опозиції (а саме – БЮТ та НУНС), мешканці даних регіонів представляють скептичну налаштованість по відношенню до ідеології правлячої партії (на виборах 2007 р.). У свою чергу, підтвердженням псевдорационального голосування слугує стабільність політичних переконань виборця, для яких властивий фактор передбаченості при умові вивчення інформаційного середовища виборця (наочним прикладом є результати опитувань, що вподальшому підтвердили результати виборів, як у 2006, так і в 2007 р. провідними соціологічними компаніями – Фонд “Демократичні ініціативи”, Київський центр политических исследований и конфликтологии) [9, 10].

Отже, бачимо, що електоральна поведінка громадян характеризується як величина змінна, яка залежить від ряду довгострокових та короткострокових факторів і не є однаковою для всього населення України. При цьому, соціально-психологічна та соціологічна теорії голосування близькі в тому, що вибір громадянина носить експресивний характер. Натомість, раціональна теорія носить інструментальний характер, де індивід повинен вивчити інформацію з різних боків, що йому подається. Але не можна не погодитись з тим, що саме псевдорациональний вибір має також експресивний характер, тому що часто голос індивіда, навіть при

раціональному виборі, залежить від таких чинників як суб'єктивна значущість певних виборів, ставлення до особи кандидата (через його персональні якості або здатність представляти інтереси виборця), звички та поведінку людей із соціального оточення [4]. До того ж, результати виборів у 2006 р. та 2007 р. засвідчили, що для громадян України є характерним “егоцентричний – ретроспективний” тип голосування, для населення важливим є особистий економічний стан та небажання щось змінювати заради покращення свого життя.

1. Голосов Г. Поведение избирателей в России: теоретические перспективы и результаты региональных выборов // Полис. – 1997. – № 4. 2. Голосов Г.В. Сравнительная политология: Учебник. – 3-е изд. – Изд-во Европ. ун-та в С.-Петербурге, 2001. – 368 с. 3. Мелешкина Е. Партии и выборы: Хрестоматия – М.: ИНИОН, 2004. – С. 104-122. 4. Основи демократії: Навч. посібник для студентів вищ. навч. закладів / За заг. ред. А. Колодій; М-во освіти і науки України, Ін-т вищої освіти АПН України, Укр. канад. проект “Демократична освіта”, Інститут вищої освіти. – К.: вид-во “Ай Бі”, 2002. 5. Панина Н. Українське суспільство 1994-2005: соціологічний моніторинг – К., ТОВ “Видавництво Софія”, 2005. – 160 с. 6. Пушкарёва Г.В. Изучение электорального поведения: контуры когнитивной модели – 2003. – № 3. 7. www.vasylchenko.in.ua/akt.pdf 8. www.auditorium.ru/aud/search/index.php?text 9. www.dif.org.ua/ua/archive.vis 10. www.analitik.org.ua/researches