

**ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

*На правах рукопису*

**КНЯЗЄВА Олена Володимирівна**

**ЕЛЕКТОРАЛЬНА ПОВЕДІНКА ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНЕ  
ЯВИЩЕ**

Спеціальність 22.00.01. -

Теорія та історія соціології

**АВТОРЕФЕРАТ**

дисертації на здобуття наукового ступеня

кандидата соціологічних наук

Харків - 1996



00752600 (К)

Дисертація є рукописом

Дисертацію виконано в Одеському державному університеті ім.І.І.Мечникова.

Науковий керівник: доктор філософських наук, професор  
Попова Ірина Марківна

Офіційні опоненти: доктор філософських наук, професор  
Полторак Володимир Абрамович  
кандидат соціологічних наук, доцент  
Куценко Ольга Дмитрівна

Провідна організація - Інститут соціології НАН України  
(м.Київ)

Захист відбудеться "24" вересня 1996 р., о 13 годині на засіданні Спеціалізованої вченої ради Д. 02.02.06. в Харківському державному університеті за адресою: 310002, м.Харків, вул. Мироносицька, 1, соціологічний факультет, ауд. 2 - 29.

З дисертацією можна ознайомитися в Центральній науковій бібліотеці Харківського державного університету за адресою: 310077, м.Харків, пл.Свободи, 4.

Автореферат розіслано "23" серпня 1996р.

Вчений секретар  
Спеціалізованої вченої ради,  
кандидат філософських наук, доцент

Шеремет І.І.

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Вступ

Актуальність теми. Запропонована у дисертаційній роботі тема не є традиційною для соціологічної науки тому, що довгий час виборчі кампанії не були об'єктом досліджень для соціології. Пояснюється це тим, що сама електоральна поведінка не була актом вибору. Становище змінилося у 1989 році, коли вперше в історії СРСР виборець одержав право вибору народних депутатів на альтернативній основі. Значна кількість соціологічних центрів в Україні відгукнулася на нову ситуацію серіями досліджень, присвячених, головним чином, вивченню наміру та поведінки виборців. Одержані результати охоче публікувались у пресі, соціологічні опитування щодо вивчення думки виборців ставали найбільш затребуваними. Однак, глибокого аналізу результатів опитувань і серйозних досліджень свідомості та поведінки виборців не проводилось. Рівень теоретичної розробки вивчення електоральної поведінки залишався невисоким. Переважна частина досліджень була присвячена, по суті, одній темі: хто і де буде голосувати "за", та хто і де - "проти". На жаль, у вітчизняних соціологів не було досвіду спостереження та відповідного теоретичного багажу, які б дозволяли пояснювати та прогнозувати поведінку виборців.

Ситуація дещо змінилась після проведення других виборів Президента України та народних депутатів різних рівнів весною-влітку 1994 року. На цей час був одержаний деякий досвід дослідження електоральної поведінки, як у зв'язку з проведенням референдуму в Україні, так і завдяки підготовці до нової виборчої кампанії.

Відомо: В. Стефанів  
АН УРСР

З'явилися роботи, присвячені проблемі електоральної поведінки, як українських соціологів, таких як Бебик В.М., Головаха Є.І., Кізілов О.І., Кушерець В.І., Навроцький А.І., Оссовський В.Л., Полтораєв В.А., Філінська Л., Хмелько В., так і російських - Березіна Є.В., Бурикін І.Г., Давидов А.А., Комаровський В.С., Туманов С.В., та ін. Цікавий аналіз російських виборів у Державну Думу здійснив професор Мічиганського університету Шляпентох В.Е. (Социологические исследования, № 9-10, 1995.)

Але й сьогодні практично не існує спеціальної соціологічної теорії електоральної поведінки в умовах суспільства, що трансформується. Це можна пояснити такими обставинами. По-перше, ще не накопичено необхідного емпіричного матеріалу. По-друге, поки ще важко адаптувати теоретичний багаж зарубіжної соціології до аналізу електоральної поведінки громадян України.

На відміну від вітчизняної соціології на Заході склалося кілька напрямків вивчення процесу виборів (в залежності від методів дослідження), а саме: статистичний (Г.Тінгстен, Г.Госнел, А.Зігфрід, Р.Барнард, Ж.Пато), - де увага приділяється опрацюванню теоретичних основ систематичних досліджень поведінки виборців на базі статистичних матеріалів; зондажний (Мічиганський університет та ін.) - безпосереднім об'єктом вивчення якого, є представницька модель і на її основі розглядається питання про мотиви прийняття рішення виборцями; монографічні "панельні" дослідження (Лазарсфельд та ін.) дозволяють ідентифікувати тих виборців, які у ході виборчої кампанії змінили своє рішення; у дослідженнях Россі, Даунса, Стоукса, Міллера, Парсонса застосовується системний аналіз при вивченні

поведінки виборців, зв'язується поведінка виборців з існуючою соціальною системою та її частинами.

При вивченні електоральної поведінки громадян України слід мати на увазі перш за все специфіку кризового становища: глибока трансформація громадських структур потребує нових теоретичних і методологічних підходів осмислення умов, які складаються і постійно змінюються.

Основною метою дисертації, яка визначає зміст дослідницької проблеми, є пошук теоретичних положень, які можуть бути покладені в основу спеціальної соціологічної теорії електоральної поведінки як соціокультурного явища.

Відповідно з цим вирішувались такі основні завдання:

- визначення власне соціологічного аспекту вивчення електоральної поведінки;
- розгляд можливостей використання вже наявних соціологічних теоретичних уявлень для аналізу електоральної поведінки в умовах суспільства, що трансформується.

Головній меті дисертації був підпорядкований вторинний аналіз результатів прикладного соціологічного дослідження, проведеного протягом 1990-1995 рр. за участю автора. У зв'язку з цим були вирішені такі конкретні завдання:

- визначені основні об'єктивні та суб'єктивні фактори, які впливають на поведінку виборців;
- складена типологія електоральної поведінки, з використанням прийнятних теоретичних положень;

- виявлені соціально-демографічні, професійні характеристики кандидатсько-депутатського корпусу Рад різних рівнів;

- розраховано коефіцієнт переваги виборцями кандидатів - представників різноманітних соціально-професійних груп;

- зіставлені позиції кандидатів та виборців з основних актуальних питань життя суспільства;

- розглянуте питання про інформаційну базу для прогнозування результатів голосування.

**Теоретична база дослідження.** В літературі, присвяченій вивченню електоральної поведінки, нас цікавив перш за все комплексний підхід до вивчення електоральної поведінки як соціокультурного явища. На жаль, пошук такого підходу показав, що на сьогодні він у вітчизняній соціологічній літературі відсутній. Незважаючи на те, що у деяких роботах (зокрема, Комаровського В.С.<sup>1</sup>) була зроблена спроба знайти теоретичну та методологічну основу для вивчення електоральної поведінки, вона, однак, закінчилась лише простим описом ходу та результатів виборів. Тому довелося звернутися до різноманітних соціологічних та соціально-психологічних джерел з тим, щоб виявити відповідні методологічні та теоретичні положення, які доцільно використовувати для вивчення електоральної поведінки.

Якісним підґрунтям у пошуках основного методологічного принципу вивчення електоральної поведінки стали, перш за все, типоло-

---

<sup>1</sup> Комаровский В.С. Политический выбор избирателя // Социологические исследования. - 1992. - № 3. - С. 23 - 34.; Типология избирателей // Социологические исследования. - 1990. - №1. - С.14-15.

гія соціальної дії М.Вебера, а також основні ідеї представників теорії ролей - Р.Лінтона, Д.Морено, Дж.Міда, Т.Шибутані, П.Бергера та ін. У дослідженні були також використані роботи соціальних психологів (Кон І.С., Леонтьєв А.М., та ін.), філософів (Арон Р., Бурд'є П.) та політологів (Верба С., Вятр Є., Най Н. та ін.). В тому числі був прийнятий до уваги досвід конкретних соціологічних досліджень російських та українських авторів.

**Емпірична база** складається з результатів соціологічних досліджень, що стосувалися проблем електоральної поведінки і були проведені соціологічним інформаційно-дослідницьким центром "Пульс" за участю автора протягом 1990-1995 рр. Емпірична база включає результати 12 опитувань (7 за місцем проживання та 5 телефонних опитувань). Загальне число опитаних складає близько п'яти тисяч респондентів. Автором також здійснено аналіз документів виборчої кампанії, а саме: аналіз інформаційних матеріалів виборчих комісій протягом виборів 1990 та 1994 рр. (списки кандидатів, результати голосування у I та II турах виборів депутатів Рад різних рівней) та статистичних даних про склад депутатів Рад різних рівней. Проведений контент-аналіз передвиборчих програм і анкет кандидатів.

**Об'єкт дослідження** - електоральна поведінка виборців (на прикладі поведінки виборців м. Одеси та області).

**Предмет дослідження** - соціокультурні фактори (суб'єктивні та об'єктивні), що характеризують сучасну електоральну поведінку в умовах суспільства, що трансформується.

Наукова новизна дослідження складається із таких положень, які виносяться на захист:

- конкретизується уявлення про природу соціологічного підходу до вивчення електоральної поведінки, не як політичного явища, а як явища соціокультурного. З позиції такого підходу було здійснено теоретичний аналіз понять “електорат” та “електоральна поведінка”. У роботі обґрунтовується доцільність дослідження електоральної поведінки, з використанням категорій “соціальна роль”, “раціональність вибору” та типології “соціальної дії”. Даний підхід, як показано у роботі, припускає виділення комплексу факторів, які обумовлюють електоральну поведінку та мають соціокультурний характер;

- на базі авторської концепції здійснено емпіричне дослідження поведінки виборців Одеського регіону протягом 1990-1995 р.р., яке підтверджує правомірність обраного підходу. На основі результатів вторинного аналізу емпіричних даних доводиться, що до соціокультурних факторів, які обумовлюють електоральну поведінку, належать такі:

- об’єктивні: стать, вік, освіта, професія, матеріальне становище виборців. (У результаті порівняльного аналізу поведінки виборців у ході виборів 1990 р. та 1994 р. встановлена певна залежність між рівнем активності виборців та їх соціально-демографічними та фаховими характеристиками.)

- суб’єктивні: вербально виражені уявлення громадян про різноманітні сфери життя суспільства, намір щодо участі у виборах, інтерес до виборів тощо;

- здійснена типологія електоральної поведінки на основі фактору рівня активності виборців з урахуванням суб'єктивних та об'єктивних сторін активності (участь або відмова від участі у виборах, знайомство з програмами кандидатів та їх біографіями, час прийняття рішення про вибір кандидата, мотиваційний компонент вибору як вчинка тощо). Виділено і проаналізовано 5 основних типів поведінки виборців: “активні виборці, що приймають участь у виборах”, “пасивні, але ті, що приймають участь у виборах”, “суперечливі /невизначені/”, “пасивні виборці, що не приймають участі у виборах”, “активні виборці, що не приймають участі у виборах”. Показано, що переважним типом поведінки виборців є той, який відноситься до типу ціннісно-раціональної соціальної дії;
- встановлений також факт відповідності позицій та орієнтацій населення до позицій тих кандидатів, які пройшли перший та другий тур виборів (1994р.), що свідчить про певний рівень раціональності.

**Реалізація результатів дослідження та їх апробація.** Основні положення і висновки дослідження були викладені в доповідях на науково-практичній конференції, присвяченій питанням виборів і функціонування органів місцевого самоврядування (м.Одеса, вересень 1992 р.), на конференції аспірантів та студентів - соціологів (м.Одеса, вересень 1994 р.), на семінарах, присвячених розробці стратегії і тактики передвиборчої боротьби, а також в публікаціях автора як в науково-дослідних журналах, так і в місцевій пресі.

**Теоретичне та практичне значення роботи.** Основні ідеї та висновки дослідження дозволяють розширити наукові уявлення про феномен електоральної поведінки. Поглиблюють теорію “соціальної

ролі" і збільшують масштаби її використання. Запропонований і реалізований в дисертації підхід до комплексного вивчення електоральної поведінки як соціокультурного явища дозволяє розкрити не тільки об'єктивний але й ціннісно-смысловий аспект поведінки виборця і створює деякі передумови для спеціальної соціологічної теорії електоральної поведінки.

Основні положення і висновки дисертаційного дослідження можуть бути використані для розробки стратегії і тактики виборчих кампаній, а також прогнозування результатів голосування.

**Структура та обсяг дисертації.** Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку літературних джерел і додатку.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі обґрунтовується актуальність теми, викладаються основні цілі, завдання дослідження, характеризується методологічна та емпірична база, подається наукова структура дослідження.

У першому розділі "Поведінка електората як об'єкт соціологічного дослідження" поставлено три основних завдання: перше - визначити специфіку власне соціологічного підходу до проблеми вивчення електоральної поведінки; друге - визначити об'єкт і предмет соціологічного дослідження поведінки виборців та запропонувати альтернативу "політичному" поясненню електоральної поведінки з акцентом на соціокультурні фактори; третє - представити самостійну програму конкретно-соціологічного дослідження електоральної поведінки.

У першому підрозділі “Специфіка соціологічного підходу до проблеми” дається стисла характеристика різноманітних (філософського, політологічного, правового, соціологічного) підходів до вивчення виборчих кампаній як особливої соціальної ситуації та поведінки виборців.

Особливу увагу приділено позиціям політологів, які займались вивченням поведінки виборців. Це обумовлено перш за все тим, що на відміну від представників політичної філософії та юристів, як відзначив один із відомих французьких політологів Р.Арон: “Вивчення виборів - найулюбленіша проблема політологічної науки”.<sup>1</sup> У зв’язку з цим були виділені основні характеристики політологічного підходу до вивчення проблеми і показано гносеологічну обмеженість такого підходу.

По-перше, політологи (у тому числі - Р. Арон) розглядають виборчий закон і вибори як спосіб функціонування політичного режиму. При цьому припускається взаємозв’язок останнього з соціальною інфраструктурою.

По-друге, велика увага політологами приділяється “механізму поведінки виборців” з точки зору розробки стратегії та технології виборчих кампаній. Вони конструюють “модель виборця”, яка дозволяє передбачити результати виборів та озброїти лідерів політичних партій знаннями, необхідними для впливу на виборців.

По-третє, на підставі детального аналізу політичних поглядів

---

<sup>1</sup> Арон Р. Демократия и тоталитаризм. - М.: Из-во полит. лит-ры., 1994. - С.113.

виборців визначається їх вплив на голосування<sup>1</sup>.

І. нарешті, в-четвертих, особлива увага приділяється політичним настановам, а суспільна думка розглядається як один із видів політичної настанови.

Зважаючи на все перераховане, далі дається власне соціологічна точка зору на електоральну поведінку.

Як відмічає Є.Вятр: "Виникнення соціології поведінки виборця пов'язане з розробкою перспективних досліджень, в яких предметом аналізу стає не стільки певна конкретна ситуація, скільки загальні та найбільш постійні закономірності поведінки виборців."<sup>2</sup> Для соціологів виборча кампанія надає дані про характер рішення, яке приймає виборець, про фактори, які впливають на поведінку виборців. Виходячи з того, що орієнтації тільки на політичні настанови значно зменшують шанси на пояснення та розуміння поведінки виборців, ми у своєму дослідженні аналізуємо ціннісні орієнтації (соціально-економічні, політичні, культурні) виборців, розуміючи під цим думку і переконання, значимі для особистості у рамках існуючого суспільного процесу (рівня суспільного розвитку, стану суспільства).

У другому підрозділі "Дискусія про об'єкт та предмет дослідження" відзначається, що сьогодні серед українських дослідників електоральної поведінки розповсюджена точка зору, згідно з якою поведін-

---

<sup>1</sup>Крылова В.С. Поведение избирателей в освещении французской политологии // Политические отношения: прогнозирование и планирование. - М.: Из-во полит. лит.-ры., 1976. - С.166-177.

<sup>2</sup>Вятр Е. Социология политических отношений. - М.: Прогресс, 1979. - с.121.

ка виборців розглядається як форма виявлення політичної поведінки. У відповідності з цим дається таке визначення електоральної поведінки: “Електоральна поведінка - форма виявлення політичної поведінки громадян з приводу делегування власних повноважень шляхом персоніфікації політичного процесу.”<sup>1</sup> Під електоратом розуміють таке: “Електорат - коло виборців, які голосують за яку-небудь політичну партію на парламентських, президентських чи муніципальних виборах”<sup>2</sup>. Це визначення використовується політологами, які (на відміну від соціологів) розглядають поведінку виборців як проявлення “політичної поведінки”, тобто як поведінку, що реалізується у відповідному політичному середовищі. У даному випадку електоральна поведінка розглядається як форма політичної активності, як опосередкована політична дія. При такому підході у полі зору дослідника знаходяться тільки ті виборці, які безпосередньо включені у політичний процес. Таким чином, об’єктом дослідження є поведінка виборців, які приймають участь у виборах.

Але відомо, що деяка частина виборців зовсім не бере участі у голосуванні (абсентисти), друга - голосує проти всіх кандидатів, третя - за кого-небудь. Будь - яка із перерахованих дій є виявленням певної соціальної позиції, якій віддають перевагу виборці. З точки зору соціології, відповідно, електорат - це не тільки ті виборці, які беруть

---

<sup>1</sup> Візниця Ю.В. Особливості українського електорату в процесі демократизації та становлення національної державності // Автореф. дис... канд. социол. наук. - К., 1993. - С. 13.

<sup>2</sup> Словарь иностранных слов. - М.: “Русский язык”, 1987. - С.579.

участь у виборах, але і ті громадяни, які мають право вибору по закону.

Іншим важливим моментом, який характеризує соціологічний дослідницький підхід, є визначення предмету дослідження. Головна відміна підходів міститься в тому, що політологи відносять поведінку виборців до розряду політичного явища, а з соціологічної точки зору - це явище соціокультурне.

Так, наприклад, Є.Вятр, пропонуючи трактувати поведінку виборців як сукупність громадських відносин, обмежує "громадське" лише соціальним становищем виборців. При такому підході до вивчення поведінки виборців (без посилення на які-небудь універсальні цінності) не враховується суб'єктивно-сміслова сторона громадських відносин, де найбільше виражається специфіка соціальної дії. Відповідно до методологічного підходу М.Вебера, "соціальне" тлумачиться як "соціальна дія". Згідно з Веберівською традицією, електоральну поведінку можна розглядати як акт соціальної дії. Такий підхід до вивчення електоральної поведінки може бути використаний при розробках відповідної спеціальної соціологічної теорії.

У другому розділі "Спеціальна соціологічна теорія електоральної поведінки як дослідницька проблема" було здійснено аналіз соціологічних понять та уявлень, які могли стати передумовою для створення спеціальної соціологічної теорії електоральної поведінки. Відповідно до поставленого завдання уявлялось доцільним вивчення електоральної поведінки з позицій теорії "соціальної ролі" (Морено Д., Мід Дж., Лінтон Р., Шібутані Т., Леонтьєв І. та ін.), теорії "соціальної дії" (Веберівська типологія дії), теорії раціонального ви-

бору (Даунс А., Швері Р., Наумова Н.Ф., та ін. ), які розкривають соціокультурний механізм електоральної поведінки.

При вивченні електоральної поведінки з точки зору "ролевої теорії" у ролі основних понять виступають поняття "соціальної ролі" і "соціального статусу", які наповнюють її (поведінку) ціннісно-смісловим змістом. Ці поняття дозволяють описувати різноманітні форми поведінки (в тому числі і електоральної), опосередковані індивідуальними особливостями людини, соціальними інститутами і культурою в цілому. Теорія "соціальної ролі" через ролеве навчання фіксує один з найбільш важливих механізмів включення людини у суспільство у одному континуумі (тобто у такій системі понять, за допомогою якої уявляється можливим перехід від проблем особи до проблем суспільства і навпаки). Тому роль "виборця" як "соціальна роль" - є одним з важливих механізмів, які включають людину в систему соціокультурних відносин.

Дотепер у рамках вивчення поведінки виборців ролева теорія використовувалась західними політологами, які описували політичну систему як взаємозв'язану ролеву структуру. Причому поняття "роль" використовувалось лише для опису тих індивідів, які були включені у політичний процес. На основі цього американськими політологами С.Вербою і Н.Найєм була розроблена модель політичної участі.<sup>1</sup> Вона будується на виявленні базових політичних орієнтацій особи, які, на їх думку, пояснюють вибір індивідом тої чи іншої ролі і є показаниками включення громадянина у політичний процес.

---

<sup>1</sup> Шестопад Е.Б. Личность и политика. - М.: Мысль, 1988. - С. 108.

Для соціолога, який вивчає поведінку виборців, такий підхід здається недостатнім, тому що приходится вирішувати і інші завдання, а саме:

- виявляти коли, де, у ході яких процесів формується електоральна поведінка;
- якими видами експектацій вона обумовлена;
- на чому основана ідентифікація виборця з кандидатом;
- які межі активності особи у виборі тієї чи іншої позиції (тобто описати різні аспекти ролі виборця) та ін.

Соціологічний підхід до вивчення електоральної поведінки знаходиться у сполученні двох рівнів детермінації: інституціональному і міжособистістному. Перший - передбачає вивчення ролі виборця з точки зору її (ролі) регулярності, пропонованості, заданості і регламентування. На цьому рівні увага приділяється перш за все соціальному статусу виборця (стать, вік, освіта, професія, матеріальне становище). Згідно концепції М.Вебера, кожна статусна група має визначений набір цінностей і правил поведінки, що робить її відмінною від інших. Другий - розкриває процес сприйняття та виконання виборцями загальної ролі. Основними показаниками суб'єктивних мотивів поведінки виборців є ціннісні орієнтації. У відповідності останнім виборець вирішує брати йому участь у виборах чи ні, а також віддає перевагу тому чи іншому кандидатові. Емпіричними референтами у даному випадку є: вербально виражені уявлення про різноманітні сфери життя; намір щодо участі у виборах; інтерес виборців до подій, що відбуваються, який у свою чергу обумовлює ціннісно-раціональний вибір.

Для характеристики соціологічних передумов, які можуть бути покладені до основи спеціальної соціологічної теорії, слід зупинитися на проблемі типології "соціальної дії". Така типологія повинна бути використаною при науковому аналізі "соціальної дії". Як відомо, завдяки способу ідеалізації М.Вебер конструює ідеальні типи соціальної дії: цільово-раціональна, ціннісно-раціональна, афективна і традиційна. Вони розрізняються ступенем важливості для культури і цілей будівництва соціальної науки.

Із соціокультурним контекстом електоральної поведінки пов'язаний ще один важливий елемент соціологічного підходу до її вивчення - уявлення про раціональність вибору. Під раціональністю, згідно Г.Гегелю та М.Веберу, слід розуміти спосіб відношення до життя, тобто наявність деякої системи цінностей.

Проблема раціональності вибору не була достатньо широко висвітлена у вітчизняній літературі. Категорія раціональності вибору в основному розглядалась при вивченні економічної поведінки людини. Прикладне дослідження електоральної поведінки виявило, що не можна зовсім відійти від проблеми раціональності вибору тому, що в уявленнях про раціональну поведінку виборця заховані відмінні орієнтації виборців, які визначають стратегію і тактику його поведінки.

Вивчення напрямів теорії раціонального вибору: прескриптивного, дескриптивного та емпірично нормативного - виявило, що найбільш ефективним у вивченні поведінки виборців є дескриптивний підхід. Але існують складнощі у його використанні - досі не сформані електоральні традиції у вітчизняних виборців.

Основні труднощі використання теорії раціонального вибору зв'язані також з неможливістю синтезу індивідуалістичного і інституціонального підходів до пояснення ціннісно-раціональної поведінки. Ясно також, що в період революційних змін та краху традиційних структур індивідуалістична модель раціональності володіє більшою пояснюючою силою завдяки тому, що зруйнована стара система цінностей і кожний відповідає сам за себе, тобто має свої ціннісні орієнтації. Але для стабільного суспільства більш підходить раціональність, яка є адекватною ролевій поведінці тому, що у стабільному суспільстві чітко окреслені ролі та статуси, а, як відомо, раціонально веде себе та людина, поведінка якої відповідає очікуванням. Наша держава Україна зараз знаходиться у тій ситуації, коли важко використати и адаптувати великий теоретичний багаж зарубіжної соціології, яка має значний досвід вивчення "готових", складених соціальних інститутів, які вже існують, а не властивих процесу перелому, переходу до нових структур і типів громадської організації.

Третій розділ "Виборча активність як процес прийняття "ролі" як тип соціальної дії" присвячений аналізу конкретних механізмів прийняття ролі виборців. Електоральна поведінка аналізується у зв'язку з характеристиками різних особистих, соціокультурних факторів: мотивацією, перевагами, критеріями вибору тощо. Запропонована типологія електоральної поведінки дозволяє інакше поставити проблему прогнозування електоральної поведінки.

У першому підрозділі "Загальна характеристика виборів як особливої соціальної ситуації" виявлені основні мотиваційні фактори такі, як певні соціальні очікування, надії щодо представників влади, які обираються, зацікавленість виборців у результатах голосування.

На основі фактору рівня активності з урахуванням суб'єктивних та об'єктивних сторін активності зроблена типологія рівня активності виборців, які приймали участь у виборах: "активні", "відносно активні", "суперечливі", "відносно пасивні", "пасивні". Основні критерії: рівень активності у виборчій кампанії, мотиваційні компоненти вибору (як вчинок), час прийняття рішення про вибір, об'єктивні характеристики виборців та ін.

Крім типології виборців, які безпосередньо приймали участь у виборах, була сконструйована типологія, яка побудована з урахуванням соціокультурних факторів (об'єктивних, та суб'єктивних), що дає можливість провести більш глибокий аналіз електоральної поведінки в цілому, а саме: "активні виборці, що приймають участь у виборах"; "пасивні, але ті що приймають участь"; "суперечливі /невизначені/"; "пасивні виборці, що не приймають участі у виборах"; "активні виборці, що не приймають участі у виборах". Основні критерії: ставлення до виборів, інформованість, надії щодо наступних виборів, виявленість кандидата, за якого будуть голосувати та ін.

У другому підрозділі "Критерії вибору депутатського корпусу" розглядаються два основні питання: 1) чому виборці голосували за тих чи інших кандидатів, що вони про них знали, коли приймали рішення про вибір, чим керувалися; 2) чи співпадають позиції виборців з позиціями обраних депутатів в основних проблемах життя суспільства (справжні вибори передбачають інформованість населення про позиції кандидатів).

Порівняльний аналіз критеріїв (за об'єктивними та суб'єктивними ознаками) вибору депутатів як у парламент, так і в муніципальні органи влади свідчить, що виборці керувалися більш прагматичними

критеріями, та їх вибір більшою мірою залежав від конструктивних цінностей. Наявність у Верховній Раді багатого суспільно-політичного спектру депутатів від Одеси відображає надії громадян на соціально-економічний розвиток, покращення життєвого рівня кожного з них.

Факт відповідності позицій, орієнтацій населення позиціям тих кандидатів, які пройшли перший і другий тур виборів, у порівнянні з усіма кандидатами, свідчить про те, що вибір як акт соціальної дії відноситься певним чином до раціонального вибору. Виборець здійснює свій вибір усвідомлено настільки, наскільки володіє необхідною інформацією. Зрозуміло, усвідомленість вибору носить імовірний характер і виявляється як тенденція, як більш імовірна поведінка.

У третьому підрозділі “Ефективність інформаційного впливу і прогнозування виборів” досліджується вплив якості висвітлення виборчої кампанії у засобах масової інформації, розглядається таке явище як “ефект фургона з оркестром”, а також робиться спроба виявлення тих факторів, які впливають на прогноз виборів. У ході дослідження виявилось, що головним джерелом інформації про вибори і кандидатів було телебачення та преса. Малоефективним виявилось таке джерело інформації як листівки, плакати; більш діяльними виступи кандидатів на мітингах, перед трудовими колективами.

Автор висловлює власну думку відносно ролі такого явища як “ефект фургона з оркестром” у виборчій кампанії.

Існують різноманітні точки зору з приводу “ефекту фургона з оркестром”, суть якого зводиться до того, що виборці нібито віддають перевагу тим кандидатам, які проголошуються лідируючими на

протязі всієї виборчої кампанії.<sup>1</sup> На думку автора, роль цього явища не слід перебільшувати і розглядати ізольовано від інших факторів. Досвід вивчення виборчих кампаній (вибори 1990, 1994 рр.) показує: якщо популярність якогось кандидата починає падати (за даними опитувань), то відбувається це не завдяки тому, що починає діяти “ефект фургону” і потенційні виборці віддають перевагу лідирующему кандидатові, а завдяки іншим факторам (новій інформації, соціально-економічним перетворенням, які відбулися у той час, тощо).

В роботі також приділяється увага проблемі прогнозування виборів. Використовуючи матеріали прикладних соціологічних досліджень виборчих кампаній, референдумів, що проходили в м.Одесі та області в 1990, 1994 рр., зроблена спроба виявити основні фактори, які впливають на прогнозування електоральної поведінки.

Останнім часом в соціологічній літературі в тій чи іншій мірі вказувалось на різні джерела прорахунків прогнозування: невірне будування вибірки, невірний вибір методу опитування, відсутність підрахунків кількості інформації у доступних для виборця джерелах та ін. Дані, що мають місце в роботі, дають можливість зробити висновки про те, що важливим фактором, який обумовлює глибину та масштаби вивчення електоральної поведінки (що зрештою може вплинути і на прогнозування) є необхідність теоретичного осмислення електоральної поведінки з позиції соціологічного підходу.

В заключній частині сформульовані основні висновки та рекомендації з вирішення виявлених в дослідженні проблем вивчення електоральної поведінки як соціокультурного явища.

---

<sup>1</sup> Петровская М.М. Общественное мнение США: прогнозы и политика. - М., 1977. - С. 78.

Основні положення дисертації відображені в таких публікаціях автора:

1. Содержание и характер социальных представлений // Социальные отношения и интересы в массовом сознании. - Одесса, 1991. - Деп. № 02910015041 ИНИОН РАН. - 0,7 др.арк. в співавторстві.
2. Оценки и поведение избирателей (социологическое изучение избирателей г.Одессы и области) // Харьковские чтения - 94. - Харьков, 1994. - 0,4 др. арк.
3. Электоральное поведение как социокультурное явление // Матеріали науково-теоретичної конференції. - Одеса, 1994. - Ч. 2. - 0,3 др.арк.
4. О критериях выбора депутатского корпуса // Современное общество. - 1994. - № 3. - 0,3 др.арк. в співавторстві.

Knyazeva E.V. Electoral Behavior As Sociocultural Phenomenon.

The dissertation papers is submitted in fulfillment of requirement for the degree of candidate in sociological sciences in speciality 22.00.01 - Theory and history of sociology. Kharkiv State University. Kharkiv, 1996.

The dissertation paper is submitted as a manuscript. It is dedicated to the problem of studying of electoral behavior not as a political but as a sociocultural phenomenon. The characteristic features of sociological approach to the study of electoral behavior are determined in the papers. Sociological concepts and notion are shown which may serve as a precondition for creation of special sociological theory. Electoral behavior is characterized in connection with characteristics of different personal, sociocultural factors: motivation, preferences the paper, criteria of choice etc. The typology of electoral behavior proposed in enables to consider the problem in an aspect different from habitual.

Князева Е.В. Электоральное поведение как социокультурное явление.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук по специальности 22.00.01 - Теория и история социологии. Харьковский государственный университет. Харьков, 1996.

Диссертационная работа представлена в виде рукописи и посвящена проблеме изучения электорального поведения не как политического, а как социокультурного явления. В работе определена специфика социологического подхода к изучению электорального

поведення. Указано на те соціологічні поняття і предствлення, які можуть бути передумовою для створення спеціальної соціологічної теорії. Електоральне поведіння розглядається в зв'язі з характеристиками різних особистісних, соціокультурних факторів: мотивацій, перевагами, критеріями вибору і др. Представлено типологію електорального поведіння, яка дозволяє по новому поставити проблему прогнозування.

Ключеві слова: трансформація суспільства, електорат, електоральна поведінка, соціальна роль, експектації, соціальне явище, соціальна дія, вчинок, абсентизм, типологія соціальної дії, рівень активності, раціональність вибору, соціокультурний фактор, ціннісні орієнтації, "ефект фургону з оркестром", прогнозування виборів.

Підписано до друку 15.08.96. Формат 60×84/16. Папір офсетний.  
Обсяг 1 др. арк. Наклад 100 прим. Зам. №321.

Надруковано в НВФ "Астропринт".  
Одеса, 270058, Французький 6-р, 24/26.  
Тел. 68-77-33, 22-64-84.



1854

438498

A-35429

**AB 35.429**