

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ ТА ПОЛІТОЛОГІЇ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувачка випускової кафедри
_____ О.А. Хомерікі
« ____ » _____ 2022 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО РІВНЯ БАКАЛАВР
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 054 «СОЦІОЛОГІЯ»
ОПП «Соціологічна експертиза соціально-політичних процесів»

Тема: Чинники електоральної поведінки студентської молоді

Текст роботи містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Виконавець: студентка СЛ – 412 Савченко Єлизавета Петрівна

Керівник: кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології та політології Михайлич Олександр Володимирович

Нормоконтролер: _____ Стригуль М.В.

КИЇВ 2022

РЕФЕРАТ

Дипломна робота містить: 79 сторінок, 16 рисунків, 76 посилань на літературні джерела.

Об'єкт дослідження: студентська молодь.

Мета роботи: виявлення причин, які впливають на електоральну поведінку студентської молоді.

Методи дослідження: компаративний аналіз, кількісний аналіз, метод класифікації, аналізу та синтезу, індукції та дедукції, метод опитування – як метод збору інформації, узагальнення.

Предмет дослідження: чинники, які впливають на електоральну поведінку молоді.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішуються наступні завдання:

1. проаналізувати основні теоретичні підходи до вивчення електоральної поведінки в науковій літературі;
2. визначити основні методи дослідження електоральної поведінки;
3. розкрити специфіку студентської молоді як політичного актора;
4. з'ясувати чинники та мотиви участі студентів в у виборах;
5. виявити фактори що впливають на електоральні переваги молоді;
6. дослідити досвід емпіричного вивчення електоральної активності студентської молоді та розробити програму соціологічного дослідження, щодо участі студентів в електоральних процесах.

В дипломній роботі розглянуто мотивацію студентів до участі у виборах, а також фактори вибору кандидатів та партій.

Ключові слова: ЧИННИКИ, ЕЛЕКТОРАЛЬНА ПОВЕДІНКА, ЕЛЕКТОРАЛЬНИЙ ВИБІР, СТУДЕНТСЬКА МОЛОДЬ, АКТИВНІСТЬ.

ABSTRACT

Thesis contains: 79 pages, 16 pictures, 76 referenses to published data.

Object of study: student.

Objective: factors influencing the electoral behavior of young people.

Research: comparative analysis, quantitative analysis, method of classification – analysis and synthesis, induction and deduction, survey method as a method of collecting information, generalization.

Purpose of the study: identification of the reasons influencing the electoral behavior of students.

To achieve this goal in the work of the following tasks:

1. analyze the main theoretical approaches to the study of electoral behavior in the scientific literature;
2. describe the main methods of research of electoral behavior;
3. reveal the specifics of student youth as a political actor;
4. find out the factors and motives of students' participation in the elections;
5. identify the factors influencing the electoral preferences of young people;
6. to investigate the experience of empirical study of electrical activity of students and develop a program of sociological research for students' participation in electoral processes.

In this work we considered the motivation of students to participate in elections, as well as the factors of choosing candidates and parties.

Key words: CAUSES, ELECTORAL BEHAVIOR, ELECTORAL CHOICE, STUDENT YOUTH, ACTIVITY.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ	
ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕНЬ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ	7
1.1. Ключові підходи до вивчення електоральної поведінки в науковій літературі	7
1.2. Основні методи дослідження електоральної поведінки	19
Висновок до розділу 1.....	25
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ	
ПОВЕДІНКИ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ	27
2.1. Особливості студентської молоді як політичного актора	27
2.2. Чинники та мотиви участі студентів у виборах	31
2.3. Фактори, що впливають на електоральні переваги молоді	36
Висновок до розділу 2.....	41
РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ	
ПОВЕДІНКИ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ.....	43
3.1. Дослідження електоральної поведінки студентської молоді: вторинний аналіз.....	43
3.2. Програма соціологічного дослідження на тему: «Електоральна поведінка студентів»	51
Висновок до розділу 3.....	70
ВИСНОВКИ.....	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
ДОДАТОК А.....	88

ВСТУП

Актуальність роботи. Вивчення електоральної поведінки пов'язане з запитом на цю інформацію, яка потрібна як політикам, так і групам, які їх підтримують, а також широкій громадськості. Організація виборів на різних рівнях вимагає глибокого аналізу електоральних уподобань, всебічного врахування об'єктивних та суб'єктивних факторів, що впливають на електоральну поведінку. Проблема електоральної поведінки студентської молоді в умовах суспільно-політичної реальності є надзвичайно актуальною, оскільки очевидно, що побудова демократичного суспільства багато в чому визначається ставленням молоді до виборів та участю у виборчому процесі. Студентська молодь це частина населення будь-якої держави, дії якої з певного часу починають визначати, як буде розвиватися суспільство у внутрішній і зовнішній політиці. Актуальність проблеми електоральної активності студентської молоді обумовлена важливістю, яка відводиться студентській молоді у формуванні нової політичної системи і розвитку політичних процесів. Саме тому важливо, щоб студентська молодь цікавилася суспільно-політичним життям.

Оцінка електоральної активності дозволяє не тільки спрогнозувати хід виборчого процесу найближчим часом, а й визначити рівень прихильності молодого населення країни до демократичних ідей і цінностей, охарактеризувати характер політичної культури молоді. Студенти, завдяки високому освітньому рівню та суспільно-політичній діяльності, динамічній соціальній поведінці, представляють майбутнє країни і, зокрема, майбутнє її управління.

Теоретичних розробок та емпіричних матеріалів які б пояснювали зміст, зміни та тенденції електоральної поведінки саме студентської молоді недостатньо.

Ступінь наукової розробки теми дипломного дослідження.

Першовідкривачами вивчення електоральної поведінки суспільства є дослідники А. Зігфрід , С. Ліпсет. Дослідження А. Зігфріда і Ф. Гогеля стали початком досліджень з'ясування взаємозв'язку між електоральною поведінкою і умовами існування людей (культурні особливості, політичні, географічні, економічні).

Соціологічний підхід дослідження електоральної поведінки належить американським вченим П. Лазарсфельду, С. Роккану і Р. Мейлену. Роботи представників Мічиганської школи сприяли формуванню соціально-психологічних досліджень електоральної поведінки. Заслуга в формуванні такого підходу належить групі вчених на чолі з Е. Кемпбеллом: Ф. Конверс, В. Міллер, Р. Роуз. Вклад в розробку раціонально-інструментального підходу ввели Е. Даунс, М. Фіоріна.

У контексті вивчення політичних орієнтацій студентської молоді великий інтерес представляють роботи Т. Зарицького, В. Добренькова, А. Кравченка, А. Ваторопіной, А. Меренка.

Третя група наукових праць включає роботи, які вирішують цю проблему в масштабах українського суспільства. Вивченням проблематики електоральної поведінки займалися І. Бекешкіна, О. Стегній, В. Паніотто, О.Вишняк, Є. Головаха, Н. Паніна, Ю. Шведа, Ю. Остапець, Д. Позняк.

Сучасні наукові праці, розроблені за останні декілька років включають роботи С. Божьєвої, О. Шинкаренка, І. Ігнатушка, Е. Городецької, В. Чигрина, В. Губенко, В. Полторака.

Об'єкт - студентська молодь

Предмет - чинники, які впливають на електоральну поведінку студентської молоді.

Мета: виявлення причин, які впливають на електоральну поведінку студентської молоді.

Реалізація вказаної мети передбачає вирішення наступних дослідницьких завдань:

- Проаналізувати основні теоретичні підходи до вивчення електоральної поведінки в науковій літературі;
- Визначити основні методи дослідження електоральної поведінки;
- Розкрити особливості студентської молоді як політичного актора;
- Проаналізувати чинники та мотиви участі студентів у виборах;
- Виявити фактори що впливають на електоральні переваги молоді;
- Дослідити досвід емпіричного вивчення електоральної активності студентської молоді та розробити програму соціологічного дослідження.

Методи дослідження. Спираючись на соціологічні, соціально-політичні, політичні праці вітчизняних та іноземних вчених, на основі компаративістського, структурного, функціоналістського та аналітичного методів дослідження було висвітлено різні наукові погляди та підходи щодо вивчення чинників електоральної поведінки. Метод аналізу та синтезу був використаний для узагальнення теоретико-методологічних підходів до соціологічного вивчення електоральної поведінки.

Соціологічними методами дослідження стали анкетне опитування, вторинний аналіз результатів. Засіб аналізу емпіричних даних - статистичний пакет обробки SPSS.

Наукова новизна дослідження: Систематизовані існуючі теоретичні концепції і підходи, уточнено поняття «електоральна поведінка», «студентська молодь»; показана мотиваційна складова та виявлені фактори, що мають значний вплив на електоральну поведінку студентської молоді; дістало подальший розвиток формування нових моделей та концепцій електоральної поведінки студентів.

Емпірична база дослідження включає в себе: результати соціологічних досліджень.

Теоретичне та практичне значення роботи: узагальнення теоретичних підходів може бути використано дослідниками для комплексного розуміння електоральної поведінки студентської молоді, та доповнює наявну теоретичну базу. Результати, отримані в ході дослідження можуть бути використані з метою ознайомлення та вивчення матеріалу для написання робіт на цю тему.

Коротка довідка про структуру роботи. Робота складається із вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел. У вступі сформульовано мету й завдання роботи, визначені методи аналізу даних. У першому розділі здійснюється аналіз поняття та підходів електоральної поведінки в науковій літературі та наводяться головні методи дослідження електоральної поведінки. В другому розділі вже на основі раніше розглянутих підходів виявлені чинники, які впливають на участь та вибір кандидата або партії. В третьому розділі здійснено вторинний аналіз електоральних переваг студентів та спроба виявити мотиви, якими вони керувалися при виборі того чи іншого кандидата. Також розроблена програма соціологічного дослідження відповідно до теми дипломної роботи. Список літератури містить 76 назв.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕНЬ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ

1.1. Ключові підходи до вивчення електоральної поведінки в науковій літературі

Електоральна поведінка - це дії електорату, які базуються на електоральних уподобаннях. За своєю суттю електоральна поведінка населення закріплює контакт індивіда з існуючою сферою політики, показує включення особистості у виборчу процедуру, а електоральні уподобання відображають сукупність суспільно-політичних цінностей та уявлень про владу, кандидатів, партіях і моделей політичної структури суспільства.

Є. Б. Шестопап описує електоральну поведінку як участь у діях, пов'язаних з делегуванням, ототожнюючи себе з голосуванням. У свою чергу голосування вважається основною формою політичної участі.

В політологічній літературі, електоральна поведінка розуміється як «набір дій та вчинків громадян, пов'язаних із здійсненням місцевих або загальнонаціональних виборів, а також їх участю в референдумах» [38, с. 39].

Електоральну поведінку слід розуміти як «набір дій, які виражають політичні орієнтації виборців щодо делегування їх владних повноважень та проявляється в участі (або неучасті) у голосуванні» [59, с. 84].

Визначення електоральної поведінки базуються на двох провідних ідеях: «1) ідея народного представництва, згідно з якою, по-перше, не всі можуть брати участь у відправленні влади, але всі можуть претендувати на таку участь шляхом виборів і, по-друге, інтереси громадян представляють у виборних органах влади обрані ними представники; 2) ідея народного суверенітету, сутність якої полягає в тому, що народ трактується єдиним верховним джерелом влади у суспільстві» [34, с. 15].

«Електоральна поведінка – це один із видів політичної участі громадян, який являє собою спосіб реалізації соціально-політичних орієнтацій виборця в умовах виборчого процесу і є результатом впливу на нього цілої низки об'єктивних і суб'єктивних факторів» [13, с. 8].

На думку О. Вишняка, в сучасній американській та західноєвропейській соціології існують три основні теорії електоральної поведінки, їх також називають класичними.

Соціологічний підхід американських вчених П. Лазарсфельда, С. Ліпсета, С. Роккана і Р. Мейлена відводить вирішальну роль соціальній приналежності індивіда і його соціальному статусу. Емпіричне дослідження, проведене за результатами президентських виборів 1948 року, показало, що вибір виборців визначається не свідомими політичними уподобаннями, а приналежністю до великих соціальних груп, ступенем прояву солідарності індивіда з групою. Таку поведінку виборців назвали експресивною. Ця солідаризація набуває негативного конотації в законі «спіралі мовчання», відкритої Е. Ноель-Нойманном. Згідно з цим законом, виборець може мати думку, відмінну від домінуючої. У такій ситуації він відчуває себе самотнім, публічно не висловлює своє ставлення або навмисно спотворює власну ідею на користь переможних сил, побоюючись опинитися в меншості.

Основні ідеї та методологія в роботі П. Лазарсфельда «Вибір народу, як виборці приймають президентські вибори» заклали основу соціологічної школи вивчення електоральної поведінки, основними тезами якої є: різні соціальні особливості – різне голосування; політичне мислення особистості обумовлено його соціальним мисленням; політичні уподобання людей визначаються їх соціальними особливостями, тобто місцем в соціальній структурі і специфікою соціального досвіду. Крім того, фундаментальним сенсом у наукових висновках П. Лазарсфельда було те, що він підкреслював увагу до виборця як такого, що ще більше змінило принципи вивчення демократичної політики.

Для електоральних уподобань людей виділено три причини: релігійна приналежність, соціальний статус та місце проживання. Голосування залишається не стільки незалежним вибором певної людини, скільки демонстрацією її відносин з певною групою. Ці групи забезпечують більш-менш стабільну електоральну основу. Йдеться не про статичний вибір, а про те, що переваги можуть бути відтворювані за певних умов. Це не означає, що людина, яка належить до тієї чи іншої групи, буде голосувати все життя тільки таким чином: на неї впливає явище «перехресного тиску», тобто перехресних впливів з боку всіляких соціальних структур.

Важливу роль у розвитку підходу відіграла стаття С. Ліпсета і С. Роккана, опублікована в 60-х роках ХХ століття, в якій була представлена модель формування партійних структур і структури уподобань виборців Західної Європи. Вони стверджували, що відмінності між соціальними групами готують соціальну основу для політичних конфліктів, створюючи при цьому проблемний політичний простір і соціальну основу для політичних партій. На думку цих теоретиків, подальший розвиток електоральної поведінки обумовлений ступенем впливу на неї чотирьох можливих типів конфліктів: «1) між центром і периферією; 2) між державою і Церквою; 3) між містом і селом; 4) між власниками і робітниками» [71, с. 50-51].

Будь-який з конфліктів створює розділ у суспільстві, що в свою чергу визначає структурування підтримки партій і безпартійних кандидатів на виборах. Розколи - це довгострокові структурні конфлікти, які призводять до протилежних позицій, які можуть або не можуть бути представлені партіями. Розкол - це поділ на основі якогось аспекту індивідів, груп або організацій, серед яких може виникнути конфлікт. Поняття «розкол» включає в себе два типи: структурний і істотний. Існують три структурні елементи: поділ (розмежування, що існує між соціальними групами), конфлікт (усвідомлення диференціації) і організаційний (організація для захисту ідентичності та цілей групи).

Як показали дослідження, проведені С. Ліпсетом і С. Рокканом, найбільш поширеним типом розколу є диференціація на власників і робітників, а в суспільствах, розділених за етнічною або релігійною ознакою, відповідно переважають етнічні та конфесійні відмінності.

У 70-х роках ХХ століття американські вчені С. Верба і Н. Най запропонували «ресурсну» або «середньо-рівневу» теорію електоральної поведінки в рамках соціологічного підходу. В роботі «Участі в Америці» вони показали залежність політичної участі від показників соціального статусу. Дослідження показали, що представники вищого і середнього класів, чоловіки, більш активно представлені в голосуванні. Активізм переважає також серед молоді та людей з високим рівнем освіти [73, с. 336].

Переваги представників соціологічного підходу наступні. По-перше, вони першими привернули увагу до проблеми електоральної діяльності, були «першопрохідцями» в її дослідженні. По-друге, вони розробили перші методи дослідження, які використовуються в даний час (статистичні та соціологічні).

Таким чином, соціологічний підхід відводить вирішальну роль у поясненні електоральної поведінки соціальної приналежності індивідів, дає можливість виявити відмінності в політичних уподобаннях і поведінці окремих соціальних груп, визначити існуючі між ними ідеологічні розбіжності.

На початку 60-х років ХХ століття американські вчені на чолі з Е. Кемпбеллом, П. Конверсом і В. Міллером почали працювати над формуванням теоретико-методологічного підходу до аналізу електоральної поведінки, який згодом отримав назву соціально-психологічного. Такий підхід аналізує електоральну поведінку засновану на солідарності. При цьому об'єктом, з яким електорат виражає єдність, є невелика соціальна група, яка може бути політичною партією, союзом, об'єднанням.

Голосування розглядалося як окремий акт внутрішнього значення. Вирішальним фактором у голосуванні є психологічний зв'язок виборця з тією чи іншою партією, його лояльність і симпатію. Прихильники підходу

вважають, що головним агентом соціалізації є сім'я як фільтр, через який передається інформація, пов'язана з кандидатами - політиками, партіями і соціальними групами. На думку вчених, тенденція підтримки певної партії розвинена у індивіда в процесі ранньої соціалізації. В результаті людина часто голосує за ту ж партію, за яку голосували її батько, дід або ще більш далекі предки. Ототожнюючи себе з певною партією, виборець вважає, що вона найкраще висловлює свої інтереси, не завжди реалістично оцінюючи конкретну діяльність партії і зміст її програм.

Партійна ідентифікація сприймається виборцем не лише як психологічна схильність, але і як індивідуальне значення, від якого важко відмовитися навіть тоді, коли це необхідно заради реалізації власних реальних інтересів. На процедуру формування і характер ідентифікації партії впливає багато умов. Таким чином, американські автори Д. Німмо і Т. Юнгс відводять значну роль соціальній мобільності, стверджуючи, що в міру її формування, в підлітковому віці, коли людина ще визначається з професією, влаштовується на роботу, заводить сім'ю, її особисті переконання можуть почати відрізнятися від батьківських. При цьому трансформація соціального статусу також тягне за собою зміну партійної ідентифікації.

Представники такого підходу як основний спосіб збору емпіричної інформації, використовували панельні соціологічні опитування, які дозволяють володіти величезним масивом даних, структурувати дані за встановленими критеріями, відстежувати динаміку голосування, виявляти рівень впливу на поведінку виборців з різних причин, що не могло не сприяти формуванню електоральних досліджень. Основними перевагами теорії партійної ідентифікації є: - ідея про те, що на виборчу поведінку та вибір виборців впливає не один, а кілька факторів, в той час як їх інтенсивність відрізняється; - приділяється увага психологічним особливостям особистості, які впливають на зроблений вибір і результати голосування загалом. Тобто виборець став активним суб'єктом процесу голосування, набув значення своїх думок, а не

лише об'єктивних умов існування (місце проживання та членство в певній соціальній групі).

Однак в кінці 50-х - початку 60-х років ХХ століття була виявлена певна односторонність такого підходу. Зокрема, соціально-психологічний підхід виявив труднощі як методологічного, так і теоретичного характеру. Незрозуміло, чи слід вважати ідентифікацію партії одновимірною чи багатовимірною: у багатопартійних системах, за наявності значної кількості політичних партій, здатний виборець ідентифікувати себе з кількома партіями одночасно, чи впливає його партійна ідентифікація на ставлення до інших партій тощо; у двопартійних системах електорат часто називає себе незалежним, але на виборах віддає свій голос одній з ведучих партій – яке значення має партійна ідентифікація в такому випадку; – чи існують механізми, що характеризують формування партійної ідентифікації та чи можна коригувати їх роботу; – що відбувається з партійною ідентифікацією в контексті зміни соціальної структури, системної зміни економічної та політичної сфер суспільства; – які методи, окрім панельних опитувань, також вважаються ефективними для соціологічного аналізу електоральної поведінки тощо.

Вчені не раз намагалися синтезувати соціологічні та соціально-психологічні підходи. Британські дослідники Д. Батлер і Д. Стокс створили теорію «партійного образу себе». Від участі у виборах виборець отримує психологічне задоволення від можливості проголосувати за партію, яка дійсно симпатизує та одобрена від свого соціального кола. Таким чином, завдяки голосуванню виборець піднімає самооцінку і відчуває душевний спокій, а це абсолютно варто того, щоб піти на виборчу дільницю. «Теорія схем» є альтернативою «класичним теоріям» електоральної поведінки. У свідомості виборця немає цілісної партійної ідеології в реальності. В його голові різні сфери життя суспільства розташовані у вигляді схем, які характеризують прийнятні способи вирішення різних проблем, які базуються на світогляді

цього виборця. Таким чином, маючи мінімальну інформацію про політичну партію, виборець співвідносить її зі схемами, які для нього більш значущі, і в основі порівнянь легко робить свій вибір, не вдаючись до вивчення програмних положень партії.

Прихильники раціонально-інструментальної теорії електоральної поведінки виходять з того, що раціональні мотиви, засновані на прагматичному розрахунку, є основою електоральної поведінки. Раціональна поведінка в дослідженнях спрямована на максимізацію переваг, які кожен виборець розуміє індивідуально, і на мінімізацію зусиль з вибору. Засновником інструментального підходу є Дж. Шумпетер, який у своїй праці «Капіталізм, соціалізм і демократія» окреслив її основи. Він проводить паралелі між виборчою політикою і ринком товарів і послуг [67].

У праці «Економічна теорія демократії» Даунс розвиває цю теорію, стверджуючи, що кожен громадянин голосує за партію, яка, на його думку, дасть йому більше переваг, ніж будь-яка інша. Варто підкреслити, що сам Е. Даунс вважав, що головне місце в певних оцінках відіграють ідеологічні міркування. При цьому така інтерпретація підрахунку виборців суперечила даним емпіричних досліджень, які не вказували на значний рівень ідеологічної упередженості електорату. М. Фіоріна вважає, що взаємозв'язок між економічними факторами та раціональною електоральною поведінкою є найважливішим аспектом при прийнятті рішень на виборах, оскільки виборці враховують своє фінансове становище за попередньої адміністрації. Таким чином, автор робить висновок, що існує досить сильна кореляція між ситуацією в економіці і результатами виборів, що не обов'язково означає, що люди більше розуміють в економіці, ніж в політиці. Спочатку при голосуванні виборець виходить з того, що саме влада несе відповідальність за стан економіки, якщо жилось добре, то він віддає голос за чинну владу (чинного президента), якщо погано - за опозицію [66].

«Раціональний виборець – це індивід, який активно включений у політичний і електоральний процес, у тому числі бере активну участь у голосуванні. Такий виборець володіє певним обсягом знань політичної теорії, умінням орієнтуватися у політичній ситуації в країні чи регіоні, має певні здібності до аналізу політичної інформації і раціонального зважування цілей, тобто спроможний виважено приймати рішення при голосуванні» [42, с. 368].

Теорія раціонального вибору ставить в центр наукового дослідження безпосередньо індивіда, як раціональну людину, так званий принцип методологічного індивідуалізму, тобто прийняття всіх політичних інститутів, політики в цілому. По-друге, значущість індивідів має на увазі ймовірність встановлення власних переваг відповідно з найбільшою користю. По-третє, обмін діяльністю. Індивід діє не поодинокі в суспільстві, але є взаємозалежність: поведінка індивіда здійснюється в конкретних інституційних умовах і під впливом інститутів. При цьому індивід не адаптується до інститутів, а прагне змінити їх своїми інтересами. Інститути можуть змінювати порядок преференцій, це не означає, що змінений порядок був визнаний вигідним за цих обставин.

У теорії раціонально-інструментальної поведінки значне місце відводиться поняттю "асиметричної" економічної поведінки, згідно з якою, з одного боку, виборці висловлюють готовність покарати владу за неефективну економічну політику, а з іншого - не завжди прагнуть заохотити уряд до успішного економічного курсу.

На сучасному етапі раціонально-інструментальна теорія (значний внесок внесли Пауелл і Віттен, а також Кларк і Уїтлі) додає до економічних детермінант ідеологічні позиції партій і політичного контексту. Широке коло питань, що вивчаються в рамках теорії раціонально-інструментальної теорії, пов'язане з факторами, що впливають на електоральну поведінку.

В рамках розглянутої теорії існує два явища – «егоцентричне» і «соціотропне» голосування. У разі «егоцентричного» голосування виборці

голосують виходячи з власної економічної ситуації. «Соціотропічне» голосування має на увазі за основу голосування оцінку становища суспільства в цілому. Крім того, йде дискусія про поширеність ретроспективного або перспективного голосування, тобто ретроспективну оцінку результатів роботи уряду або очікування майбутнього успіху уряду.

Крім того однією з проблем, що виникла перед представниками соціально-психологічної теорії, була динаміка електоральних уподобань. Представники раціонально-інструментальної теорії, вивчаючи це явище, зіткнулися з так званою проблемою «роздільного голосування», яка тягне за собою «роздільне правління». Роздільне голосування вивчали Е. Кемпбелл, Е. Тафт, Дж. Крамер і ряд інших дослідників. Суть роздільного правління полягає в тому, що іноді на виборах виконавчого органу електорат віддає перевагу політичним силам одного кінця спектру, а при виборі законодавчого органу - іншого. Часто ці сили знаходяться в стані опозиції. Роздільне голосування можна пояснити наступними факторами: розмір виборного інституту, соціально-культурні та демографічні особливості електорату, особливості виборчих систем, час виборів представницьких інститутів [36].

Важливо відзначити, що вивченням електоральної динаміки займалися і європейські дослідники. Наприклад, Р. Дінкель прийшов до висновку, що партії, які виграли загальнонаціональні вибори в Німеччині, часто програвали на рівні виборів до місцевих представницьких органів [65].

Погляд на динаміку електоральних уподобань через призму концепції первинних і другорядних виборів запропонували К. Рейф і Г. Шмітт, які прийшли до висновку, що електоральна поведінка на виборах першорядного значення (іншими словами, на виборах найважливішого політичного інституту) відрізняється за низкою показників від електоральної поведінки на вторинних виборах, тобто інституту, який має менший вплив. Щоб пояснити це явище, дослідники визначили ряд особливостей, які відрізняють первинні вибори від вторинних. По-перше, вторинні вибори мають нижчу явку. По-друге, результат

вторинних виборів – це скоріше результат ідеологічного конфлікту між політичними партіями, ніж зіткнення проблемних позицій чи самих партійних лідерів. Третя особливість вторинних виборів полягає в тому, що часто опозиційні партії користуються значною підтримкою, а провладні партії не отримують необхідної кількості голосів. При цьому відбувається своєрідне протестне голосування, коли громадяни, які голосували за опозиційні партії, висловлюють невдоволення політикою уряду [72].

Основним недоліком, притаманним раціонально-інструментальній теорії голосування, є слабка пояснювальна сила аргументів щодо явки виборців. У цьому сенсі голосування не є раціональним, оскільки пов'язані з ним «витрати» не компенсуються отриманими вигодами.

«К. Черкашин вважає, для дослідження електоральної поведінки виборців близький до електоральної географії екологічний підхід» [57, с 19]. Географія була єдиним джерелом інформації з питань орієнтації голосування тривалий час. При цьому на основі оцінки офіційних результатів виборів електоральна географія будувала власні висновки, які були агреговані та відображені на різних територіальних рівнях (виборча дільниця, кантон, департамент тощо).

Для виявлення закономірностей у електоральній поведінці населення А. Зігфрід проаналізував електоральну статистику, тобто дані офіційних установ про попередні виборчі кампанії. Він першим застосував метод картографування в цій сфері, дозволивши порівняти географічні, економічні та соціально-культурні змінні з результатами виборів.

Методи електоральної географії базувалися на візуальному порівнянні і не дозволяли встановити міру впливу певних факторів. Методологічні висновки Зігфріда були в подальшому розроблені представниками соціально-екологічного підходу до вивчення електоральної поведінки, що полягає у виділенні ключових, екологічних одиниць, до яких включають результати взаємодії природних, історичних, економічних, політичних, соціально-

культурних та інших факторів і тих, що визначають напрямок електоральних орієнтацій.

І. Зігфрід спирався на дослідження впливу географічного фактора на результати голосування у Західній Франції. Він виявив, що деякі райони цієї частини Франції постійно голосують за правих, а інші - за лівих. При цьому була виявлена певна стійкість політичної орієнтації виборців у цих зонах, що дозволило А. Зігфріді заявити про існування стабільного місцевого «політичного темпераменту», який виражається у електоральних позиціях виборців. Під політичним темпераментом А. Зігфрід мав на увазі спосіб існування, поведінки, реакції на вплив причин, так само, як організм реагує на вплив клімату або певної інфекції на нього.

Там, де розселення носило дисперсний характер, і де було встановлено панування власників землі, електорат голосував з «консервативних позицій», тобто за збереження складеного стану справ, за правих. І навпаки, там, де поселення було більш концентрованим і де було достатньо дрібних і середніх землевласників, населення голосувало за лівих, тобто за зміни. Чим пояснюється наявність такого ставлення? Морфологія поселення та поділ власності на землю встановлюють відносини між соціальними групами, а також цінності, що діють у цих групах.

Головне значення у формуванні цієї теорії надав Ф. Гогель. Гогель приділяв значний інтерес соціальним і структурним впливам. Ключем до вирішення дослідницьких проблем він розглядав порівняння соціальної структури видів поселенської та політичної поведінки. Але багато положень цієї школи критикує соціолог Р. Арон. Він заявив, що екологічний аналіз і методи, засновані на вивченні взаємозв'язку між соціально-професійними змінними і поведінкою виборців, не зводяться один до одного. Критика Аарона містила достатньо раціональних моментів. Раніше основним об'єктом спостереження була територіальна одиниця, яка виділялася серед інших

набором певних факторів, зокрема соціальним складом. Тепер такий об'єкт став соціальною групою зі своїми характеристиками.

Загалом формування досліджень в рамках «екологічної» школи отримало більш прикладну спрямованість. Ключова увага була зосереджена на формуванні статистичних методів дослідження агрегованих кількісних даних для прогностичних цілей.

Узагальнена модель електоральної поведінки, яка поєднує компоненти класичних моделей, називаються когнітивною моделлю. Когнітивна теорія - це ідея впливу соціального середовища на політичну поведінку людей. Вона враховує як фактор інформаційного впливу навколишнього середовища, так і когнітивні здібності особистості. Авторами такого підходу є Р. Харкфельд,

Д. Спраг, М. Ложд. Слід зазначити, що когнітивна модель фокусується на власній роботі людини з політичною інформацією, оскільки – при всій важливості зовнішніх структурних факторів, соціального середовища індивіда і політичного нормативного порядку – саме внутрішні пізнавальні процеси, які переживає кожен суб'єкт, визначають його поведінку в контексті політичних подій.

Модель ґрунтується на трьох емпірично верифікованих твердженнях, які піддаються операціоналізації: 1) індивід здатний здійснювати електоральний вибір тільки в інформаційному середовищі, в якому представлені різного роду повідомлення; 2) індивід зобов'язаний володіти специфічною «внутрішньою інформацією» - знаннями і пред'явленнями, засвоєними в процесі політичної соціалізації; 3) існують спеціальні когнітивні механізми «стикування» зовнішньої і внутрішньої інформації, які забезпечують сприйняття, представлення, оцінку вхідної інформації.

Використання практично всіх відомих на сьогодні подібних моделей (соціально-демографічної, соціологічної, соціально-психологічної, партійної ідентифікації, раціонального вибору, «економічного голосування», маркетингової) не дає повного уявлення про реальну електоральну поведінку

виборців внаслідок впливу низки соціальних та інших чинників. Розглянуто можливості доповнення цих моделей аналізом та використанням у цих процесах різних соціокультурних чинників – від вищих, генеральних установок особистості до установок ситуативних, що дає змогу певною мірою підвищити ефективність організації виборів та прогнозування їх результатів [43, с. 84].

1.2. Основні методи дослідження електоральної поведінки

К. Телегіна виділяє три етапи передвиборчої кампанії: «1) стадію пасивної підготовки до виборів, коли відбувається вивчення суспільно-політичної ситуації; 2) стадію цілеспрямованої підготовки до виборів, коли формуються виборчі штаби, визначається стратегія і тактика ведення виборчої кампанії, аналізуються можливості суперників; 3) стадію активних дій, під час якої проводяться регулярні заміри електоральних установок і будується прогноз результатів голосування» [51, с.30].

Вивчення виборчої практики може бути реалізовано лише за допомогою набору методологічних прийомів.

Вивчення показника електоральної активності здійснюється за допомогою сучасних соціологічних методів, насамперед опитування та інтерв'ю, а потім результати аналізуються статистичними методами обробки даних, наприклад, у програмі SPSS або OCA.

Слід зазначити, що електоральні соціологічні дослідження орієнтовані на комплексне використання соціологічних інструментів (опитування, контент-аналіз, аналіз дискурсу, групове інтерв'ю, поглиблене інтерв'ю, експрес-спостереження тощо). Кожен з методів може застосовуватися як самостійний, але і в поєднанні з іншими методами. Інформація, отримана одним методом, додається інформацією, отриманою іншими методами. Опитування - це метод прямого (інтерв'ю) або непрямого (анкетного) збору первинної

вербальної інформації шляхом реєстрації рішень респондентів з питань, встановлених соціологом у координації з цілями і завданнями дослідження. Метою такого дослідження може бути, по-перше, опис розподілу деяких змінних в сукупності. Наприклад, це дає можливість дізнатися, скільки людей планують голосувати за демократів в ситуації, коли вибори відбудуться негайно. По-друге, застосовувати «зрізові» дані для характеристики окремих підвибірок.

Метод інтерв'ю у виборчих дослідженнях характеризується низкою переваг у порівнянні з іншими методами збору інформації: 1. реалізується в стислі терміни; 2. репрезентативний; 3) контрольований; 4. здатність змішуватися з іншими методами збору інформації; 5. може бути прямим ("лицем до лица" з респондентом) і непрямим (телефонне опитування); 6. можливість одночасного використання різних форм спілкування з респондентом; 7. місця можуть змінюватися в залежності від побажань респондента; 8. отримання додаткової інформації від респондента; 9. здійснюється прямий контакт з респондентом, можливе отримання роз'яснень від респондента; 10. можливість своєчасно змінювати зміст анкети інтерв'ю.

Також застосовуються глибинні інтерв'ю у виборчих дослідженнях, але в залежності від цільових установок дослідження можуть відрізнятися за методикою проведення. Таке інтерв'ю дозволяє більш детально вивчати електоральну поведінку - ставлення, причини підтримки певних кандидатів чи партій, виявляти сприйняття електоратом передвиборчої ситуації в країні, визначити лідерів-кандидатів.

З метою найточнішого вивчення особливостей електорату та електорального вибору серед дослідників популярний екзит-пол - опитування на виході з виборчої дільниці. Застосування цього методу допомагає запобігти деяким труднощам, властивим опитуванням, проведеним на передвиборчому етапі. Основними труднощами можуть бути: ідентифікація виборців, їх можливе голосування в загальній кількості виборців і оцінка помилок, до яких

зазвичай призводять рішення прийняте в останній момент. Застосування цього методу дає можливість отримати основну інформацію щодо електорального вибору: лідерів і аутсайдерів політичних перегонів, проаналізувати справжні уподобання електорату. Цей метод дає можливість виявити переваги (точніше, їх кількісні показники) без аналізу мотивів, причин електорального вибору.

Застосовуючи цей метод, дослідники спочатку абстрагуються від якісного аналізу, важливо лише визначити кількість людей, які проголосували за того чи іншого кандидата. На завершальному етапі електоральних досліджень уточнюються основні мотиви участі/неучасті у виборах, фактори, що сприяють прийняттю виборчого рішення. Крім врахування внутрішніх факторів, оцінюється зовнішній контекст виборів. Розгляд зовнішнього контексту має на увазі врахування економічних, політичних та інших ситуацій, які можуть вплинути на вибір виборців. Аналізуючи отримані дані, дослідники шукають закономірності та фактори, які визначають електоральний вибір. Слід також зазначити, що результати, отримані на останньому етапі електоральних досліджень, стають, певним чином, підставою для майбутньої виборчої кампанії.

Структуроване «відкрите» інтерв'ю – це тип якісного інтерв'ю, який використовується, як правило, в експертних опитуваннях, а також при адаптації інструментів для масового опитування (на етапі розробки при пілотажі). У таких інтерв'ю всім респондентам задають однакові питання. Формулювання і послідовність питань задаються строго (тобто під час інтерв'ю неможливо помінятися питаннями, переформулювати їх). Такий вид інтерв'ю при вивченні електоральної поведінки дозволить не тільки адаптувати інструментарій, але і отримати експертний висновок про явища політичної сфери, що цікавить дослідника.

Напівструктуроване інтерв'ю передбачає наявність заздалегідь визначеного списку тем (тематичних блоків), які цікавлять дослідника. Однак, на відміну від структурованого «відкритого» інтерв'ю, можна задавати будь-які

питання в рамках заданих тем. Немає необхідності дотримуватися певної послідовності питань і навіть блоків тем.

Неструктуроване (вільне, наративне) інтерв'ю - це вільна історія на усталену тему, під час якої в пам'яті оповідача неминуче з'являються епізоди, суб'єктивно оцінені ним як найбільш значущі, а, отже, являються «відправною точкою». Під час інтерв'ю задають тільки уточнюючі питання. Додаткові питання задають, як правило, після закінчення розповіді.

Наративне інтерв'ю може використовуватися в дослідженнях, об'єктом вивчення яких є, наприклад, своєрідні категорії електорату, політичної еліти, членів політичної партії або громадського руху, а предметом є соціально-психологічні властивості особистості, процес формування політичних поглядів протягом тривалого періоду життя або процес прийняття рішень в певній ситуації (наприклад, перед виборами).

Кількісний аналіз, проведений за допомогою опитувань, дозволяє накопичити великий масив даних, які, втім, не розкривають глибоких механізмів сприйняття. Тому вони вдаються до якісних методів, які спираються на активність респондентів. В основі якісного дослідження лежить метод фокус-груп. Метод сфокусованого групового інтерв'ю успішно використовується для вивчення іміджу політиків, ставлення до політичних партій і рухів, вивчення причин соціальної напруженості в суспільстві, а також служить основою для здійснення соціального прогнозування. Фокус-групи використовуються при методичному супроводі соціологічних досліджень (перевірка гіпотез).

Фокус-групове інтерв'ю засноване на використанні реальної групової динаміки в штучно створеній групі для встановлення специфіки і особливостей ідей певної соціальної групи про об'єкт дослідження. Традиційно засновником цього методу вважається Роберт Мертон, чия робота «Цілеспрямоване інтерв'ю» (разом з М. Фіске і П. Кендаллом) проголошена класичною. Говорячи про використання фокус-груп у сфері електоральних досліджень, слід

значити, перш за все, що фокус-група дозволяє визначити не напрямок політичного вибору, а саму мотивацію, сукупність пояснювальних схем, за допомогою яких респонденти описують власну поведінку.

Також у виборчих дослідженнях використовується аналіз документів. Добреньков В.І. і Кравченко А.І. при аналізі документів розуміють метод дослідження, при якому джерелом інформації є текстові повідомлення, в будь-яких документах, звітах, публікаціях газет, журналах, в листах, творах мистецтва, ілюстраціях [19]. В першу чергу аналіз документів проводиться з метою вивчення програмних позицій політичних груп та окремих політиків, які беруть участь у виборчих кампаніях. За допомогою цього методу визначаються як особистісні характеристики кандидатів на обрання в різні силові структури, так і особливості викладу цих характеристик засобами масової інформації. Цей метод добре підходить для аналізу передвиборчих програм і історій кандидатів, де дослідники знаходять не тільки збіги і розбіжності в тактиці подальшого розвитку суспільства, а й соціально-демографічні характеристики самих кандидатів. У виборчих дослідженнях цей метод можна використовувати в ситуації вивчення програмних настроїв окремих кандидатів, які балотуються на високі посади, де дослідники зобов'язані розглянути передвиборчу програму і розділити її на тематичні блоки. Результати такого вимірювання продемонструють збіги та розбіжності суджень кандидата щодо конкретних питань суспільно-політичної структури суспільства з тематичними блоками передвиборчої програми.

Необхідно визначити метод спостереження, за допомогою якого можна вивчати електоральну поведінку. У деяких ситуаціях, коли виникає необхідність отримання інформації в екстремальних умовах, спостереження стає чи не єдиним можливим методом вивчення соціальної реальності. Збір первинної інформації відбувається записом подій і умов в області.

Для збору соціологічної інформації на масових заходах може бути використаний метод експрес-спостереження. Особливості організації та

проведення такого виду спостереження залежать від того, на яких масових заходах він використовується: організованих (зустрічі з виборцями, з'їздами тощо) або спонтанних (мітингів, страйків тощо). При спонтанних подіях експрес-спостереження використовується в найскладніших ситуаціях, коли сам факт події несподіваний, коли практично неможливо передбачити, в якому напрямку він буде розвиватися і як будуть себе вести учасники. У процесі експрес-спостереження фіксується як хід самого заходу, так і дії людей, що беруть в них участь, їх психологічний стан, особливості зміни їх настроїв і формування поведінкових установок.

Електоральна поведінка з огляду на особливості функціонування дозволяє дослідникам вибрати стратегію і методи, які є найбільш оптимальними і співвідносяться з методологічними установками, метою і завданнями дослідження. Найбільш оптимальним варіантом вивчення електоральної поведінки, відзначеним багатьма дослідниками, є поєднання якісних і кількісних соціологічних методів. Поєднання і об'єднання методів дозволяє дослідникам повністю розглянути електоральну поведінку як з когнітивної та поведінкової сторін, так і з емоційної сторони. При такому аналізі важливо не тільки вивчити поведінкові особливості, емоційний стан і когнітивну складову електорального вибору, а й вивчити на основі показників соціально-політичного та економічного контексту виборця.

Висновки до розділу 1.

У розділі було розглянуто поняття електоральної поведінки різними науковцями та сутність електоральної поведінки з точки зору різних наукових підходів до її вивчення. Розглядаючи поняття і суть електоральної поведінки, було з'ясовано, що в найбільш повному і загальному сенсі ця категорія є однією з форм ролі людей в політичному житті суспільства, яка характеризується таким критерієм, як демократія, що визначається необхідністю вибору окремих суб'єктів виконавчої і законодавчої влади різного значення. Фундаментальні концепції електоральної поведінки були розроблені дослідниками різних наукових шкіл на основі аналізу суспільств з усталеними політичними системами. Початковий інтерес до виборчого процесу виник задовго до інституалізації виборів, але активні наукові дослідження в цьому напрямку почалися на початку ХХ ст. Зародження соціології виборів відбулося у США, які мають багаторічний досвід агітації, але водночас ця тенденція активно поширилась на Західну Європу (Францію, Німеччину). У контексті вивчення теоретико-методологічних особливостей електоральної поведінки індивідів, перш за все, було встановлено, що електоральна поведінка не може бути сформована у вигляді єдиної моделі. Основними причинами такого аспекту є той факт, що система факторів, що визначають формування моделі електоральної поведінки, досить мобільна. То ж існує чотири основних підходи до вивчення електоральної поведінки: соціологічний, соціально-психологічний, раціональна теорія вибору, екологічна теорія. Особливий інтерес для дослідження психологічних аспектів електоральної поведінки представляє когнітивний підхід до її вивчення, який пропонує розглядати політичні явища у суб'єктивному аспекті, та вказує на активну роль людини у прийнятті політичних рішень та здійсненні політичних дій. Однак для перехідних суспільств із соціально-економічними та політичними змінами характерна

непостійна, а іноді й хаотична електоральна поведінка. Тому класичні теорії не завжди можуть пояснити те чи інше явище.

Виділено два основних способи вивчення електоральної діяльності студентської молоді: опитування та інтерв'ю. Кожен з цих методів має свої переваги і недоліки. Опитування масові, стандартизовані та нестандартизовані, очні та заочні, письмові та усні, інтерв'ю можуть бути експертними, поглибленими. У випадку соціологічного опитування джерелом інформації є самі виборці, їх уподобання, смаки, погляди на проблеми тощо. Принаймні великі соціологічні опитування проводяться перед початком виборчої кампанії, в середині виборчого процесу та безпосередньо перед днем голосування. Опитування громадської думки електорату проводиться для різних цілей. Це може бути отримання кількісних оцінок розподілу думок виборців за задалегідь сформульованим питанням, це може бути отримання додаткової інформації для розробки стратегії і тактики виборчої кампанії. На сьогоднішній день результати опитувань громадської думки складають основу інформаційної бази електоральних досліджень. Результати соціологічних опитувань дозволяють виявити статистично значущі закономірності та тенденції у електоральній поведінці.

РОЗДІЛ 2.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

2.1. Особливості студентської молоді як політичного актора

«Студентство є найактивнішим сегментом молоді з традиційно вищим, ніж у решти молодіжних категорій, рівнем соціально-політичної обізнаності та громадянської (політичної) активності. І саме такі характеристики студентства дозволяють розглядати його як ту соціальну групу, яка спроможна забезпечити відповідні умови для розвитку демократії в Україні» [26]. Молодь більш «утруднений» політичний суб'єкт через свої специфічні психологічні властивості (емоційна нестійкість, екстремальність, нестабільність, незавершеність системи контрольних функцій), поведінка або політична ідентифікація визначаються мобільністю і непередбачуваністю.

Приналежність до певної вікової групи (17-22 роки), один і той же вид діяльності (навчання) і рівень освіти можуть розглядатися як основні характеристики студентів. Також можна позначити інші особливості - концентрацію у великих університетських центрах, «локалізацію» способу життя у вищому закладі, в студентській групі, в гуртожитку, відносну самостійність у виборі варіантів діяльності в навчальний і вільний час. Студенти - це особлива соціальна категорія, сформована з різних соціальних утворень суспільства і характеризується особливими критеріями життя, особливої суспільної поведінки і психології, для якої набуття знань і підготовка себе до майбутньої роботи, в науці, культурі вважається основним і майже завжди єдиним заняттям.

Політичний актор є носієм первісної суб'єктності, яка передбачає накопичення влади з метою її подальшої артикуляції на об'єкті. Практично всі зусилля суб'єкта владних повноважень підпорядковані пошуку оптимальної

формули тиску на об'єкт влади, вираженої в самих різних формах політичної діяльності. Політичний актор починає розуміти, що має право претендувати на свою частку впливу в політичному процесі. Це також зараховується до студентської молоді. Існуючі класифікації політичних акторів можуть бути застосовані для визначення можливостей політичної участі студентської молоді.

Студент може реалізувати себе в політичному процесі як на індивідуальній, так і на колективній основі. Це дає базу для використання класифікаційної моделі, яка відрізняє окремого і сукупного політичного актора. М. Грачов зазначає, що індивідуальний політичний актор - це конкретна, індивідуальна особистість, яка в тій чи іншій мірі проявляє політичну діяльність, яка включає в себе певну взаємодію цієї особистості з політичною реальністю, його діями і орієнтацією по відношенню до політичної практики. Сукупні політичні суб'єкти - це неінституціоналізовані спільноти та суспільно-політичні інститути, діяльність яких є інтегративним результатом взаємодії окремих суб'єктів, що становлять дану громаду чи інституцію, і, відповідно до відомого закону систематизації, відрізняються від простої суми їх особистісних якостей якимись новими кооперативними параметрами. «Політична участь молоді є проявом політичної активності, волі, інтересу, організаторських здібностей у вирішенні політичних проблем, конфліктів, у підтримці політичної системи або її вдосконаленні, перетворенні.

М. Каазе і А. Марш виділяють п'ять груп політичних акторів, які можуть бути застосовані до студентської молоді як політичного актора:

- Неактивний (пасивний). Більшість представників цієї категорії можуть рідко брати участь в політиці, або взагалі не цікавляться нею. Вони читають газети і можуть підписати петицію, якщо їх попросять, деякі можуть взяти участь у виборах.

- Конформісти беруть участь у голосуванні, в діяльності політичних партій, надавати фінансову підтримку партії.

- Реформатори. Вони беруть участь переважно у конвенційних формах, але більш активно. Вони можуть влаштовувати страйки, бойкоти.

- Активісти. Вони найактивніше беруть участь у політичному житті. Форми діяльності в основному є звичайними, але використовуються і нетрадиційні форми участі (участь в публічних вуличних демонстраціях, мітингах та інших формах протесту з недотриманням законів).

- Протестувальники або «повстанці» є реформаторами та активістами, але практично не беруть участі в політичному процесі у конвенційних формах [68].

Ховрін А. і Шаламова Л. наводять деякі ключові перешкоди для активного прояву молоді в суспільстві: - незнання того, куди і до кого звернутися з метою реалізації власних загально визнаних потреб; - лінь; - відсутність досвіду в громадській діяльності; - сумніви в органах державної та міської державної адміністрації; - відсутність інформації про можливість застосування своїх сил в нинішніх умовах; - нерозвинена система стимулювання соціальної активності студентської молоді; - невіра у власні сили.

Г. Алмонд і С. Верба відзначають, що «демократична держава відкриває можливість для простої людини брати участь у процесі прийняття політичних рішень в якості впливового громадянина; тоталітарна держава відводить йому роль «підданого учасника» [1, с. 125]. Ця особливість дає можливість виділити два типи політичної участі (С. Хантінгтон, Дж. Нельсон): 1) автономний (свідома і самостійна модель політичної участі, властива демократичним політичним режимам); 2) мобілізований (примусова участь індивіда в політичному процесі, характерному для традиційних суспільств).

Цікава модель видів політичної діяльності зустрічається у П. Сорокіна, який досліджував активність в контексті психологічного досвіду:

«1) Акти "дозвільно-належні", які є діями, відповідними уявленням про "покірну" поведінку, приписувано-імперативний досвід. Це суть, або акти здійснення прав, або акти здійснення обов'язків;

2) Акти "рекомендовані" - акти, які не суперечать його ідеям вседозволеної поведінки, а уявляють собі надлишок наднормальної розкоші, надлишок над необхідним мінімумом "хорошої" поведінки, що є вседозволеною поведінкою;

3) Акти "заборонені" або "незаконні" - дії, що суперечать поняттям «правильна» поведінка і порушують її «належну» норму поведінки (дії, що суперечать приписувано-імперативним переживанням)» [48, с. 57].

Студенти як політичний актор мають особливу чутливість до того, що відбувається в країні, що визначає її подальші вибори.

В рамках вивчення участі студентської молоді звертається увага на типології, пов'язані з розвитком інформаційних технологій. За ступенем технології політичної участі молоді С. Чірун ділить її на:

1) «не технологізовані (мова йде про низький ступінь раціональності, і тут доречно говорити про політичну поведінку, а не про участь), прикладом можуть бути дії, що виконуються мало структурованим натовпом;

2) традиційно технологізовані (здіянні технології, характерні для традиційних видів політичної участі);

3) інформаційно-технологізовані а (в політичній участі використовується широкий спектр інформаційних та інтернет-технологій)» [58, с. 242-243].

Розглянуті класифікації можуть бути застосовані до студентської молоді, оскільки вони дають можливість оцінити рівень залучення студентської молоді до політичного процесу, і, оцінити ймовірні дивіденди від їх участі.

Аналіз соціально-економічного становища студентів повинен включати в розгляд демографічних особливостей (вік, стать), соціальні показники (приналежність до соціального прошарку, рівень освіти), а також економічне становище студентів (умови проживання, доходи і т.д.

2.2 Чинники та мотиви участі студентів у виборах

Перше питання, яке виникає при вивченні електоральної поведінки студентської молоді полягає в тому, що безпосередньо стимулює їх до активності, чому вони беруть участь у виборах.

Вибірчі дії можуть бути проаналізовані об'єктивними причинами (різними характеристиками соціального статусу), які пояснюють специфіку поведінки окремих груп. До групи зовнішніх, або об'єктивних, відносяться причини, що створюють постійне середовище, в якому молода людина існує і розвивається, незалежно від її волі, зберігаючи особистий вплив протягом тривалого періоду часу. Основними факторами цієї групи є: фактори політичного порядку, соціально-економічні ознаки, стан громадянського суспільства. До суб'єктивних, або внутрішніх, факторів електоральної поведінки відносять ті, які співвідносяться з системою політичних цінностей і орієнтацій особистості, мотивами і цілями політичної участі (самоідентифікація з політичними партіями, символікою, ідеологіями, сприйняттям окремих політичних проблем на даний момент, впливом засобів масової інформації).

Ознакою того, що поведінка студентів на виборах обумовлена суб'єктивними мотивами, може бути наявність інтересу до виборів. Така зацікавленість у результатах виборів може бути виражена в конкретних діях. Тому категорію інтересів можна трансформувати в наступну групу показників:

- знання виборчого законодавства;
- ознайомлення з проектами та біографіями кандидатів, політичними настроями партій та рухів, що беруть участь у виборах;
- ознайомлення з матеріалами ЗМІ про виборчу кампанію, кандидатів, їх програми;
- участь у зустрічах з кандидатом, обговорення передвиборчих тем серед друзів, в університеті, з сім'єю;
- агітація «за» або «проти» конкретного кандидата;

- надання підтримки кандидату в інших формах (фінансовій, матеріальній, моральній і т.д.).

Ці показники дають можливість зафіксувати зацікавленість виборця у виборах на трьох рівнях: пізнавальному (знання, уявлення); оціночному (ставлення виборців до кандидатів) та поведінковому (фіксація рівня активності виборців).

Відповідальність студента (розуміння значущості виборів) є показником, яка характеризує електоральну поведінку. Рівень відповідальності виборця визначається, з одного боку, ступенем розвитку почуття громадянського обов'язку, а з іншого – місцем, зайнятим виборним органом представницької влади в політичній системі країни. В свою чергу громадянський обов'язок, справедливість, патріотизм, відповідальність належать до ціннісних орієнтацій студентської молоді. Частка у виборах фіксується більше серед тих, хто сприймає участь у виборах як особистий громадянський обов'язок.

Важливими є сприйняття норм і цінностей політичного життя, їх порівняння з окремими ідеями, мотивами електоральної поведінки, а також рівнем і змістом освіти молоді. Сюди входять також різні характеристики політичної соціалізації: вік, стать, етнічна приналежність, соціальне походження, престиж, освіта, внутрішнє і зовнішнє політичне становище.

«Дослідники виділяють наступні чинники, які впливають на електоральну поведінку: соціальне походження виборців; соціальна приналежність груп виборців (соціально-економічний статус); соціальне оточення (вплив неформальних і формальних груп); стать, вік виборців; їх етнічне походження та конфесійна приналежність; внутрішня і зовнішня політична ситуація в країні; географічні умови; специфіка політичної культури, маніпуляційні впливи партій та організацій» [31, с. 57].

В рамках соціологічної моделі одним з основних чинників, що впливають на електоральну поведінку, був тиск на людину з боку ЗМІ та референтних груп (сім'ї, друзів, колег тощо) та бажання особистості приєднання до більшості. Цей

механізм тлумачився як «ефект переможця» і було виявлено, що він є одним із загальних регуляторів політичної свідомості виборців.

Заслуговує на увагу підхід до класифікації факторів політичної поведінки населення за послідовністю і способом їхнього впливу, який у політологічній літературі відомий як модель «лійки причинності». Цей підхід дає уявлення про ієрархію та функціонування системи факторів [32, с. 47-53]. В залежності від «лійки» виділяються внутрішні і зовнішні групи факторів. Базові соціально-економічні, культурно-історичні фактори знаходяться у широкій частині «лійки», далі — політичні цінності та орієнтації, позиції виборців щодо певних проблем, оцінка політичних сил і кандидатів. Діяльність ЗМІ, ведення виборчої кампанії, вплив оточення є зовнішніми факторами стосовно «лійки».

На рівень електоральної активності впливають політичні та ідеологічні фактори. Свідомість молоді відображає не лише існуючі соціальні уявлення про сутність та принципи політичної системи, а й реальні процеси політичного життя які знаходяться в конкретному зв'язку з групою та індивідуальними інтересами молоді, які виникають у процесі її формування як суб'єкта соціального відтворення і зміцнюються в ціннісно-сміслових і знаково-символічних образах.

Аналіз соціально-економічних причин формування суспільно-політичної діяльності студентів ґрунтується на розгляді матеріальних умов життя студентів, рівня доходів та майнової стратифікації в студентському середовищі, що в поєднанні впливає на характер суспільно-політичної діяльності представників студентської молоді.

Когнітивний елемент готовності студента до електоральної діяльності виражається в наявності знань про суть виборчої кампанії, усвідомленні важливості електорального вибору. В якості ознак емоційно-вольового елемента допускається аналізувати сприйнятливість до змін, здатність правильно реагувати на те, що відбувається, зрілість здібностей самоорганізації. Важливою причиною активності виборців може стати змінна

мова «можу» (можливість проголосувати), головним чином обумовлюється через такі фактори: доступність повної інформації про кандидатів, простотою процедури голосування в разі неможливості з'явитися на дільницю в день голосування.

Мотиваційний елемент можна емпірично оцінити за низкою характеристик: позитивне ставлення до електоральної активності, сприйняття електорального вибору як цінності, бажання оцінити перспективу своєї участі у виборчій кампанії, незалежність електорального вибору, орієнтація на електоральні вподобання членів сім'ї, товаришів тощо.

Політологи приходять до висновку, що існує 4 види електоральної поведінки.

- традиційний тип. Політична діяльність виправдовується такими мотивами, як сім'я (родичі подають особистий приклад), бажанням виділитися серед однолітків дослідженням чогось нового;

- тип протесту. Соціальна несправедливість, незадоволеність політичною ситуацією в країні, незгода з обраним політичним курсом і юнацький максималізм формують фактори політичної діяльності;

- раціональний тип. Молоді люди хочуть змінити ситуацію в країні на краще, відчуваючи себе особисто зобов'язаними приймати рішення; Деякі молоді люди беруть участь у виборчих кампаніях за перемогу певного кандидата, який відстоює свої політичні позиції. Цей мотив в основному виражений серед опозиційної молоді.

- апатичний тип. При цьому відсутні мотиви участі (політична пасивність) через переконання, що ситуація не зміниться, незнання відомостей про значимість участі і т.д.

Докладніше розглянули мотиваційний елемент через призму класичної теорії необхідності А. Маслоу. Якщо основні потреби переносяться в політичну сферу, то можна припустити, що саме послідовне задоволення певних потреб буде мотивувати людей до політичної участі, наприклад: рівень життя

(фізіологічні потреби), соціальна стабільність (потреба в безпеці), приналежність до політичних організацій (соціальні потреби), статус і авторитет (самоствердження), вираження і реалізація політичних інтересів і поглядів (самоактуалізація).

Подальша діяльність Д. МакКлелланда і Дж. Аткинса продемонструвала, що основними мотивами, що визначають політичну участь, є мотив володіння владою (мотив контролю); мотив досягнення (цілі, успіх); мотив уникнення негативного формування подій; мотив приналежності (налагодження дружніх відносин з іншими). Політична освіта відіграє значну роль у цій групі.

Логічно виділити наступні критерії систематизації факторів: до групи зовнішніх ситуаційних факторів відносяться фактори, які створюються суб'єктами, зацікавленими в мотивації (демотивації) молоді до політичної участі. Основними в цій групі є мережі мобілізації та вербування (рекрутингу), тиску інших, потоку політичної інформації, адміністративного ресурсу, суспільно-політичних подій.

До групи внутрішніх ситуаційних факторів відносяться фактори, які мають короткостроковий вплив на політичну участь, спираючись на інтереси студента в залежності від ситуації. Основним фактором в цій групі є раціональний вибір.

До групи внутрішніх фіксованих відносяться фактори, які впливають на політичну поведінку молодої людини на постійній основі. Основними з них в цій групі є соціалізація, мотивація, освітній рівень.

До групи зовнішніх фіксованих відносяться фактори, що утворюють постійне середовище, в якому молода людина існує і розвивається. Основними з них у цій групі є: політична система, соціально-економічні показники, громадянське суспільство, соціальний капітал.

Поділ на фіксовані, ситуативні фактори умовний. Фактори, що належать до зовнішнього, впливають на розвиток внутрішніх (в суспільстві, в якому задовольняються основні матеріальні потреби людей, на першому місці

задоволення соціальних і престижних потреб, і перш за все в політичній участі); з певним набором внутрішніх причин розвиваються ситуативні (за відсутності політичного інтересу серед молоді навіть найбільш професійно підготовлені агітаційні та мотиваційні технології не дадуть бажаного ефекту).

2.3 Фактори, що впливають на електоральні переваги студентської молоді

Вивчення та узагальнення результатів досліджень представників різних наукових шкіл дасть можливість повністю розглянути причини, що впливають на електоральний вибір студентів. П. Лазарсфальд і група вчених підкреслили, що на вибір голосування впливають «релігійні (зазвичай висока релігійність визначає більш консервативні політичні уподобання, а менш висока - ліберальні або ліві), етнічна ідентичність виборця, приналежність, соціальний клас, соціально-економічний статус, джерело як політичної інформації, так і рівень довіри до них, наприклад, соціальне середовище (сім'я, друзі, однолітки тощо), ЗМІ (телебачення, радіо і т.д.), цифрові комунікації (сайти, соціальні мережі, блоги).

Система цінностей, сформованих у суспільстві, такі як патріотизм, демократія, свобода, рівність, справедливість, традиції, також впливає на електоральний вибір студентів. Партійна ідентифікація (соціально-психологічний підхід) – це механізм електорального вибору. Як правило, модель фокусується на важливості первинної соціалізації учня, в першу чергу заснованої на сім'ї, коли людина формує свою політичну картину світу - картину, яка в подальшому фіксується всіляким соціальним досвідом.

Вплив політичної системи суспільства на зміст електорального вибору контролюється на рівні кожної з його складових. Що стосується інституційної складової - вона встановлює конкретний режим електоральної поведінки

молоді через їхню діяльність у рамках встановленого типу політичного режиму. Також формується ставлення до політичної сфери, рейтинг «довіри/недовіри» до осіб; з'являється орієнтація на певні політичні сили. Комунікативна складова, що описує відносини «влада-суспільство», містить як питання про стан молодіжної політики, так і соціальної політики, яка так чи інакше задовольняє потреби не тільки самої молоді людини, але і його соціального оточення. Нормативна складова формує правову основу електоральної поведінки молоді, оскільки встановлює порядок використання активного виборчого права. Ідеологічна складова знаходиться на стику факторів зовнішнього і внутрішнього характеру - завдяки тому, що вона поєднує в собі складові «політичного попиту» - цінності, установки і стереотипи молодіжної політичної культури, елемент субкультур і контркультур, ідеологічні уподобання самої молоді - з «політичною пропозицією» - різноманітними партіями і політичними силами, зображеними на політичній арені.

У роботі Е. Даунса «Економічна теорія демократії» виборець оцінює реальні кроки претендента, його успіхи, програмні позиції конкуруючих партій або кандидатів з точки зору тих вигод, які він отримає в разі перемоги кожної з них. Така модель може працювати лише за умови ідеальної поінформованості студентів політичного процесу загалом, і виборчого процесу зокрема. На думку М. Фіоріни, важливою причиною раціональної електоральної поведінки є оцінка виборцем його економічного становища. Роблячи вибір, студенти дають оцінку своєму фінансовому становищу або сім'ї при попередній адміністрації.

«Внутрішні мотиватори - політична ідентифікація та політична віра, і діяльність «виробників соціального тиску» (агітаторів) як зовнішня причина безпосередньо впливають на вибір конкретного кандидата» [24, с. 230].

Методологія вивчення причин впливу на електоральний вибір, вперше запропонована А. Кемпбеллом в рамках соціально-психологічної моделі і названа «воронкою причинності». Використання цієї методології базується на

здійсненні політичного аналізу факторів виборчого процесу від макро- до мікрорівня. Відповідно до цієї методологічної моделі дослідження проводиться на п'яти умовних рівнях змінних виборчого процесу: «1) зовнішні причини (підтримка міжнародних фінансово-промислових груп кандидата на виборну посаду або упередженої політичної сили, прихований вплив урядів зацікавлених країн тощо); 2) загальнонаціональні чинники (соціально-економічне становище, політико-правові умови виборчого процесу, соціальна стратифікація, політична культура та політична соціалізація електорату, адміністративний ресурс, участь у виборчих змаганнях політичних партій і виборчих блоків); 3) регіональні фактори (діяльність регіональних представництв політичних партій, регіональної управлінської та політичної еліти, соціально-демографічні характеристики населення регіону, релігійний чинник); 4) фактор малих соціальних груп, до яких належать громадяни (трудові колективи, академічні групи, сім'ї, коло друзів тощо); 5) індивідуально-психологічні особливості регіонального електорату» [28, с.391].

У «споживчій моделі голосування», яку розробив Х. Хіммельвейт студентська молодь співвідносить свої потреби з пропозиціями на політичному ринку і обирає ту партію (того кандидата), яка здатна найкраще допомогти у вирішенні актуальних для нього проблем і питань [33, с. 205].

У книзі «Прогнозування виборів» М. Льюїса-Бека і Т. Райса серед факторів електорального вибору вчені також включають такі показники, як привабливість кандидата, його фізичні характеристики, особистісні якості і дії самого політика і його суперників; політичний контекст, в якому відбувається виборча кампанія; стан масової свідомості та комунікативні аспекти виборчої кампанії.

Саме формування образу харизматичного лідера (необхідно відобразити особливості особистості таким чином, щоб вони відповідали суспільним очікуванням), уособлення партій і їх активне транслявання по каналах масової комунікації справило значний вплив на свідомість студентів.

Часто, коли йдеться про вподобання виборців в електоральній боротьбі, про прихильність до того або іншого кандидата чи партії, чинники перемоги на виборах, виходять «з низки не першорядних факторів, а тих, що пов'язані, зокрема, з підкупом виборців або високим рівнем організації виборчого процесу, професіоналізмом політтехнологів, інших організаторів виборчого процесу» [63, с. 84].

Мотиви, які переважають в ході вибору, можуть бути критерієм для типізації електоральної поведінки. Зокрема, теорія М. Вебера про ідеальні види соціальної дії може бути використана для пояснення детермінант електорального вибору [9, с. 808]. При ціле-раціональному виборі суб'єкт віддасть перевагу політичній силі, яка представляє якісну політичну програму, ідентичну її ідеологічним основам і в достатній кількості показана в засобах масової інформації. В цьому випадку переважатиме раціональна складова мотивації. У разі ціннісно-раціонального вибору акт голосування розглядається як прояв групової солідарності. Явище спадкового голосування може бути прикладом традиційної політичної дії. Можна відзначити афективну поведінку виборців. Його основним мотивом є мотив протесту, коли виборець обирає певну партію або кандидата, тому що він проти всіх інших.

Політолог Г.П. Артемов виводить три елементи, «які складають схему мотивації електорального вибору: емоційну, раціональну та оціночну. Емоційні складові мотивації – це ті, які базуються на відчуттях (переживання, симпатії /неприязні, надії/сумніви, захоплення/розчарування), сформовані у виборців внаслідок спостереження за поведінкою кандидатів та спілкування з ними. Раціональними елементами можна розглядати ті складові мотивації, які базуються на очікуванні певної поведінки кандидата, завдяки знанню програми і стратегії його намічених дій. Суттєві якості кандидата які засновані на думці виборця є ціннісними елементами мотивації електорального вибору» [2, с. 20].

В. Єрмолін, виходячи з представленої структури мотиву, розглядає мотиви політичного вибору наступним чином:

- «1. Блок потреб (я хочу, повинен, я звик голосувати).
2. Блок «внутрішнього фільтру» (можу голосувати, я віддаю перевагу цьому кандидату, прогноую наслідки виборів і т.д.).
3. Цільовий блок (голос, щоб життя змінилося на краще і т.д.)»[24, с.230].

Висновки до розділу 2.

Уточнено поняття «студент» та «політичний актор». Класифікації політичних акторів можуть бути застосовані для визначення можливостей електоральної участі студентської молоді (конформіст, реформатор, активіст, протестувальник). Студентська молодь у складі більш широкої соціальної групи - молодь в цілому, є суб'єктом електоральної поведінки, яка має ряд специфічних особливостей, таких як перехідний соціальний статус, максималізм мислення, схильність до радикалізму у вирішенні проблем, що стоять перед суспільством, нестабільність економічної ситуації, локалізація життя всередині університету, висока участь в соціально-економічних і політичних процесах суспільства, оскільки багатьом студентам доводиться фінансово підтримувати себе, платити за навчання, високий творчий потенціал, нестандартне мислення, амбіції. Електоральна діяльність є однією з ключових форм прояву політичної активності студентської молоді.

Соціально-політичні установки, які визначають поведінку сучасного електорату і його прийняття політичних рішень, час від часу змінюються відповідно до актуалізації в суспільстві тих чи інших проблем суспільно-політичного значення. У молодіжному середовищі ідеї нового демократичного мислення стають все більш поширеними, і молодь стає активним провідником у своєму житті. Молоді люди, в залежності від ступеня реалізації своєї соціальної мети і від того, наскільки глибоко вони поінформовані про завдання державного і соціального розвитку, діляться і або прагнуть реалізувати ці цілі, можуть виступати як фактором прискорення, так і гальмування цього розвитку.

На рівень електоральної активності студентів відповідно до різних теорій електоральної поведінки впливає ряд факторів: ідеологічний, ціннісний, соціально-політичний, економічний, психологічний. На формування електоральної поведінки молоді впливають наступні фактори: власний

життєвий досвід людини; міжособистісні комунікації; державні установи; засоби масової комунікації.

Таким чином в науковій літературі склалися наступні основні теоретичні підходи до розгляду факторів електоральної поведінки: екологічний, який акцентує увагу на значущості географічних факторів електоральної поведінки; соціологічний, де визначальними є фактори групова приналежність, вік, стать, місце проживання; соціально-психологічний, що дає перевагу психологічним складовим поведінки, які обумовлені емоційною привабливістю, особистою ідентифікацією з конкретною політичною силою, що з'являється в результаті соціалізації індивідів; раціонально-інструментальний (теорія раціонального вибору) підхід, при якому основні складові електоральної поведінки визначаються індивідуальними цінностями і перевагами, які електорат отримує від результатів особистого вибору; комунікативний, який визнає переважну важливість впливу ЗМІ та політичної реклами на електоральну поведінку виборців.

Але ми прийшли до висновку, що важливою умовою високої електоральної активності є важливість самих виборів для виборців, тобто розуміння того, що ця процедура і участь студента в ній має реальний вплив на політичний процес.

РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

3.1. Дослідження електоральної поведінки молоді: вторинний аналіз

Дослідження студентського голосування проводилося в 2019 році неурядовою харківською організацією «Обсерваторія демократії», яка заснована у 2016 році. Мета даного дослідження – проаналізувати електоральну поведінку студентської молоді.

Географія дослідження – м. Харків, Київ, Львів.

Метод дослідження – анкетне опитування.

Цільова аудиторія – студентська молодь ХАІ, ХПІ (Харків); КНУ ім. Т.Г. Шевченка, КПІ (Київ); Львівської політехніки (Львів).

Генеральна сукупність була сформована за виборчими дільницями трьох міст, які складаються як раз із студентських гуртожитків. Слід зазначити, що явка молоді була найвищою (49%) з 1991-го року.

Перше, на що варто звернути увагу – це висока міська явка Харкова. Традиційно Харків була однією з областей з нижче середньої по Україні явкою виборців. Аналізуючи явку на парламентських виборах, можна стверджувати, що студенти Харкова були менш активними в порівнянні за київських і львівських студентів. Тому спостерігається найбільший розрив між явкою студентських дільниць та явкою по місту – 34,9% (у Києві 24%, у Львові 23%). Але у Львові спостерігається зростання активності студентів на голосуванні - 30%. Студенти Львова лідирують по електоральній явці на парламентські вибори, але є не набагато активнішими за київських студентів. Мінімальний поріг явки у місті схожий на Київ – 18%.

Але слід врахувати, що дослідження проводилося влітку, тому деяка частка студентів була відсутня в гуртожитках.

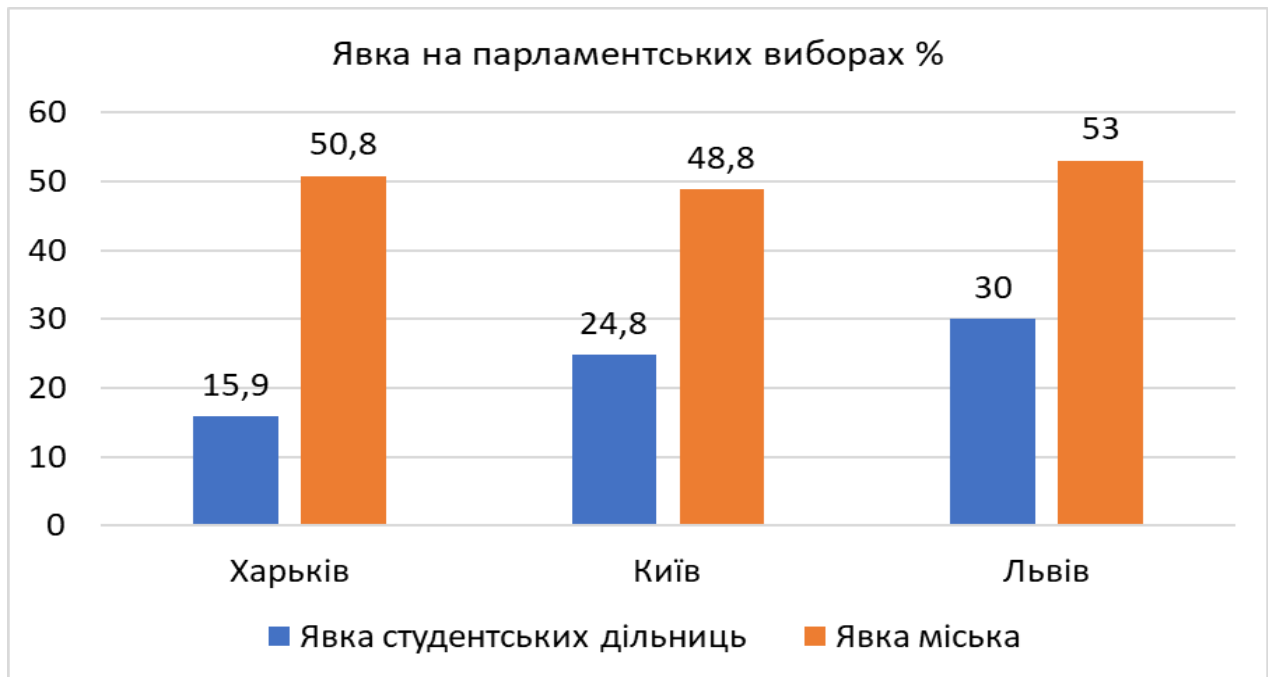


Рис 1. Явка на парламентських виборах (%)

На всіх студентських дільницях Харкова лідирує партія «Слуга Народу». Найбільший відсоток підтримки (63,8%) партія здобула на 631147 дільниці. На перших п'яти студентських дільницях партії «Опозиційна платформа-За життя» та «Опозиційний блок» мали схожий рейтинг. «Партія Шарія» на другому місті симпатій студентів. Але вона не пройшла в Раду. Найбільший відсоток підтримки – 19,8%, найменший – 8,7% як раз на тій дільниці, де спостерігається найвищий результат партій «ОПЗЖ» - 11,6%. Серед тих партій, які не пройшли в Раду («Опозиційний блок»), підтримка коливається не вище 10%. На третьому місці рейтингу партія Порошенка, вищий результат зафіксований на третій дільниці, де мають найменше голосів партія В. Зеленського та А. Шарія. Найменше студентських симпатій здобула партія «Батьківщина», не набравши навіть двох відсотків підтримки.

Чим більше на дільницях отримують переваги «Партія Шарія» та партія «Опозиційний блок», тим менше відсоток підтримки «Слуги народу».

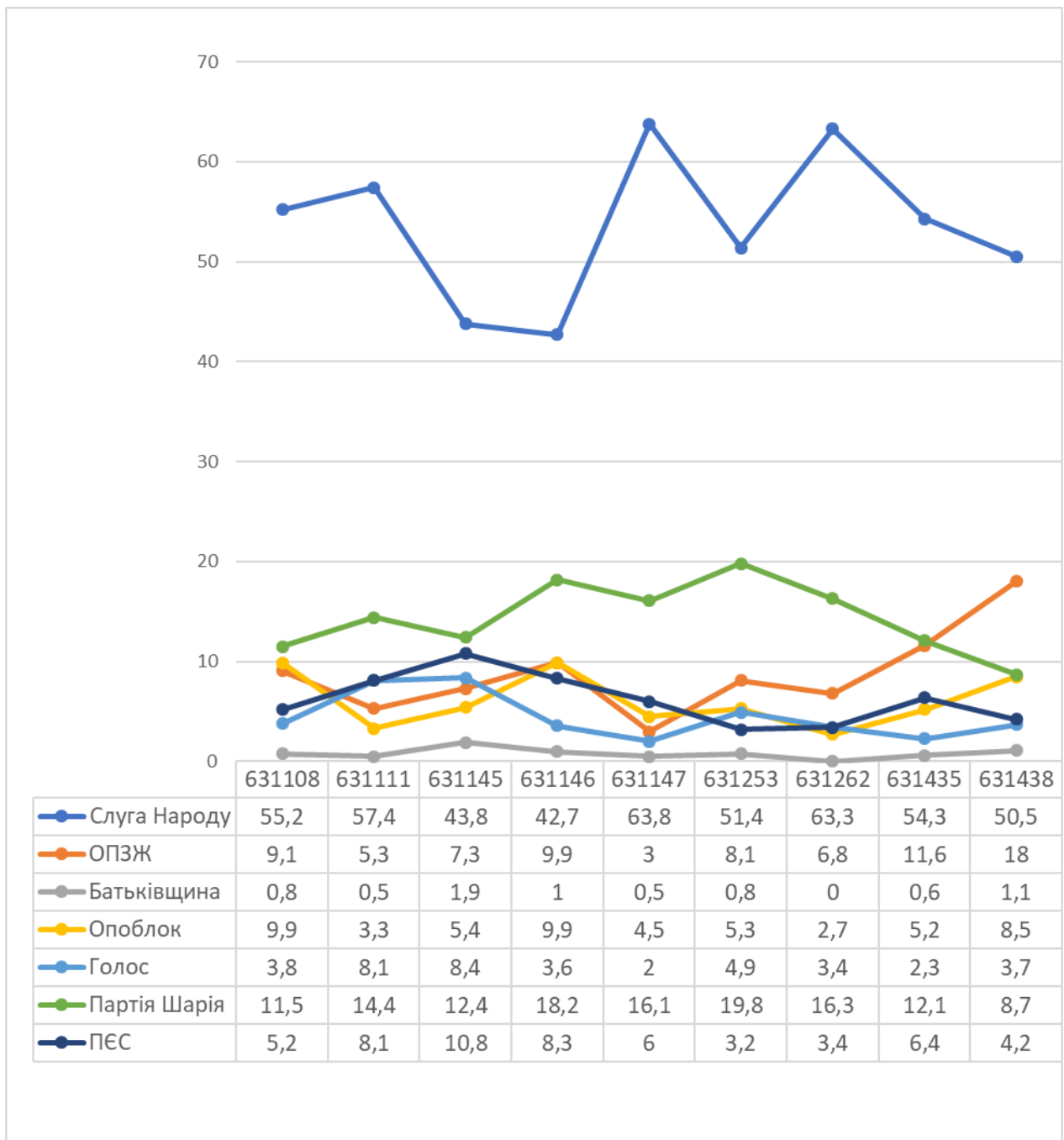


Рис 2. Результати партій на студентських дільницях Харкова (%)

Досить великий розрив підтримки між харківськими і київськими студентами має партія «ОПЗЖ» (різниця 12,4%) та партія «Голос» (різниця 15,9%). Також в порівнянні з харківськими дільницями, у Києві партія «Батьківщина» має свій найвищий результат підтримки на першій дільниці – 9,6%.

Якщо на другому місці після «Слуги Народу» у Харкові була партія Шарія, то київські студенти обрали партію «Голос». На трьох з дванадцяти дільниць партія Вакарчука набрала більше 20%. Найменший показник підтримки – 8,4%, найвищий – 24,3%. На третьому місці рейтингу партія Порошенка «Європейська солідарність», яка набрала 20,9% голосів.

На чотирьох з дванадцяти дільниць постерігається висока зворотна взаємозалежність результатів: там, де більший результат у партії «Голос» з «ПЕС зафіксований показово менший результат у «Слуги Народу».

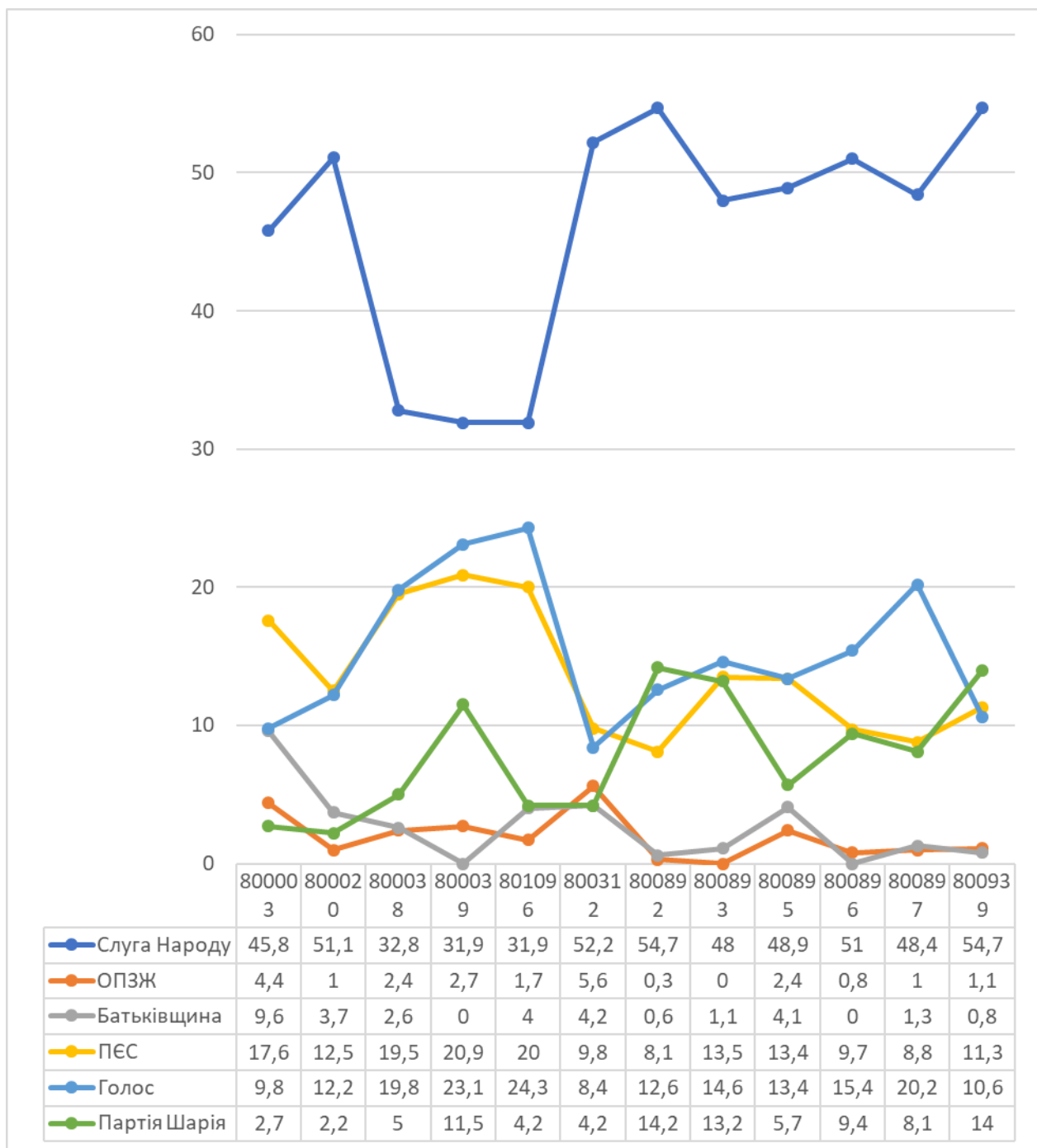


Рис 3. Результат партій на студентських дільницях Києва (%)

Переваги львівських студентів кардинально відрізняється від студентів двох попередніх міст. Немає жодної політичної сили, що не потрапила в парламент, яка би користувалася популярністю у львівських студентів. Електоральні симпатії львівських студентів найбільш представлені в новому парламенті.

Перше місце рейтингу займає партія «Голос». Діапазон результатів коливається від 25, 1% до 33,6%. На другому місці партія «Європейська солідарність», третьому – «Слуга Народу», на четвертій із п'яти дільниць зафіксований найвищий результат – 27,8% , найнижчий на першій дільниці – 16,7%, тоді як у Харкові (найвищий результат на п'ятій дільниці – 63,8%, найнижчий на четвертій – 42,7%) та Києві (найвищий результат на сьомій і дванадцятій дільницях – 54,7%, найнижчий на четвертій – 31,9%) студенти віддавали перевагу саме цій партії. Також спостерігається прірва між трьома партіями. Найбільша різниця голосів між партією «Слуга Народу» та партією «Голос» на другій дільниці , відрив становить 15,4%. Як і в Києві, на львівських виборчих дільницях зафіксована зворотна залежність результатів «Слуги народу» і партії «Європейська солідарність»: підтримка другої підвищується, коли перша зазнає низьких результатів.

Партії «Батьківщина» та «ОПЗЖ» традиційно залишаються одні з найменшими показниками симпатій серед студентів. Ні одна з цих партій не набрала вище 5% на жодній з дільниць.

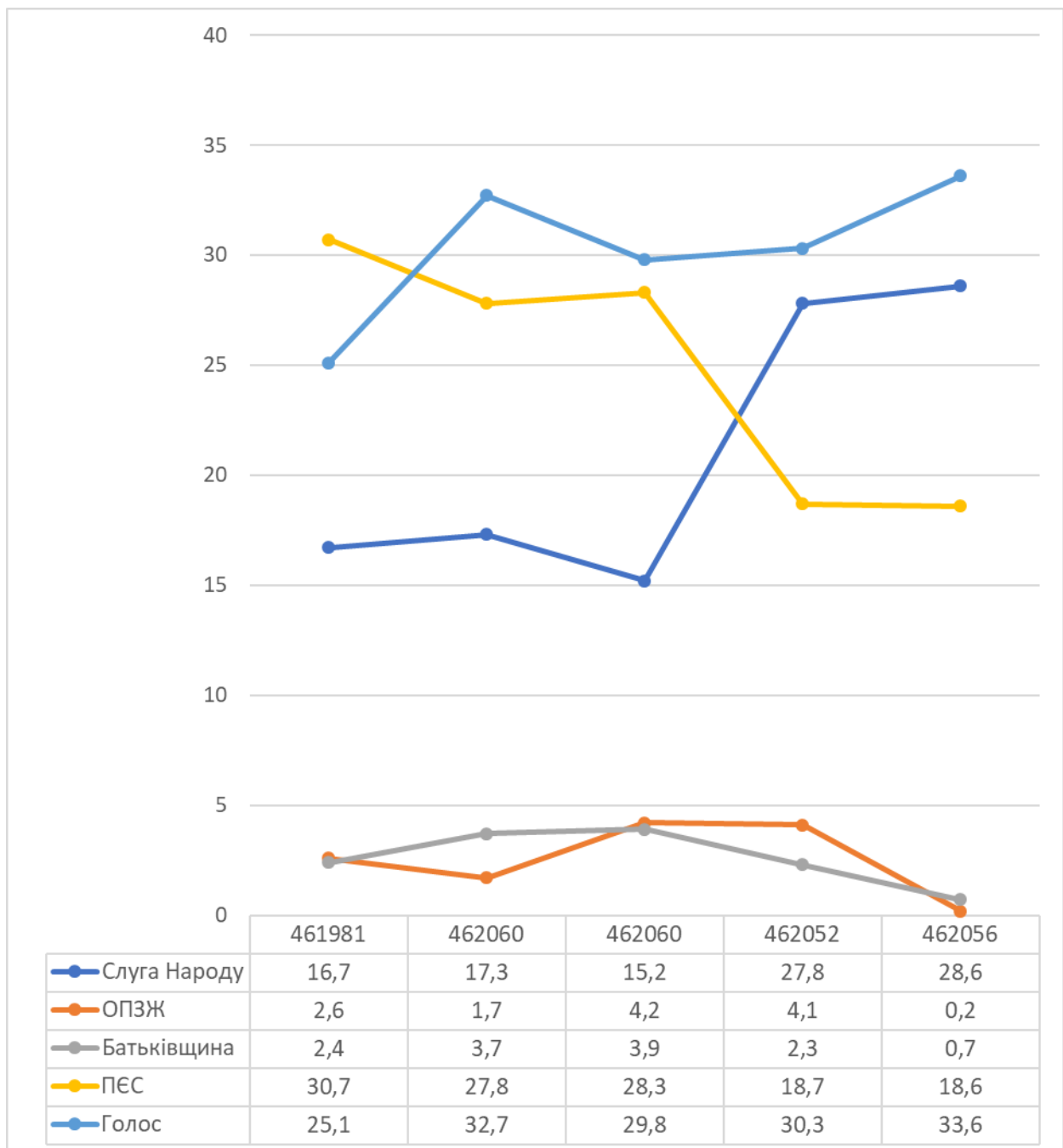


Рис. 4. Результат партій на студентських дільницях Львова (%)

Отже, проаналізувавши результати дослідження, можна зробити висновок що студенти, які проживають в гуртожитках, голосують за ту чи іншу політичну силу, виходячи з мотивів довіри та очікування того, що ситуація в країні буде поліпшуватись. У Харкові, Києві та Львові студенти надавали велику підтримку тим партіям, які позиціонувалися як позасистемні партії, тому що є сумнів щодо виконання «традиційними» партіями своїх функцій. У

свою чергу, це включає потребу в «нових обличчях», людей, які раніше не були в політиці і не грали ключової ролі в політиці. Саме тому «Партія Шарія», «Слуга народу» і «Голос» привабливі тому, що вони нові в очах своїх прихильників і зможуть запропонувати кардинально інший рух розвитку країни.

Політичні сили використовували сучасні засоби комунікації (соціальні мережі, YouTube) для того, щоб отримати прихильність до себе з боку молоді, оскільки це, по суті, спілкування їхньою мовою. Перемога партії, яка широко застосовувала неklasичні засоби політичної комунікації, тільки збільшує вагу даних технологій на майбутнє. Політичним партіям і всім кандидатам вже зараз потрібно пам'ятати про цей фактор у спілкуванні з молодими виборцями. Тільки так вдасться створити в країні таку партійну систему, щоб акумулювати інтереси найширшого кола виборців, у тому числі молоді.

3.2 Програма соціологічного дослідження на тему: «Електоральна поведінка студентської молоді»

Проблемна ситуація. Для молоді людини участь у виборах вважається однією з головних умов її політичної соціалізації. Оскільки під час голосування вона набуває особистий практичний досвід політичної діяльності.

Дані соціологічної служби «Центр Разумкова» свідчать про поступовий спад інтересу до політичної діяльності, велика кількість молодих людей не бажає брати участь у виборах. Аналізуючи щорічні доповіді владі про становище української молоді, можна побачити протиріччя: мотив участі у виборах молодь пояснює своїм громадянським обов'язком, але реальна політична активність молоді є низькою через недовіру до влади та недовірою до наявної інформації.

Сьогодні вивчення особливостей електоральної поведінки, мотивів і симпатій саме студентської молоді вважається важливим, оскільки нова політична еліта буде формуватися безпосередньо з її середовища, яка визначатиме розвиток країни.

Об'єктом програми дослідження є студентська молодь

Предметом є вплив чинників на електоральну поведінку студентів.

Метою є виявлення чинників, які впливають на вибір кандидата та участь у виборах.

Завдання:

1. Визначити ставлення студентської молоді до виборів;
2. Виявити участь студентів у президентських та парламентських виборах;
3. Проаналізувати мотиви участі у президентських та парламентських виборах;
4. З'ясувати причини неучасті у президентських та парламентських виборах;

5. Вивчити чинники, які впливають на вибір партії та кандидата в Президенти України.

Інтерпретація та операціоналізація основних понять дослідження.

«Політичний інститут — це система установ і організацій, що упорядковують політичні та інші суспільні відносини за допомогою матеріальних і ідеальних засобів і на основі певних норм; це прийнятий спосіб задоволення суспільно значущих потреб у зв'язку із відносинами влади, розподілом ресурсів і статусів, визначенням цілей і пріоритетів суспільного розвитку. До складу політичного інституту входять:

- групи людей, що від імені й за підтримки суспільства покликані виконувати певні соціально значимі політичні функції;
- організаційне оформлення їхньої діяльності, необхідне для реалізації вказаних функцій;
- сукупність матеріальних та інших засобів, що дозволяють цим групам осіб виконувати встановлені політичні дії;
- сукупність норм, поведінкових ролей, які традиційно закріплюються за цими групами для виконання певних функцій, а прийнятий спосіб цього сприймається суспільством як правильне, належне, очікуване. Таким чином, політичний інститут являє собою триєдину цілісність – організацію, норми, відносини» [53, с. 5].

«Політичним інститутам властиві такі істотні ознаки:

- 1) вони служать найважливішим засобом визначення і вираження інтересів соціальних груп, що діють в суспільстві;
- 2) вони пов'язані з реалізацією авторитетних рішень, з діяльністю апарату влади;
- 3) вони спрямовані на подолання суперечностей всередині суб'єкта політичної діяльності» [53, с. 7].

«Політична довіра - це громадянська участь, політичний інтерес і залученість в громадські справи, турбота про благо суспільства, терпимість і

готовність до компромісу, а також впевненість у політичних інститутах. Так як впевненість в політичних інститутах є щось більше, ніж впевненість в політиках і уряді, то саме впевненість у парламенті може виступати в якості індикатора політичної довіри і існування в суспільстві поділяється усіма консенсусу» (Єдиний архів економічних та соціальних даних)» [10].

«Вибори — процедура формування державних або самоврядних органів влади, наділення повноваженнями посадових осіб, яка здійснюється шляхом голосування виборців за умовою, що на кожний мандат можуть претендувати у встановленому законом порядку два й більше кандидатів» [10].

«Виборча кампанія – сукупність цілеспрямованих послідовних зусиль, які докладаються протягом певного визначеного законодавством проміжку часу, щоб реалізувати підтримку кандидата виборцями й забезпечити його перемогу в день виборів. Під час виборчої кампанії відбувається: 1) формування груп прихильників та стимулювання їх активності в день виборів; 2) залучення на свій бік людей, які будуть голосувати, але ще не визначилися, за кого; 3) послаблення позицій опонентів і внесення сумнівів та суперечностей у табір противників» [59].

«Електорат - (від лат. elector – виборець) – громадяни певної країни, району чи поселення, що мають право голосу і реалізують його на загальнонаціональних, регіональних чи місцевих виборах депутатів, суддів, керівників держави та виконавчої влади (президента, губернатора, мера тощо)»[74].

«Електоральна поведінка – це відносно сталий комплекс дій та вчинків виборця до початку виборчої кампанії, в її активний період, включаючи акт голосування, а також у поствиборний період. Електоральна поведінка визначається складною структурою детермінант внутрішнього (об’єктивні: стать, вік, освіта, соціально-професійна, соціально-поселенська та регіональна приналежність; суб’єктивні: потреби, мотиви, диспозиції, очікування) та

зовнішнього (соціально-економічні, соціально-політичні та соціально-культурні чинники) характеру» [59, с. 173].

Операціоналізація основних понять:

Індикатори абстрактні	Індикатори конкретні
<p>Чим для Вас особисто є вибори?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Почесним правом громадянина 2. Можливість впливати на владу 3. Форма вираження власної думки 4. Порожня формальність 5. Рутинний обов'язок 6. Обман народу 7. Боротьба кандидатів за владу заради особистої вигоди 8. Важко відповісти.
<p>Ви берете участь у виборах?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Так, я намагаюся брати участь у всіх виборах, які проводяться 2. Я беру участь тільки у президентських виборах 3. Я беру участь тільки в парламентських виборах 4. Час від часу беру участь 5. Взагалі не беру участі.
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Це обов'язок кожного свідомого громадянина країни 2. Можливість показати свою згоду/незгоду з політикою держави/керівництва регіону/позицією депутата

<p>Назвіть основні причини, чому Ви збираєтеся взяти участь у виборах ?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Мені близькі ідеї кандидата чи партії, і я можу їх підтримати 4. Хочу таким чином показати свою громадську і політичну активність 5. Це спосіб участь у вирішенні громадських проблем. 6. Висловити протест своїм голосуванням 7. Більшість людей з мого оточення беруть участь у голосуванні 8. Змушують йти на вибори (батьки / на роботі / в школі і т.д.) 9. Просто цікаво, хто переможе у змаганні партій/кандидатів 10. Важко відповісти.
<p>Чому Ви не приймаєте участі у виборах?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Не вірю передвиборним обіцянкам , які переслідують свої особисті цілі 2. Впевнений, що мій голос нічого не вирішить 3. Не володію повною інформацією про кандидатів, тому мені важко голосувати за когось 4. Не бачу реальної політичної сили, гідної кандидата, за якого можу віддати свій голос 5. Не підтримую саму ідею проведення виборів 6. Не вірю що вибори пройдуть чесно 7. Мене взагалі не цікавлять вибори чи політика 8. Важко відповісти.

<p>Незалежно від того, чи берете Ви участь у виборах, оберіть, які з цих аргументів для участі у виборах, на Вашу думку, є найсерйознішими?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Я як громадянин України, повинен брати участь у виборах 2. Я беру участь у виборах, тому що сподіваюся на зміни на краще 4. Беручи участь у виборах, я можу впливати на життя в країні 5. Якщо я не братиму участі у виборах, моїм голосом можуть скористатися для підтасування 6. В результаті виборів уряд буде оновлений, прийдуть нові люди 7. Якщо не брати участь у виборах, то порядку в країні ніколи не буде 8. Важко відповісти.
<p>Чия думка впливає на Вас найбільше при формуванні вибору ?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Батьків, родичів 2. Друзів 3. Колег по роботі, навчанню 4. Керівників обласних та місцевих органів влади 5. Журналістів, коментаторів, ведучих радіо- і телевізійних програм 6. Відомих та шанованих політиків 7. Артистів, спортсменів, науковців та діячі культури 8. На мою думку нічого не впливає 9. Важко відповісти.

<p>З яких джерел Ви найчастіше отримували інформацію про вибори? (кількість варіантів відповідей не обмежена)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Телевізійних програм 2. Радіопередач 3. Газетних статей 4. Інтернету (соціальних мереж, електронних статей тощо) 5. Агітаційних матеріалів кандидатів і партій (листівки, плакати, білборди, теле-, радіореклама) 6. Від друзів і знайомих 7. Від членів сім'ї (родичів).
<p>Якого роду інформації про хід виборів Вам недостатньо?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Про особисті якості кандидатів (лідерів політичних партій) 2. Про передвиборчі програми кандидатів (політичних партій) 3. Про біографії кандидатів (лідерів політичних партій) 4. Про діяльність кандидатів (політичних партій) 5. Результатів соціологічних опитувань 6. Думок відомих людей.

<p>Чому Ви обрали б саме цього кандидата?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Гарний імідж, зовнішньо симпатичний, викликає довіру 2. Якісна політична програма 3. Захист особистих інтересів 4. Відсутність гідного кандидата 5. Повне знання інформації про кандидата 6. Голос сім'ї/ друзів, які проголосували за нього.
<p>Чому Ви відали б голос саме цій партії?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Симпатизує лідер та інші члени партії 2. Якісна політична програма 3. Захист особистих інтересів партією 4. Відсутність гідних партій 5. Повна проінформованість про партію 6. Голос сім'ї/ друзів, які проголосували за неї.

Дослідження електоральної участі та електоральних орієнтацій студентів було проведено в травні 2022 року. Вибірка формувалася за допомогою випадкового типу відбору (надсилалися анкети до різних груп в соціальних мережах).

Метод збору даних	Анкетне опитування
Географія	Студенти м. Києва
Вік аудиторії	19-22 роки
Розмір вибірки	143
Репрезентативність	За віком, статтю
Метод опитування	Інтернет-опитування

Гіпотези:

1. Для студентів вибори переважно є формою вираження власної думки.
 2. Участь у президентських виборах вища, ніж в парламентських.
 3. Основним мотивом участі студентів у виборах є трактування виборів як спосіб участі у вирішенні громадських проблем.
 4. Основним мотивом відмови від участі у виборах є недовіра до передвиборних обіцянок.
 5. Серйозним аргументом участі у виборах студенти вважають громадський обов'язок.
 6. При виборі кандидата в Президенти для студентської молоді є важливим захист особистих інтересів кандидатом.
 7. Якісна політична програма є важливим чинником при виборі партії.
- Студентській молоді було запропоновано відповісти на ряд запитань, які дали змогу частково чи повною мірою розкрити мету та завдання дослідницької роботи.

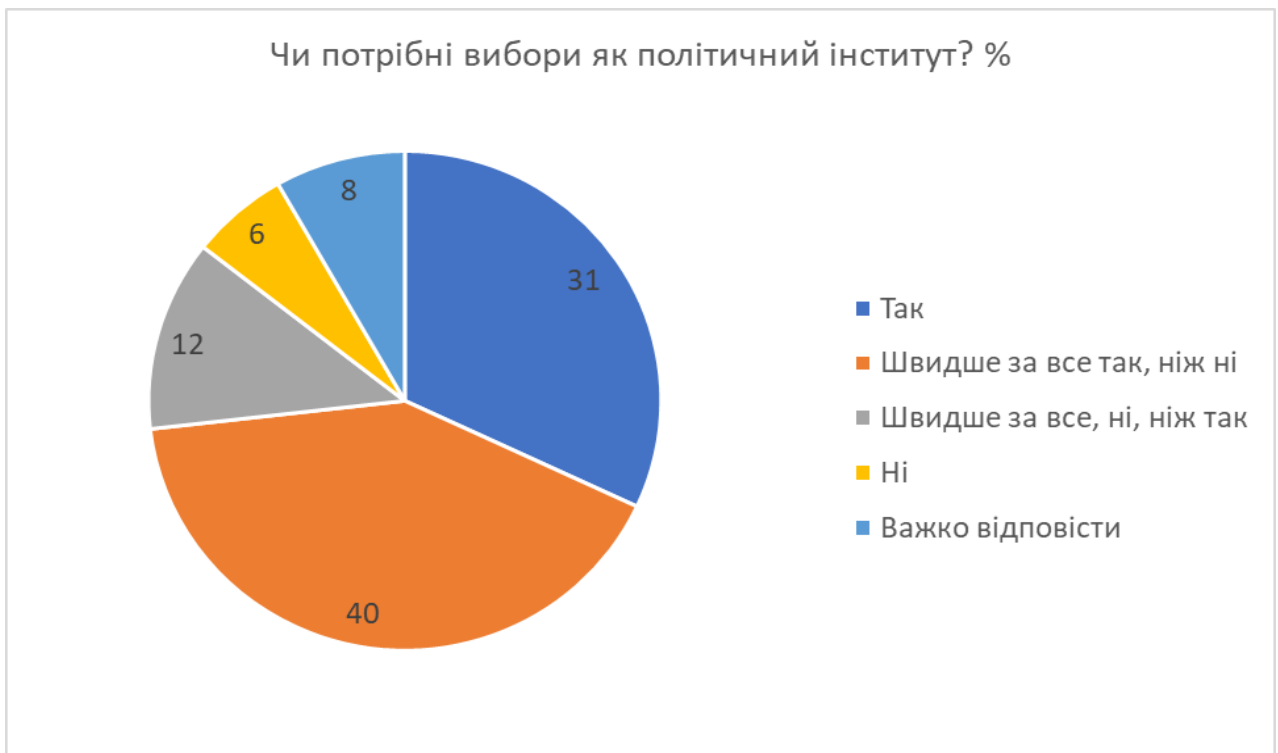


Рис. 1 Важливість виборів

Загалом, 71% респондентів вважають, що вибори в країні важливі, тоді як для 18% вибори не мають ніякого значення і користі, можливо така думка склалася через те, що не залежно від результатів виборів якість економічної сфери, суспільного життя тощо залишається на одному рівні.

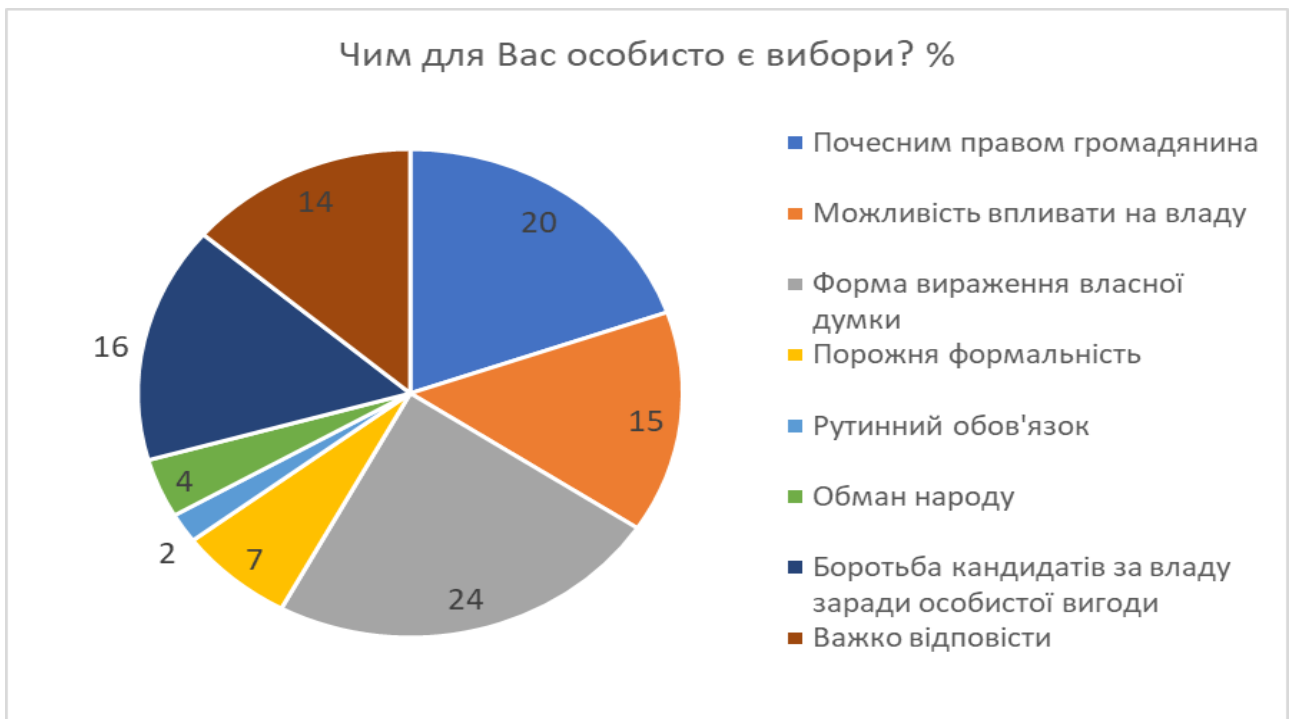


Рис. 2 Значення виборів для респондентів

Перша гіпотеза підтверджується стосовно того, що для більшості студентів вибори є засобом вираження власної думки (24%), далі - почесним правом громадянина (22%) та можливістю впливати на владу (15%). Набрали декілька відсотків і негативні варіанти відповідей: вибори як боротьбу кандидатів за владу заради особистої вигоди вважають 16% студентів, як порожню формальність 7% та як обман народу 4%. Студенти також відзначають формальний характер виборів, що може бути підставою для зниження інтересу до процесу обрання представників і розвитку аполітичності.



Рис. 3 Електоральна активність

Наступним показником є електоральна активність студентської молоді. На рисунку 3 можна побачити, що 20% респондентів беруть участь лише в президентських виборах, а 16% – в парламентських. Кількість респондентів, які намагаються взяти участь у виборах двох рівнів досить низька (9%). А от відносно високий відсоток набрав останній варіант відповіді стосовно повної неучасті у виборах.

Друга гіпотеза теж підтверджується, що студенти частіше беруть участь у президентських виборах, ніж в парламентських, але ,по-перше, відсотковий розрив становить всього 4%, по друге, тут слід взяти до уваги 32% тих студентів, які взагалі не беруть участі у виборах.



Рис. 4 Причини участі у виборах

Отримані дані підтверджують гіпотезу про те, що основним мотивом походу на виборчу дільницю є можливість взяти участь у вирішенні громадських проблем шляхом голосування. На другому місці мотивом є громадянський обов'язок, на третьому - можливість проявити згоду або незгоду з політикою держави або позицією депутата.

8% опитаних зізналися, що голосують тільки тому, що участь у виборах приймає їх близьке оточення. Аж 12% студентів розділяють ідеї кандидата або партії, тому беруть участь у виборах. 11% респондентів не змогли дати відповідь на питання.

Тут ми бачимо, що фактори, що визначають бажання взяти участь у виборах, корелюють з основними теоріями електоральної поведінки: теорією

раціонального вибору, соціально-психологічними та соціологічними підходами. Студенти вважають, що від їхнього голосу залежить майбутнє країни.



Рис. 5 Причини неучасті у виборах

Бачимо два найпопулярніших варіанти – «Не вірю передвиборним обіцянкам» (28%) і «Не бачу реальної політичної сили або гідного кандидата, за якого можу віддати голос» (20%). Доволі високий відсоток ти, хто не зміг дати відповідь на питання. 10% не володіють повною інформацією про кандидатів. 8% не вірять у чесність проведення виборів. Це можна розглядати як реакцію студентів на використання певних методів, які надають перевагу тій чи іншій партії або кандидата шляхом набивання бюлетенів.

Гіпотеза про те, що студенти не беруть участі у виборах тому що недовіряють передвиборним обіцянкам - підтверджується.



Рис. 6 Аргументи для участі у виборах

Отже, підтверджується гіпотеза про те, що важливим аргументом для участі у виборах виступає громадський обов'язок (28%) та твердження про те, що якщо не брати участі у виборах, то ситуація в країні не покращиться і в країні зміни на краще не відбудуться (28%). 10% впевнені, що своєю участю можуть впливати на життя країни. 14% не змогли дати відповіді.

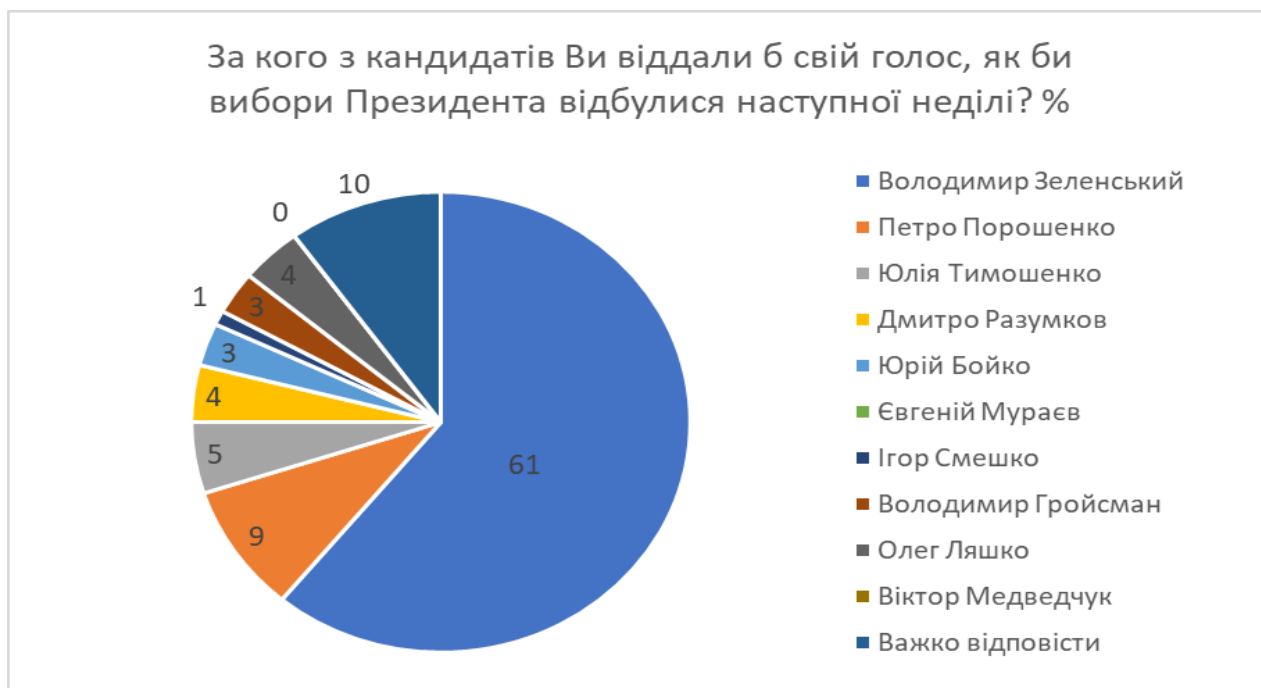


Рис. 7 Вибір Президента

Найбільшу кількість голосів серед студентської молоді отримав В. Зеленський. На другому місці – П. Порошенко з великою різницею у відсотковому відношенні – 52% . Значний відрив від решти кандидатів можна пояснити тим, що у воєнний період дії Президента схвалюють 80% українців (за результатами всеукраїнського дослідження соціологічної групи «Рейтинг», «Центр Разумкова»). Ніхто з студентів не обрав В. Медведчука та Є. Мураєва.

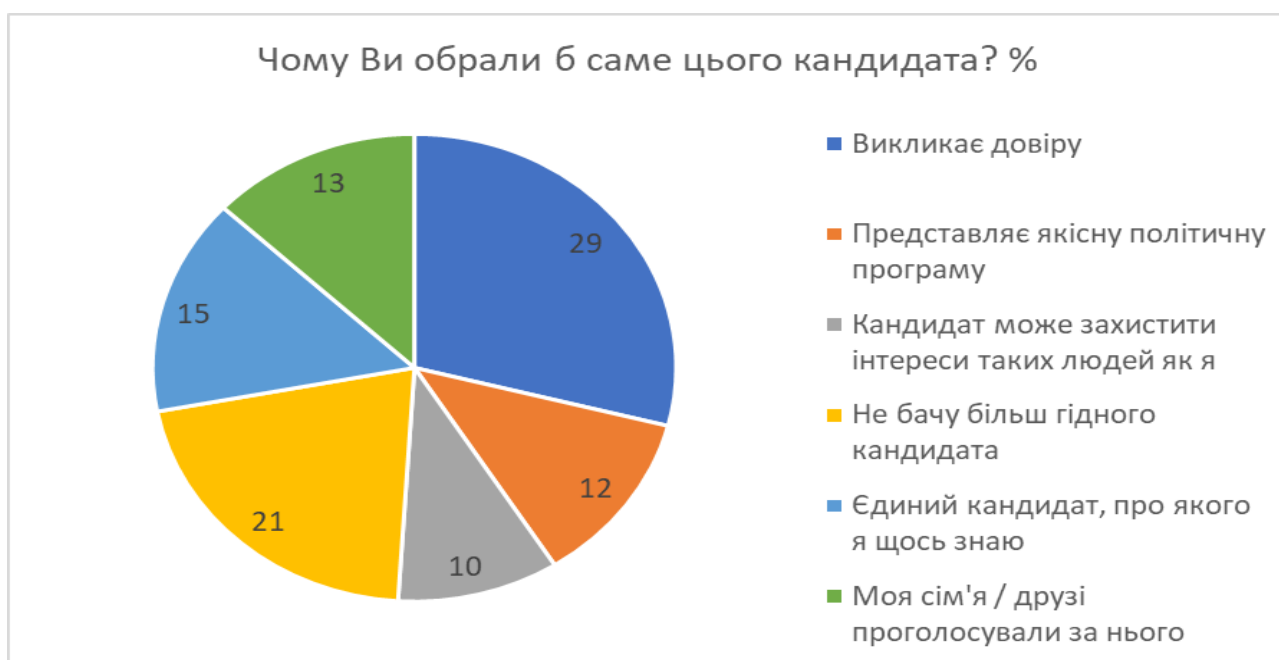


Рис. 8 Мотив електорального вибору кандидата

До уваги був взятий В. Зеленський, так як в попередньому питанні набрав найбільшу кількість голосів серед студентів. Переважна більшість студентів проголосувала саме за В. Зеленського тому що він єдиний, хто викликає довіру (29 %) та є гідним кандидатом із всього переліку (21%).

Спростовується гіпотеза про те, що головним мотивом голосування за кандидата є те, що він зможе захистити особисті інтереси студента.

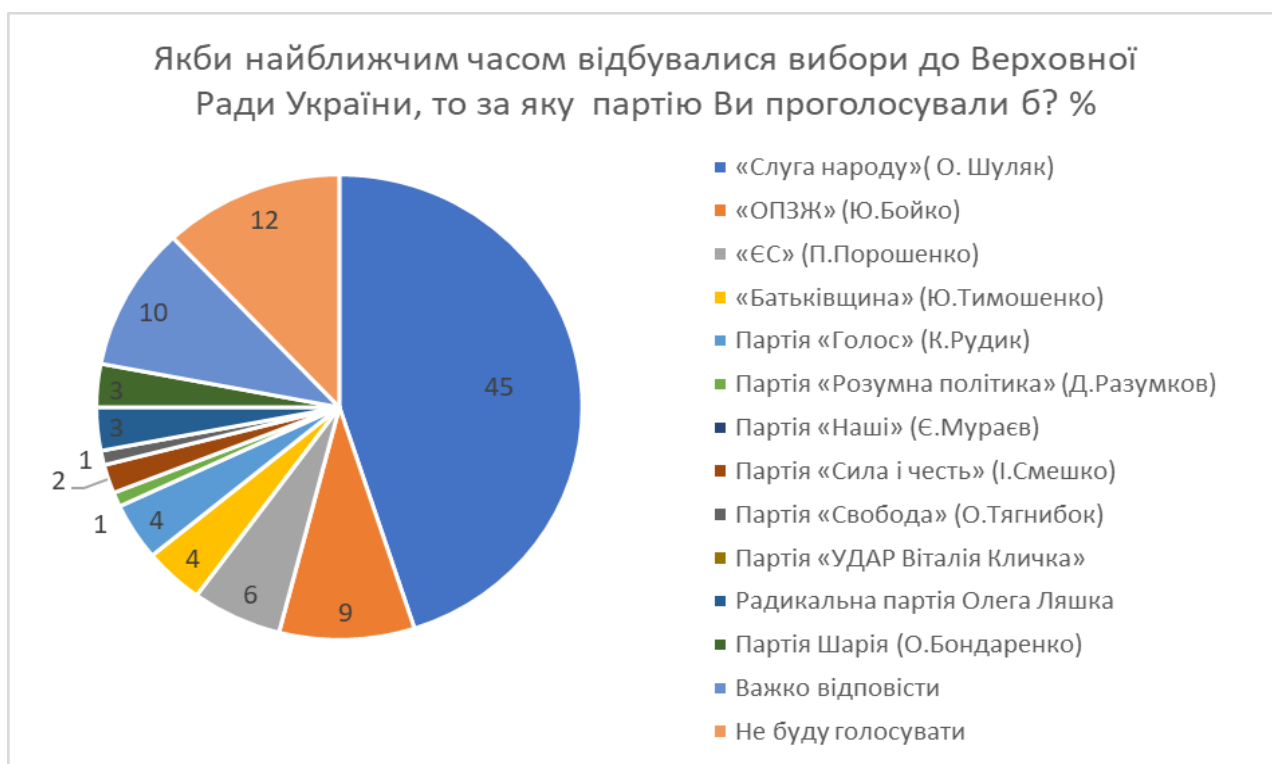


Рис. 9 Вибір партії до Верховної Ради

45% студентів проголосували б за партію «Слуга Народу», на другому місці студентських уподобань партія «ОПЗЖ», на третьому партія Порошенка. Партія Разумкова та Тягнибока набрала найменший відсоток. А партії «Наші» і «Удар Віталія Кличка» взагалі не набрали жодного голосу з опитуваних студентів.

Якщо студент проголосував би на президентських виборах за Зеленського, то на парламентських виборах підтримав би партію «Слуга Народу» (так, дійсно помічено, що люди, які обирають Зеленського президентом, автоматом обирають партію Слуга Народу, ті, хто бачать президентом Порошенка, обирають «Європейську Солідарність» і тд).



Рис. 10 Мотив вибору партії

До уваги була взята партія «Слуга Народу», так як в попередньому питанні вона набрала найбільшу кількість голосів серед студентів, тому що це найбільш гідна партія із всіх запропонованих (32%). Також голосуючи за дану партію, студенти керувалися володінням повнотою інформації про партію (17%) та виходили із переконань, що дана партія представляє якісну політичну програму (12%). Також 8% обрали її просто тому, що так проголосували родичі або друзі. Не змогли дати відповідь 18%.

Теж спростовується гіпотеза щодо мотивів голосування за конкретну партію. Студенти віддають партії свій голос через те, що немає більш гідних партій, а не тому що сподобалась політична програма.



Рис. 11 Стать респондентів

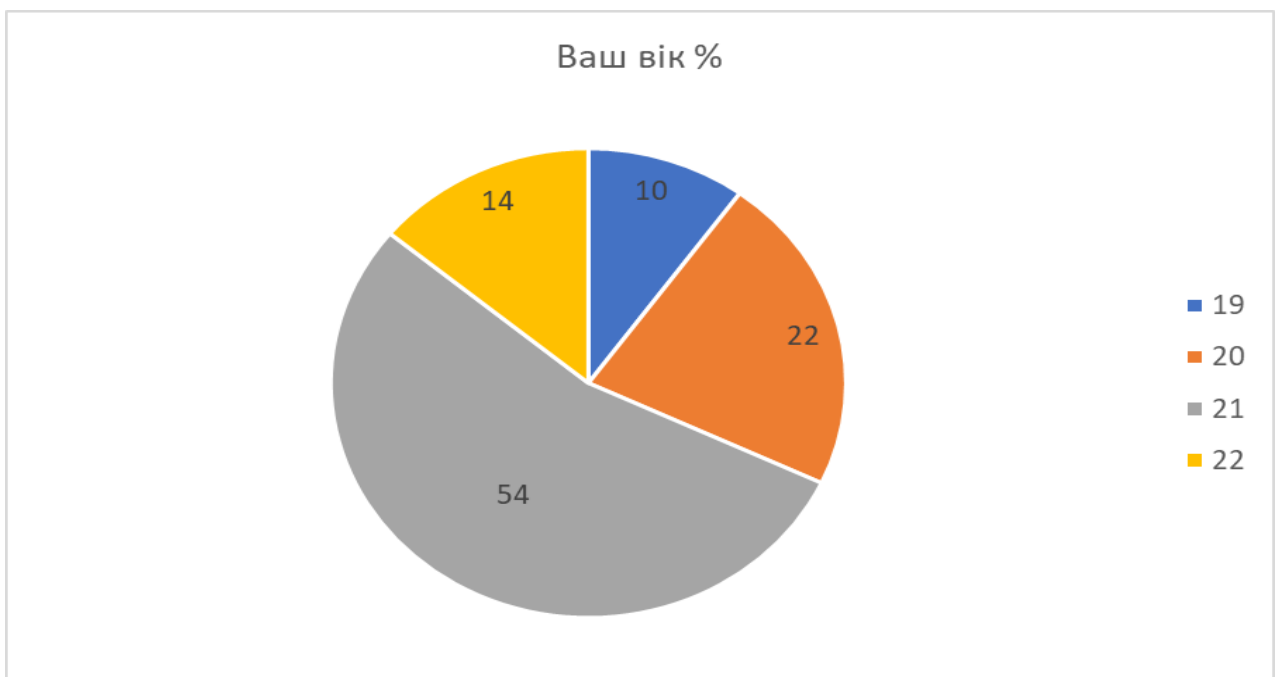


Рис. 12 Вік респондентів

Висновки до розділу 3.

У третьому розділі проаналізована наявна емпірична база щодо активності студентської молоді, розроблена програма соціологічного дослідження та отримані власні результати щодо електоральної поведінки студентів. Якщо порівнювати результати двох досліджень, то спостерігається однакові результати: у Києві, як і на початку виборів 2019 року, на першому місці рейтингу серед студентів В. Зеленський та партія «Слуга Народу».

За результатами дослідження можна виділити особливості електоральної поведінки студентської молоді. Більше половини студентів вважають вибори потрібними. В цілому студенти з високим інтересом до політики позитивно ставляться до виборів, а студенти, які зовсім не цікавляться політикою, нейтрально і негативно ставляться до виборів.

Вибори для студентів є формою вираження власної думки, громадським обов'язком та можливістю впливати на владу. Для студентів участь у виборах також є одним з головних факторів їх політичної соціалізації. Оскільки саме під час участі в голосуванні вони набувають свого першого практичного досвіду в політичній діяльності. Тут молоде покоління бере участь у політичному житті суспільства.

Розглянувши результати соціологічних електоральних досліджень минулих років можна констатувати, що за останні роки участь у виборах молодій частині населення знижується. Частіше всього це проявляється через недовіру до влади. У власному дослідженні наявна та ж сама тенденція – низький відсоток участі студентів у виборах – 9% на всіх рівнях, 20% у президентських виборах, 16% участь в парламентських, тоді як 32% взагалі не беруть участі на жодному з рівнів.

Отримані наступні мотиви, за якими студенти збираються брати участь у виборах: основним мотивом походу на виборчу дільницю є можливість взяти участь у вирішенні громадських проблем шляхом голосування. На другому

місці мотивом є громадянський обов'язок, на третьому - можливість проявити згоду або незгоду з політикою держави або позицією депутата.

Низька довіра до політичних партій, відсутність гідних кандидатів і в цілому відсутність інтересу до політики свідчить про те, що переважна більшість молодих людей не тільки не бачить в них виразників інтересів молоді, а й сумнівається в достовірності проголошуваних ними політичних гасел. Це є основними чинниками неучасті у виборах.

Головним аргументом для участі у виборах для студентів - це не тільки можливість виконати громадянський обов'язок, взявши участь у голосуванні, але надія на те, що ситуація в країні покращиться.

Основні фактори, які вплинули на вибір за В. Зеленського та партії «Слуга Нарду» - довіра, володіння повнотою інформації стосовно кандидата та партії, відсутність більш гідного варіанта. Також на вибір впливає близьке оточення. Обмін думками про політичне життя в безпосередньому соціальному середовищі є додатковим каналом інформації для студента, одним з факторів, що впливає не тільки на широту світогляду, а й на рішення про власну участь або неучасть у політичному житті.

ВИСНОВКИ

В роботі здійснено аналіз чинників, які впливають на електоральну поведінку студентської молоді.

Реалізація вказаної мети передбачала вирішення наступних дослідницьких завдань:

1. Проаналізовано основні теоретичні підходи до вивчення електоральної поведінки в науковій літературі.

Початком наукового дослідження електоральної поведінки виборців стала екологічна модель, запропонована А. Зігфрідом. Дана модель заснована на постулаті про те, що середовище, в якому знаходиться виборець - географічне і соціальне, виступає фактором, що визначає його електоральну поведінку. Представник екологічної школи Ф. Гогель змістив акцент з географічного фактора на порівняння соціальної структури різних форм територіального розселення людей і їх політичної поведінки. Екологічна модель базується на конкретній територіальній одиниці, її застосування на інші території обмежене. Завдяки тому, що дана модель фокусується на вивченні сукупних даних, можна зробити необґрунтовані висновки про індивідуальну поведінку виборця. Тим не менш, цінність екологічної моделі полягає в тому, що вона дозволяє виявити просторові зміни електоральної поведінки виборців. Соціологічний підхід до вивчення електоральної поведінки запропонували П. Лазарсфельд і С. Роккан. При такому підході електоральна поведінка людей визначається їх участю у великих соціальних групах, а також в системі розколів суспільства, таких як село, місто, капітал і пролетаріат, церква і держава, центр і периферія. Основним фактором такого підходу є солідарність індивіда і його соціальної групи, тобто голос виборця за кандидата або партію, що виражає інтереси його політичної групи. Тому при підготовці політичної програми, передвиборної промови, вивченні можливих результатів виборів фахівці акцентують свою увагу на доходах населення, професії, де працює ця категорія населення, місці

проживання, службовому становищі, віці, освіті та інших особливостях людей. Основоположниками соціально-психологічного підходу були П. Конверс і В. Міллер. В якості основи електоральної поведінки вони розглядали партійну самоідентифікацію особистості, прихильність до цієї партії, які формуються у людей в процесі засвоєння соціокультурних норм в результаті взаємодії з другорядними агентами соціалізації. Вирішальний вплив в даному випадку на вибір тієї чи іншої партії або кандидата надає група органів влади для фізичної особи або для групи осіб. Досвід такого залежного виборця від громадської думки, його уявлення про політику вкрай обмежені і фрагментарні. При цьому необхідно згадати теорії партійної лояльності і про іміджеві вибори, коли електорат голосує на основі особистої та емоційної підтримки кандидата. Прихильники раціонально-інструментальної теорії електоральної поведінки виходять з того, що раціональні мотиви, засновані на прагматичному розрахунку, є основою електоральної поведінки. У концепції економічного голосування йдеться про те, що якщо виборці оцінять своє матеріальне благополуччя досить високо, то їх переваги будуть віддані нинішньому лідеру, і навпаки. В рамках когнітивного підходу розглядаються особливості політичної поведінки в контексті кумулятивного впливу інформаційного середовища, когнітивних структур виборця (політичних образів, уявлень) і способу обробки вхідної інформації. Однією з особливостей способу обробки інформації можуть бути особливості сприйняття ЗМІ.

2. Визначено основні методи дослідження електоральної поведінки студентської молоді.

Кількісна і якісна методологія, що використовується при вивченні електоральної поведінки, має свої тонкощі, пов'язані в першу чергу з особливістю досліджуваного явища. Вибір методу залежить від уподобань дослідника, теоретичної і практичної спрямованості, поставлених ним завдань і наявних у нього засобів. Основними методами дослідження електоральної поведінки, які зараз активно застосовуються соціологами для дослідження

активності, динаміки та уподобань виборців є метод електоральної статистики - включає спеціальні підрахунки голосів у виборчих округах залежно від статі, віку, релігії. Такі дані завжди говорять про реальних виборців, вони не здатні визначити причини голосування і виявити залежності голосування від інших істотних характеристик; метод спостереження за виборчим процесом - включає в себе запис і опис різних даних, це може бути аналіз соціально-політичної ситуації у передвиборчий період, опис ідеологічних та організаційних цілей та завдань партій; опитування (анкетування, інтерв'ю, екзит-пол).

3. Розкрито специфіку студентської молоді як політичного актора.

Міра активності і впливу на політичні процеси обумовлена суб'єктивними якостями політичного актора, а також місцем і роллю в політичному житті. Всі дискурси, які вивчалися, які формують поняття «студентська молодь», визначаються політичною сферою, залежною від неї.

Теоретичний екскурс в моделі політичних акторів показує що всі відомі класифікації політичних суб'єктів можуть бути застосовані до студентської молоді, об'єктивуючи різні форми та механізми політичної підтримки.

Зокрема, дослідники М. Каазе і А. Марш виділяють групи політичних акторів – пасивні, конформісти, реформатори, активісти, протестувальники. За твердженням таких дослідниць, як Ховріної та Шаламової, студенти через лінь, відсутність досвіду в громадському житті, сумнівів в органах державної та міської державної адміністрації тощо не проявляють себе активно в суспільстві. Г. Алмонд і С. Верба виділяють автономний (свідома і самостійна модель політичної участі) та мобілізований (примусова участь індивіда в політичному процесі) типи політичної участі. Але дані типи працюють тільки в певних суспільствах (демократичних і традиційних). Наступний дослідник - С. Чірун, в рамках вивчення участі студентської молоді, описує типології, пов'язані з розвитком інформаційних технологій (не технологізовані, традиційно технологізовані, інформаційно-технологізовані).

Розглянуті класифікації електоральної участі студентської молоді як політичного актора вказують на те, що студент, як одиниця або як член групи, у зв'язку зі своєю політичною культурою, умовами повсякденного життя, тимчасовим і просторовим обумовленням вибирає зразок поведінки, а також форму участі в політичному процесі.

4. Проаналізовані чинники та мотиви участі студентів в електоральних виборах.

В рамках раціонально-інструментального елементу формування електоральної поведінки в основному враховується індивідуальна вигода, яку переслідують індивіди в контексті здійснення тих чи інших дій. В рамках соціологічного елементу враховується традиційна прихильність до певної політичної партії або ідеології, також чималий вплив на участь здійснюють елементи соціалізації. Говорячи про соціально-психологічний елемент формування електоральної поведінки студентів, характер таких багато в чому визначається специфікою їх ставлення до політики, рівнем їх політичних знань, усвідомленням і ступенем розвитку навичок політичної участі. Основними мотивами, які спонукають студента до участі в голосуванні, є бажання впливати на формування державного апарату; бажання показати вплив на зміну політичної або соціально-економічної ситуації в державі; бажання відстоювати свої інтереси, висловлюючи власну думку про уряд, не привертаючи особливої уваги.

Ряд дослідників (Д. МакКлелланд, Дж. Аткинс) довели, що основними мотивами, які визначають політичну участь, є мотиви влади, досягнення, приналежності. Відповідно до моделі «причинної воронки» розрізняють групи внутрішніх факторів і групи зовнішніх факторів. У значній частині «лійки» є соціально-економічні, культурно-історичні фактори, потім політичні цінності та орієнтації, позиції виборців щодо певних проблем. Зовнішніми факторами є діяльність ЗМІ, агітація, вплив навколишнього середовища. Розглянуто також

мотиваційні фактори через призму теорії необхідності А. Маслоу. Постійне задоволення потреб спонукатиме людей до участі в політиці.

Когнітивний фактор участі виявляється в їх знаннях про політичну програму, суть виборчої кампанії. Відповідальність, громадський обов'язок, патріотизм – не менш важливі мотиви участі у виборах.

Студенти також відзначають формальний характер виборів і недосконалість виборчої системи, що може бути підставою для зниження інтересу до процесу обрання своїх представників. Але найважливішим фактором, що впливає на електоральну активність студентської молоді, є розуміння важливості їхніх голосів та ефективності приходу на вибори. Тільки тоді молодь братиме участь у виборах, коли побачить, що це дійсно впливає на політичне і суспільне життя держави. І разом з цим фактором ще більш ефективними будуть всі можливі методи впливу на електоральну активність, інакше вони будуть тимчасовими, а електоральна активність молоді впаде.

5. Виявлені фактори що впливають на електоральні переваги молоді.

У дослідницькій практиці для опису голосування використовується кілька основних підходів. По-перше, концепція раціонального голосування (Е. Даунс, М. Фіоріна) яка в якості основного чинника, що впливає на вибір, розглядає свідоме осмислення виборцем інформації про кандидатів, в тому числі розрахунок можливих вигод. По-друге, комплекс соціально-психологічних теорій (Е. Кемпбелл, Ф. Конверс, В. Міллер, Р. Роуз) описують різні механізми психологічної прив'язаності виборця до певної партії або кандидата. Провідними в такому підході є теорія партійної прихильності та напрямок іміджевих виборів, коли студент голосує на основі емоційної підтримки особистості кандидата. По-третє, теоретичні моделі соціально-економічної участі, які вивчають залежність результатів виборів від соціальної структури електорату. В рамках соціологічних теорій (П. Лазарсфельд, С. Рокканн, Р. Мейлен) основним фактором є солідарність індивіда зі своєю соціальною

групою: виборець підтримує партію або кандидата, який, на його думку, висловлює інтереси його групи.

Ідеологічні та політичні погляди не є визначальними для електоральної поведінки молоді, принаймні їхньої молодшої групи. Їх електоральні уподобання іноді визначаються факторами, які абсолютно несумісні з точки зору політично грамотного виборця з сутністю виборчого процесу - наприклад, зовнішність лідера, спільні уподобання в музиці, кіно, спорті і т.д. Більш того, в основі політичних уподобань молоді може скластися навіть миттєве враження: «наш президент», «вчора я бачив його по телевізору - він мені сподобався». Особливість електоральних уподобань студентської молоді полягає в тому, що їх може цікавити кандидат не як представник тієї чи іншої політичної партії, а як успішна і впливова людина, яка домоглася визнання і слави, тобто якій вдалося знайти своє місце під сонцем. Вони приміряють на себе образ успішного політика, політична арена здається їм гідною сферою застосування власних сил. Студентська молодь рішуче реагує на харизму лідера, його впевненість у собі, оптимізм, успіх. Вони підуть за політиком, якого вони розуміють.

Поєднання соціологічних і соціально-психологічних підходів може сприяти виробленню цілісного підходу, за допомогою якого можна буде комплексно підійти до вивчення факторів, що визначають електоральний вибір. Спроби синтезувати соціологічні та соціально-психологічні підходи мають свої плюси і мінуси. До переваг можна віднести той факт, що всебічне розуміння специфіки формування електоральних уподобань з урахуванням аналогічних детермінант вибору, зазначених в рамках існуючих підходів, забезпечить більш повну (актуальну) картину специфіки вибору виборця. Недоліком такого синтезу може стати ситуація «тривалого» пошуку цілісного фактора, що повністю дозволяє зробити висновок про справжні уподобання виборців.

Також розглянута схема мотивації електорального вибору П. Артемова, в якій він виділяє емоційну складову мотивації (симпатії /неприязні,

надії/сумніви), раціональну (знання політичної програми та очікування її реалізації кандидатом) та оціночну (якості кандидата). В. Єрмолін розглядає мотиви електорального вибору через три блоки – потреб (хочу голосувати), внутрішнього фільтру (віддаю перевагу саме цій партії/кандидату), цільовий блок(вирішення певних проблем в суспільстві).

Дослідники звертають увагу на освіту, рівень доходів, професію, матеріальне становище, місце проживання, стать і вік та інші соціально-економічні особливості студентів.

б. Досліджено досвід емпіричного вивчення електоральної поведінки студентської молоді та розроблена програма дослідження. На основі дослідження аналітичного центру «Обсерваторія демократії» було проаналізовано електоральну активність молоді Харькова, Києва та Львова. В ході аналізу вторинних даних виявлено, що студенти віддають перевагу новим політичним лідерам.

У програмі дослідження була розроблена анкета, спрямована на визначення факторів, що впливають на електоральну активність студентської молоді, містить питання, які дозволяють визначити рівень участі у виборах, причини участі/неучасті, чинники вибору того чи іншого кандидата/партії, наявність мотивації молоді брати участь у виборах залежно від того, чи впливає хтось із родичів чи друзів на їх голосування, Ці параметри були обрані на основі вивчення основних теорій електоральної діяльності, таких як теорія раціонального вибору, соціально-психологічний та соціологічний підходи. За результатами анкетування ми прийшли до висновку, що більшість емпіричних гіпотез були підтверджені.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алмонд Г. А., Верба С. Гражданская культура. Подход к изучению политической культуры (I) // Полития. – 2010. – № 2. – С. 122 – 143.
2. Артёмов Г.П. Мотивация электорального выбора // Политический анализ: Отчеты Центра эмпирических политических исследований Санкт-Петербургского государственного университета 2000. № 1. С. 5 – 26.
3. Ашурбеков А. А. Електоральна поведінка як прояв політичних преференцій населення регіону// Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. – 2015. – вип. 65-66. – С. 37 – 45.
4. Бекешкіна І. Е. Партиїні ідентифікації та партиїні преференції як характеристики політичної свідомості // Соціальні виміри суспільства. – Вип. 5. – К.: ІС НАНУ, 200]. – С. 41 – 56.
5. Беликова, Е. А. Политическое участие молодежи: анализ проблем политической активности / Е.А. Беликова // Среднерусский вестник общественных наук. – 2014. – №1. – С. 57-61.
6. Божьева С. М. Вибір українців та вплив на рівень життя// Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – 2021. – вип. 92. – С. 54 – 61.
7. Бунь В. Вплив інституційних факторів на електоральни вибір // Формування органів влади як результат виборчого процесу 2006: Матеріали міжрегіональної науково-практичної конференції. – Львів: ЦПД ЛНУ ім.І.Франка, 2006. – С. 22 – 28.
8. Бунь В. Соціополітичні поділи як детермінанти електорального вибору: суть та основні теорії / В. Бунь // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Політологія, Соціологія, Філософія. – 2009. – Вип. 12. – С. 79–83.
9. Вебер М. Избранные произведения / Общ. ред. Давидова Ю. Н. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.

10. Велика українська енциклопедія: [в 30 т.] : Державна наукова установа «Енциклопедичне видавництво»; редкол.: Локтев В. М. (голова) [та ін.]. – Київ, 2016. – Т. 1. – 592 с.
11. Вишняк О. І. Динаміка ідеологічних ідентифікацій та електоральна поведінка // Соціокультурні ідентичності та практики. – К.: ІС НАНУ, 2002. – С. 247 – 258.
12. Вишняк О. Регіональні політичні субкультури: критерії диференціації та динаміка / О. Вишняк // Субкультурна варіативність українського соціуму / за ред. К. Костенко, А. Ручки. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2006. – 258 с.
13. Візниця Ю.В. Особливості українського електорату в процесі демократизації та становлення національної державності: автореф. дис. на здобут. наук. ст. канд. соціол. наук. – Київ, 1993. – С. 8.
14. Герасимов В. М., Иваненко К. А. Общественное мнение: Ценности и оценки электорального поведения // Под общ. редакцией В. М. Герасимова. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 224 с.
15. Говоруха С. Теоретико-методологічні засади вивчення феномену політичної культури: у пошуках холістичного підходу // Людина і політика. – 2003. - №4 (28) – С. 135
16. Городецька Є. Вплив засобів масової інформації на формування електоральної поведінки виборців. // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – 2011. – Вип. 68-73. – С. 68 – 73.
17. Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. – М.: Прометей, 2004. – 328 с.
18. Дзюба Н. Деякі аспекти дослідження електоральної поведінки / Н. Дзюба // Соціальні виміри суспільства. – Вип. 3. – К.: НАН, Інститут соціології, 1999. – С. 110–121.

19. Добренъков, В.И., Кравченко, А.И. Методология и методика социологического исследования: Учебник / В.И. Добренъков, А.И. Кравченко. – М.: Академический проект; Альма Матер, 2009. – 537 с.
20. Докторов Б. З. От соломенных опросов к постгэллаповским опросным методам. М.: Радуга, 2013. — 72 с.
21. Докторов Б. З. Три вехи в истории изучения общественного мнения: 1824-1936-2016 годы / Б.З. Докторов // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. – 2017. - №4. – С. 7 – 18.
22. Земскова А. М. История изучения электоральной социологии // Вестник Института социологии. 2019. Том 10. № 3. – С. 113–130.
23. Зубченко О.С. Структурування електорального простору Запорізького регіону у 2015–2020 роках// Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. – 2021. –вип. 89. – С. 69 – 78.
24. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы. Санкт Петербург : Питер, 2000. – С. 230.
25. Кирилюк Ф.М., Конверський А.Є., Білик В.Ф. Політологія: Навчально-методичний комплекс – Київ: Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2004. – 697 с.
26. Кияшко Л.О. Психологічні детермінанти політичної участі молоді / Л. О. Кияшко, А. О. Краснякова // Актуальні проблеми психології збірник наукових праць Інституту психології імені Костюка АПН України / За ред. С.Д.Максименка, В.Д.Потапової. – Т. XV, част. 1. – К., 2008. – 458 с.
27. Ковров, В.Ф. Методология социологического исследования формально-рационального права электората / В.Ф. Ковров // Вестник Челябинского государственного университета. – 2008. – № 28. – С. 107-112.
28. Кэмпбелл Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях / Д. Кэмпбелл ; пер. с англ., сост. и общ. ред. М.И. Бобневой. – М. : Прогресс, 1980. – 391 с.

29. Лармин О.В. Искусство и молодежь: эстетические очерки / О.В. Лармин . – М. : Мол. гвардия, 1980. – 191 с.
30. Луман Н. Власть / пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М.: Праксис, 2001. – 256 с.
31. Мадрига Т. Б. Регіональні виборчі кампанії початку ХХІ століття (на прикладі західних областей України): монографія / Т. Б. Мадрига. – Івано-Франківськ: Вид-во «Нова Зоря», 2015. – 248 с.
32. Мелешкина Е. Ю. «Воронка причинности» в электоральных исследованиях / Е. Ю. Мелешкина // Полис. — 2002. — № 5. — С. 47-53.
33. Мелешкина Е. Ю. Исследование электорального поведения: теоретические модели и проблемы их применения // Политическая наука. – 2001. – № 2. – С. 190–211.
34. Остапець Ю. Закарпаття через призму політичних виборів: Монографія / Ю. Остапець, М. Токар. – Ужгород: Вид-во «Карпати», 2009. – С. 15.
35. Омельченко В.В., Ніколаєвський В.М. Громадянське суспільство, довіра, безпека: соціологічний аналіз українських реалій// Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. – 2015. – вип. 67-68 – С. 47 – 56.
36. Охременко, И. В. Электоральное поведение: теория вопроса. Ч. 1. [Текст] / И. В. Охременко. – Волгоград, 2001. – С. 52.
37. Патрушев, С. В. Гражданская активность: институциональный подход (перспективы исследования) / С.В. Патрушев // Полис. – 2009. – Т. 6. – С. 25.
38. Піча В. М. Політологія: терміни, поняття, персоналії, схеми, таблиці: словник-довідник для студентів. – К.: Каравела, 2000. – С. 39.
39. Позняк Д. Соціально-психологічні механізми політичної свідомості виборців / Д. Позняк // Соціальна психологія. – 2004. – № 1 (3). – С. 42.

40. Політологічний енциклопедичний словник. – Київ: Генеза, 1997. – 400 с.
41. Поліщук І. Електоральний процес постсоціалістичного суспільства політико-культурний вимір (на прикладі України, Росії та Польщі): автореф. дис. на здобуття наук. ст. докт. політ. наук: 23.00.02 / І.Поліщук. – Ч., 2009. – 39 с.
42. Полторац В.А. Маркетинговые исследования : учеб. пособ. / В.А. Полторац. – Днепропетровск : ДУЭП, 2002. – 368 с.
43. Полторац В. А. Соціокультурна складова моделей електоральної поведінки// Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. – 2016. – Вип.72-55. – С. 81 – 86.
44. Ротман, Д.Г. Электоральные исследования: сущность и технология / Д.Г. Ротман // Социологические исследования. – 1998. – № 9. – С. 63 – 68.
45. Ротман, Д.Г. Электоральные социологические исследования / Д.Г. Ротман, А.А. Тарнавский, И.В. Левицкая и др. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 2002. – 98 с.
46. Северинюк В. М., Катаєв С. Л. Залежність типів політичної поведінки від ціннісних та соціально-статусних детермінант // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. – 2019. – вип. 84 - С. 6 – 14.
47. Северинюк В. М. Соціальна природа політичного лідерства// Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – 2017. – Вип. 75. – С. 35 – 42.
48. Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество / пер. с англ.; общ. ред., сост., предисл. А. Ю. Согомонова. – М.: Политиздат, 1992. – С. 57.
49. Стадник А. Г. Форми впливу на громадську думку в процесі інформаційної війни// Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. – 2016. – вип. 69-70. – с. 37 – 45.

50. Стадник А. Г., Щербина С. С. Використання політичної реклами у процесі інформаційних війн: соціологічний аспект// Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – 2020. – Вип. 85. – С. 32 – 42.
51. Телегіна К. А. «Електоральна соціологія як особлива соціоінженерна діяльність: функції та дослідницькі методи», 2011, с. 30.
52. Франкович К. А. Виборчі опитування. Небезпеки інтерпретації // Журнал медіадосліджень. 2000. Vol. 14. No 1. С. 104 – 109.
53. Ханстантинов В.О. Політичні інститути і процеси: курс лекцій/ В.О. Ханстантинов. – Миколаїв: МНАУ, 2017. – С. 146.
54. Ховрин А. Ю. Студенческая молодежь и государственная молодежная политика / А.Ю. Ховрин, Л.Ф. Шаламова // Социально-гуманитарные знания, 2007. – № 4. – С. 65–80.
55. Циганенко Г. Партійна ідентифікація и електоральна поведінка // Соціальна психологія. – 2004. – № 2 (4). – С. 61–69.
56. Чекмарев Э. В. Политическое участие молодежи в постсоветский период (на материалах Саратовской области): автореф. дис. канд. полит. наук: 23.00.02. – Саратов, 2003. – 189 с.
57. Черкашин К. В. Електоральна поведінка населення незалежної України в регіональних зрізах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.02 “Політичні інститути та процеси” / К.В. Черкашин. – Сімферополь, 2005. – 19 с.
58. Чирун С. Н. Молодёжная политика в ситуации постмодерна: государство, общество, политические организации: дис. докт. полит. наук: 23.00.02. – Казань, 2015. – С. 242– 243.
59. Шведа Ю. Партії та вибори: енциклопедичний словник / Ю. Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. – С. 84.

60. Шинкаренко О. Є. Бренд політичної партії в електоральному маркетингу// Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – 2014. – Вип. 63. – С. 188–193.

61. Шинкаренко О. Є. Гендерні та вікові чинники формування поведінки виборців у соціологічному вимірі. – // Вісник національної юридичної академії ім. Ярослава Мудрого. Серія: філософія, філософія права, політологія, соціологія / [редкол.: А.П. Гетьман та ін.]. – Х. : Право, 2012. – Вип. 11. С. 287 – 298.

62. Шинкаренко О. Є. Електоральний маркетинг у процесах регулювання електоральної активності та електоральної поведінки // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. – 2015. –Вип. 61. - С. 126 – 38.

63. Шинкаренко О. Є., Полторак В. А. Політичний капітал як найважливіший чинник організації електорального маркетингу на електоральному ринку // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – 2016. – Вип.61. - С. 81 – 86.

64. Щербина С. С. Структура політичної еліти в сучасному українському суспільстві // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – 2019. – Вип. 83. – С. 210 – 214.

65. Dinkel R. The relationship between federal and state elections in West Germany. In: Elections and parties. M. Kaase, K. von Beyme (eds.). London: Sage Publications, 1978. – pp. 53– 65.

66. Fiorina M. Retrospective voting in American National Elections// American Journal of Political Science. Vol 22. No 2. – pp. 426–443.

67. Joseph A. Schumpeter, Capitalism, Socialism and Democracy. New York: Harper & Row, 1942, 381 p.

68. Kaase M., Marsh A. Political Action Repertory. Changes Over Time and a New Typology // Political Action: Mass Participation in Five Western Democracies. – Beverly Hills, CA: Sage, 1979. – pp. 153-155.

69. Lazarsfeld P. The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign / P. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet // Columbia University Press. – 1948. – p. 178.
70. Lewis-Beck M. S., Rice T. W. Forecasting Elections. Washington : Congressional quarterly press, 1992. – 164 p.
71. Lipset S. Cleavage Structures, Party Systems, and Voter Alignments / S. Lipset, S. Rokkan. // Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives. – 1990. – pp. 1 - 65
72. Reif K., Schmitt H. 1980. Nine Second-Order National Elections: A Conceptual Framework for the Analysis of European Election Results // European Journal of Political Research. Vol. 8. No 1. – pp. 3–44
73. Verba S., Nie N. Participation in America. N.Y., 1972. – 336 p.
74. Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс]: енциклопедія. Т. 13. Київ - Кок/ Співголови редкол.: І.М. Дзюба, А.І. Жуковський. - К. : Ін-т енциклопедичних досліджень НАНУ, 2013. – 712 с. – Режим доступу: <http://esu.com.ua>.
75. Результати електорально-поведінкового дослідження у день виборів 2020 [Електронний ресурс] // Соціологічна група Рейтинг – Режим доступу до ресурсу: <http://ratinggroup.com.ua/products/politic/data/entry/14073/>.
76. Студентське голосування: тренди, мотиви і цінності 2019 [Електронний ресурс] // Аналітичний центр Обсерваторія десократії – Режим доступу до ресурсу: <https://od.org.ua/uk/>.

АНКЕТА

Доброго дня! У рамках написання кваліфікаційної роботи, проводжу опитування серед студентів. Будь ласка, уважно і точно заповніть анкету. Результати дослідження будуть оброблені і проаналізовані тільки в узагальненому вигляді. Дослідження гарантує вам повну анонімність. Заздалегідь дякую!

1. Ви цікавитесь політикою?

1. Так
2. Ні
3. Важко відповісти

2. Чи потрібні вибори як політичний інститут?

1. Так
2. Швидше за все так, ніж ні
3. Швидше за все, ні, ніж так
4. Ні
5. Важко відповісти

3. Чим для Вас особисто є вибори? (будь ласка, вкажіть лише один варіант відповіді)

1. Почесним правом громадянина
2. Можливість впливати на владу
3. Форма вираження власної думки
4. Порожня формальність
5. Рутинний обов'язок
6. Обман народу
7. Боротьба кандидатів за владу заради особистої вигоди
8. Важко відповісти

4. Ви берете участь у виборах?

1. Так, я намагаюся брати участь у всіх виборах, які проводяться
2. Я беру участь тільки у президентських виборах
3. Я беру участь тільки в парламентських виборах
4. Час від часу беру участь
5. Взагалі не беру участі (перейдіть до пит. № 6)

5. Назвіть основні причини, чому Ви збираєтеся взяти участь у виборах ? (будь ласка, оберіть не більше трьох варіантів відповідей)

1. Це обов'язок кожного свідомого громадянина країни
2. Можливість показати свою згоду/незгоду з політикою держави/позицією депутата
3. Мені близькі ідеї кандидата чи партії, і я можу їх підтримати
4. Хочу таким чином показати свою громадську і політичну активність
5. Це спосіб участь у вирішенні громадських проблем.
6. Висловити протест своїм голосуванням
7. Більшість людей з мого оточення беруть участь у голосуванні
8. Змушують йти на вибори (батьки / на роботі / в школі і т.д.)
9. Просто цікаво, хто переможе у змаганні партій/кандидатів
10. Важко відповісти

6. Чому Ви не приймаєте участь у виборах?

1. Не вірю передвиборним обіцянкам , які переслідують свої особисті цілі
2. Впевнений, що мій голос нічого не вирішить
3. Не володію повною інформацією про кандидатів, тому мені важко голосувати за когось
4. Не бачу реальної політичної сили, гідної кандидата, за якого можу віддати свій голос
5. Не підтримую саму ідею проведення виборів.
6. Не вірю що вибори пройдуть чесно

7. Мене взагалі не цікавлять вибори чи політика.

8. Вені важко відповісти

7. Незалежно від того, чи берете Ви участь у виборах, оберіть, які з цих аргументів для участі у виборах, на Вашу думку, є найсерйознішими?

1. Я як громадянин України, повинен брати участь у виборах

2. Я беру участь у виборах, тому що сподіваюся на зміни на краще

4. Беручи участь у виборах, я можу впливати на життя в країні

5. Якщо я не братиму участі у виборах, моїм голосом можуть скористатися для підтасування

6. В результаті виборів уряд буде оновлений, прийдуть нові люди

7. Якщо не брати участь у виборах, то порядку в країні ніколи не буде.

8. Важко відповісти

8. Чия думка впливає на Вас найбільше при формуванні вибору? (будь ласка, оберіть не більше трьох варіантів відповідей)

1. Батьків, родичів

2. Друзів

3. Колег по роботі, навчанню

4. Керівників обласних та місцевих органів влади

5. Журналістів, коментаторів, ведучих радіо- і телевізійних програм

6. Відомих та шанованих політиків

7. Артистів, спортсменів, науковців та діячі культури

8. На мою думку нічого не впливає

9. Важко відповісти

9. З яких джерел Ви найчастіше отримували інформацію про вибори? (кількість варіантів відповідей не обмежена)

1. Телевізійних програм

2. Радіопередач

3. Газетних статей

4. Інтернету (соціальних мереж, електронних статей тощо)

5. Агітаційних матеріалів кандидатів і партій (листівки, плакати, білборди, теле-, радіореклама)
 6. Від друзів і знайомих
 7. Від членів сім'ї (родичів)
10. Якого роду інформації про хід виборів Вам недостатньо? (кількість варіантів відповідей не обмежена)
1. Про особисті якості кандидатів (лідерів політичних партій)
 2. Про передвиборчі програми кандидатів (політичних партій)
 3. Про біографії кандидатів (лідерів політичних партій)
 4. Про діяльність кандидатів (політичних партій)
 5. Результатів соціологічних опитувань
 6. Думок відомих людей
 7. Ніякої
 8. Важко відповісти
11. За кого з кандидатів Ви віддали б свій голос, як би вибори Президента відбулися наступної неділі?
1. Володимир Зеленський
 2. Петро Порошенко
 3. Юлія Тимошенко
 4. Дмитро Разумков
 5. Юрій Бойко
 6. Євгеній Мураєв
 7. Ігор Смешко
 8. Володимир Гройсман
 9. Олег Ляшко
 10. Віктор Медведчук
 11. Олег Тягнибок
 12. Важко відповісти
 13. За жодного із кандидатів (перейдіть до пит.№ 13)

12. Чому Ви обрали б саме цього кандидата?

1. Викликає довіру
2. Представляє якісну політичну програму
3. Може захистити інтереси таких людей як я
4. Не бачу більш гідного кандидата
5. Єдиний кандидат, про якого я щось знаю
6. Моя сім'я / друзі проголосували за нього

13. Якби найближчим часом відбувалися вибори до Верховної Ради України, то за яку партію Ви проголосували б?

1. «Слуга народу»(О. Шуляк)
2. «Опозиційна платформа — За життя» (Ю.Бойко)
3. «Європейська Солідарність» (П.Порошенко)
4. «Батьківщина» (Ю.Тимошенко)
5. Партія «Голос» (К.Рудик)
6. Партія «Розумна політика» (Д.Разумков)
7. Партія «Наші» (Є.Мураєв)
8. Партія «Сила і честь» (І.Смешко)
9. Партія «Свобода» (О.Тягнибок)
10. Партія «УДАР Віталія Кличка» (В.Кличко)
11. Радикальна партія Олега Ляшка (О.Ляшко)
12. Партія Шарія (О.Бондаренко)
13. Важко відповісти
14. Не буду голосувати (перейдіть до пит.№ 15)

14. Чому ви відали б голос саме цій партії?

1. Симпатизує лідер та інші члени партії
2. Представляє якісну політичну програму
3. Партія може захистити інтереси таких людей як я
4. Не бачу більш гідних партій
5. Єдина партія, про яку я щось знаю

6. Моя сім'я / друзі проголосували за неї

15. Чи використовували Ви виборчі кампанії як можливість підробити?

1. Так

2. Ні (перейдіть до пит.№ 17)

16. Ви працювали під час виборів за ту партію (кандидата), за яку віддали свій голос на виборах?

1. Так

2. Ні

17. Ваша стать?

1. Чоловіча

2. Жіноча

18. Ваш вік

1. 19

2. 20

3. 21

4. 22