

Катерина Безрукова, асп.
ORCID: 0000-0002-6230-8348

Тетяна Траверсе, д-р психол. наук, проф.
ORCID: 0000-0002-9031-1173

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

КОНЦЕПТУАЛЬНА Й ОПЕРАЦІОНАЛЬНА МОДЕЛІ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЕЛЕКТОРАЛЬНИХ ГРУП УКРАЇНИ

Представлено авторський підхід та розроблено модель дослідження електоральних груп і їхніх соціально-психологічних профілів. Обґрунтовано концептуальну й операціональну моделі дослідження психологічних особливостей електоральних груп України. За результатами експертного дослідження здійснено спробу типологізації електоральних груп за такими соціально-психологічними критеріями виборців: особистісні, соціально-демографічні, цінності, потреби, форми політичної участі, рівень політичної культури.

Ключові слова: електорат, електоральні групи, критерії типологізації електорату, соціально-психологічний підхід, типологія електорату.

Вступ. Відомо, що електорат є предметом міждисциплінарних досліджень на стику наукових пошуків фахівців соціології, політології, психології, культурології тощо, оскільки він є групою зі складною, не завжди очевидною, динамічною структурою. Це створює можливість виокремлення в ньому достатньо різних аспектів дослідження.

Стан наукового розроблення проблеми електорату дозволяє трактувати його як специфічну складно структуровану групу, що має підгрупи, зумовлені визначеними для типологізації критеріями, методологічною традицією їхнього вивчення та пояснення. Зокрема, ідеться про електорат як: усіх тих, хто має виборче право в певній державі і може брати участь у виборах (соціологія); певне коло виборців, що віддали свої голоси за певну політичну партію чи кандидата на виборах того чи іншого рівня (політологія та правові науки); сукупність людей, які наділені правом голосу на виборах різних ланок влади і реалізують чи не реалізують його (психологія).

Розмаїття аспектів (форм, видів, типів, умов, функцій, механізмів тощо) як критеріїв для опису електорату залишає його актуальною науковою проблемою, що в контексті політико-психологічного знання потребує додаткової операціоналізації.

Ключовою особливістю досліджень електорату та явищ з ним пов'язаних є те, що електорат – це велика, динамічна, тимчасова соціально-політична група, яка структурується та інституціалізується безпосередньо напередодні виборів, що має вияв у таких індикаторах, як: виникнення прошарку виборців, ідентифікація виборця з тим чи іншим кандидатом чи партією, формальне зарахування до електоральної групи прихильників, вироблення й ухвалення ними так званих електоральних рішень тощо.

Більшість дослідників у типологізації виборців послуговуються, щонайменше, такими підставами, як політичні симпатії й орієнтації виборців. Проте зазначені електоральні симпатії є нестійкою диспозицією для оцінки електорату. Вона уможливорює фіксацію електоральних рейтингів і майже не надає інформації про змістовні особливості електорату.

Серед соціально-психологічних особливостей виборців та підстав для визначення структури електоральних груп виокремлюють роботи П. Лазарсфельда

[11], М. Фіорини [10], О. Вишняка [6], О. Полторака [7], В. Рибаченко [8], К. Бури й О. Левцун [4] та ін.

Базуючись на класичних теоріях електоральної поведінки, в сучасній науці було сформовано кілька підходів до типологізації електорату, де критеріями для типологізації постають політичні симпатії та орієнтації, міра знайомства з програмами кандидатів й агітаційною продукцією, зміна наміру голосувати в ході передвиборчої кампанії (В. Комаровський), рівень залученості у виборчий процес (В. Зарубін), стійкість електоральних орієнтацій (П. Лазерфельд), міра власної вигоди від результатів виборів (М. Фіорина), чутливість до базових стратегій виборчих кампаній (О. Петров) тощо. Соціально-психологічні критерії типологізації виборців заклали послідовники Мічиганської школи й А. Кемпбелл. Вони виділяли партійну ідентифікацію, ставлення до поточних подій і почуття до кандидата як ключові підстави для типологізації. Спроби типологізувати електорат за психологічними характеристиками у роботах багатьох учених мають фрагментарний характер, найчастіше ураховуючи лише одну із цих характеристик. В. Рибаченко, наприклад, типологізує виборців за рівнем переконаності у правильності власного політичного вибору, критичності сприйняття та політичної байдужості. Найбільш розповсюдженою в країнах пострадянського простору й досі залишається типологізація виборців на підставі соціально-демографічних характеристик. Групи виділяють на основі віку, статі, рівня освіти, регіону проживання та типу поселення, політичної приналежності, електоральних симпатій тощо [3].

Відповідаючи на виклики суспільно-політичної ситуації в нашій країні, актуальним вважаємо розроблення інтегративного підходу до дослідження електорату, що не буде залежати від поточного новітнього політичного ландшафту та фіксуватиме індивідуальні особливості виборців. Чималий науковий і практичний інтерес представляє пошук предикторів електорального вибору та тих особливостей виборців, що матимуть прогностичний потенціал, тобто допоможуть не лише фіксувати результати електоральних досліджень, але й передбачувати тенденції електорального вибору, перетікання голосів, реакції електоральних груп на конкретні політичні події. Наявність системних уявлень про типи виборців та їхні особистісні профілі допоможе змістовно підійти до розуміння електорату. Основу такого підходу формують такі соціально-психологічні особливості еле-

кторату: особистісні, соціально-демографічні особливості виборців, цінності, потреби, форми політичної участі, рівень політичної культури виборців.

Мета статті – обґрунтувати концептуальну й операціональну модель дослідження психологічних особливостей електоральних груп України.

Виклад основного матеріалу. Термін *електорат* походить від латинського *elector* – *виборець* і найчастіше під ним розуміють саме сукупність усіх людей, які беруть участь у виборах або коло виборців, які голосують за певного кандидата, партію тощо.

Традиційно вживають два визначення електорату – у вузькому і широкому значенні. Електорат, в широкому сенсі, визначають як сукупність усіх громадян, які наділені правом голосу і які реалізують / не реалізують його (право) у спеціально створених для цього умовах [5, 10, 11]. У вузькому значенні, електорат – це коло виборців, які голосують за ту чи іншу партію або кандидата на виборну посаду; прихильники певної політичної сили [4, 7, 8].

О. Вишняк доводить, що ширше визначення електорату є характерним для поведінкових наук, таких як соціологія та психологія, а у вузькому значенні його частіше використовують політичні науки. Сам автор визначає електорат, як "громадян 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)" [5].

У політологічній традиції електоральні групи є близькими до політичних партій за функціями і засобами впливу і формуються на основі усвідомлення людьми необхідності спільної діяльності для реалізації своїх інтересів. Електоральні групи трактуються як добровільні об'єднання громадян, які формуються з метою висловлення і відстоювання своїх політично значущих інтересів, перебувають у взаєминах з державою та з іншими політичними інститутами.

У контексті соціології в електоральних групах зазвичай виокремлюють їхні особливості за критеріями віку, статі, рівня освіти, регіону проживання, типу поселення, політичної приналежності, електоральних симпатій, стану щодо соціальної стратифікації соціуму, що фіксується в особливостях результатів електоральних досліджень. Отже, ідеться переважно про об'єктивні характеристики та індикатори груп.

У контексті психології здійснено спроби досягнути характеристики електоральних груп як цілісних соціально-психологічних явищ, з'ясувати психологічні особливості їхніх окремих учасників. Критеріями для типологізації обирають психічні риси виборців, їхні риси характеру, когнітивні й емоційні вияви у громадян у процесі здійснення ними електорального вибору тощо.

У соціальних і поведінкових науках з огляду на методологічну традицію втілення наукового пошуку відсутнє узгоджене трактування, визначення поняття "електоральна група". Як велика соціальна група, що має неомогенну ґенезу, електорат складається з підгруп (електоральних груп). Електоральна група – це сукупність людей зі схожими соціально-психологічними ознаками, що є відносно гомогенною. До однієї електоральної групи можуть бути віднесені люди, які мають намір голосувати за різних кандидатів. Віднесення виборців в одну електоральну групу ми розглядаємо як передумову перетікання голосів від одного кандидата до іншого, якщо їх виборці входять до однієї електоральної групи. З огляду на це ми розглядаємо електоральну групу як номінальну групу виборців, об'єднану на

основі спільності психологічних особливостей, відносно гомогенну та стабільну за складом. Загалом електорат є сукупністю усіх громадян країни, які наділені активним виборчим правом і які реалізують / не реалізують його під час виборів різних рівнів.

Соціально-психологічний профіль електоральної групи є усередненими індикаторами соціально-психологічних особливостей типового виборця, що увійшов до складу конкретної електоральної групи.

Виборець – громадянин, що володіє *активним виборчим правом* і може його реалізувати, тобто учасник виборів, серед яких й особи з різними протестними формами політичної поведінки (наприклад, абсентеїсти).

Спираючись на погляди П. Лазерфельда [11], М. Фіорина [10] та інших учених, ми припускаємо, що психологічні та соціально-психологічні особливості виборців належать до тих індикаторів, які відрізняють членів одних електоральних груп від інших.

До соціально-психологічних особливостей виборця належать суб'єктивні характеристики виборця, а саме:

- характерологічні особливості (емпатія, патерналізм, раціональність, ставлення до змін, інфантильність, інтелект, критичність сприйняття, оптимізм, прагматизм, відповідальність, локус контролю тощо);
- комунікативні особливості (компромісність, ідеологізованість, національна ідентичність тощо);
- спрямованість особистості виборця (потреба в безпеці, запит на стабільність, на зміни, націоналізм, демократизм, громадська позиція);
- регулятивні особливості (патріотизм, зовнішньополітичний курс, протестний потенціал, мотивація тощо);
- система цінностей, відносини з іншими суб'єктами тощо. Соціально-психологічні особливості виборців є чинником здійснення електорального вибору і діапазону виявів форм політичної участі.

Соціально-демографічні особливості виборця, тобто його суб'єктивні характеристики, такі як вік, стать, матеріальний і сімейний стани, посада, склад сім'ї, рівень освіти, спеціальність та стаж трудової діяльності, професійний досвід, національність, релігійні та політичні погляди тощо.

Реалізуючи інтегративний підхід, в дослідженні виокремимо ключові операціональні визначення. Електорат є всією сукупністю виборців країни й охоплює всі електоральні групи.

Електоральні групи виокремлюють з електорату на основі соціально-психологічних особливостей виборців.

Виборці входять до складу електоральних груп, відповідно до електорату, і мають набір суб'єктивних особливостей – соціально-психологічних і соціально-демографічних.

На основі аналізу соціально-психологічних особливостей виборців, які входять до складу однієї електоральної групи, формується соціально-психологічний профіль електоральної групи, що є типовим виборцем, представником конкретної групи.

Для того, щоб наблизитися до операціоналізації концептуальної моделі та визначити критерії, за якими диференціюються українські виборці і на основі яких можна віднести виборців до певних електоральних груп, напередодні президентських виборів у 2019 було проведено експертне дослідження, яке було спрямоване на пошук й узагальнення критеріїв, за якими загальна сукупність виборців може бути поділена на групи, а виборці віднесені до відповідного типу.

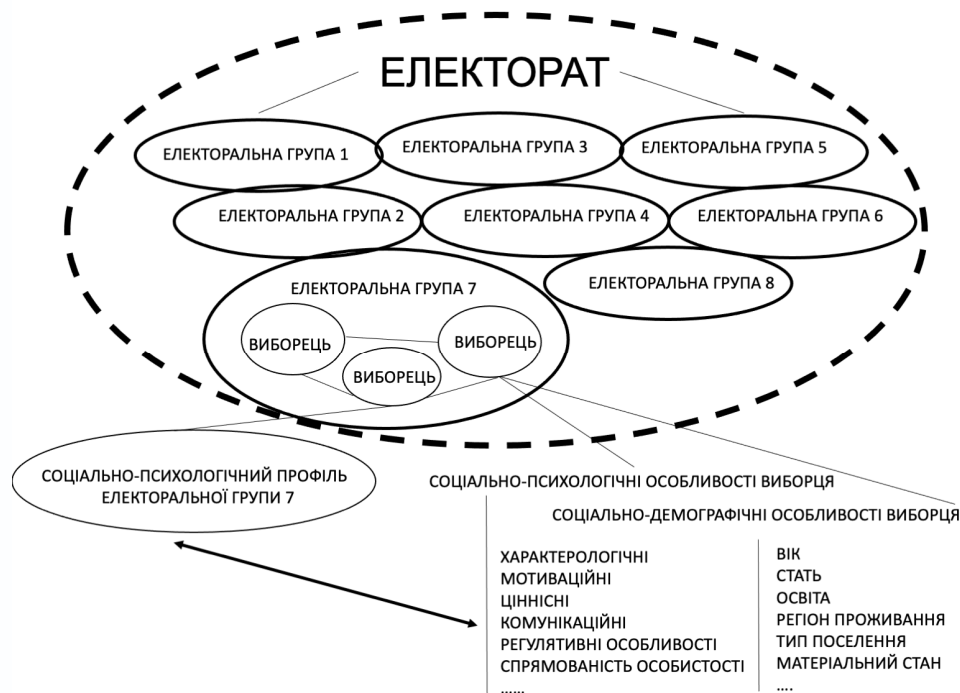


Рис. 1. Концептуальна модель дослідження соціально-психологічних особливостей електоральних груп



Рис. 2. Операціональна модель дослідження соціально-психологічних особливостей електоральних груп

Контент-аналіз інтерв'ю з експертами дозволив виокремити 72 унікальні характеристики виборців, які були розділені на 7 груп: характерологічні особливості, комунікативні особливості, спрямованість особистості,

регулятивні особливості, соціально-демографічні характеристики, особистісні риси, об'єктивні показники електорату. Найчисельнішими критеріями типологізації електорату виявилися характерологічні,

регулятивні особливості та спрямованість особистості виборця [2].

За результатами експертного дослідження визначено групи критеріїв, а саме: особистісні риси, цінності, потреби, рівень політичної культури та форми політичної участі виборців. Національну ідентичність, як складний і багатшаровий концепт, було вирішено розглянути в межах ціннісного блоку (національні цінності).

Особистісні риси виборців – один із ключових предикторів електоральної поведінки громадянина. Автор теорії рис особистості та послідовник ідеографічного підходу до особистості Г. Олпорт вважає, що особистісні риси не лише визначають індивіда як особистість, але й надають певну постійність і послідовність у її поведінці. Через особистісні риси можна пояснювати причини певної поведінки й відрізнити одну групу людей від іншої в межах відповідної культури. Такі особистісні риси як консерватизм – радикалізм, підпорядкованість – домінантність, конформізм – нонконформізм, рівень самоконтролю, емоційна стабільність, боязкість – сміливість, довірливість – підозрілість, інтелект тощо визначають електоральні вподобання й електоральну поведінку виборців, що є ключовим інтересом нашого дослідження [6].

Зважаючи на те, що найпоширенішою в країнах пострадянського простору є типологізація виборців на підставі соціально-демографічних характеристик, у цю модель закладено й соціально-демографічні особливості виборців. Це зроблено для того, щоб передбачити потенційну можливість порівняння результатів емпіричного дослідження з результатами досліджень в межах соціально-демографічного підходу. Серед соціально-демографічних характеристик були обрані характеристики віку, статі, рівня освіти, регіону проживання та типу поселення, політичної приналежності, електоральних симпатій, а також мови, матеріального стану, професії, віросповідання та національності.

Цінності – ще один важливий індикатор у характеристиці виборців, на основі якого виокремлюються групи громадян в українському електораті. Ціннісні орієнтації особистості – це те, що має значення для людини, що виражає змістовне ставлення людини до соціальної дійсності та визначає мотивацію її поведінки й істотно впливає на її діяльність, зокрема й на електоральний вибір.

Потреби виражають необхідність особистості в чомусь. Своїми діями і рішеннями особистість намагається наблизити себе до задоволення конкретних потреб (базових, у безпеці, соціальних, моральних та ін.), тому дослідницький інтерес представляє визначення та диференціація потреб, які намагається задовольнити особа здійснюючи той чи інший електоральний вибір.

Політичну культуру розглядають як сукупність настанов, цінностей і зразків поведінки соціальних верств, окремих громадян, що стосуються їхньої взаємодії з політичною владою. Як єдність двох фундаментальних функцій – збереження і трансляція соціальної пам'яті та накопичення соціально значущої творчості, політична культура відображає специфіку співвіднесення політичної свідомості та політичної поведінки актора, тобто суб'єкта політики (індивідуального чи групового) [9].

Політична культура цікава тим, що має не лише когнітивний компонент (знання, уявлення суб'єкта про політику), а й емоційний (ставлення до політики) і діяльнісний компоненти (форми політичної поведінки, види політичної діяльності акторів).

За допомогою концепту політичної культури Г. Алмондом проведено порівняльний аналіз різних

політичних систем, оскільки політична культура трактується ним як система цінностей, глибоко вкорінених у свідомості мотивацій чи орієнтацій та атитюдів, що регулюють поведінку людей в ситуаціях, що стосуються політики. Політична культура охоплює такі явища, як політичні теорії й цінності, ідеології, відмінності національного характеру, культурне середовище, рівень загальної освіти тощо [1].

Політична участь як форма політичної поведінки є діями, які застосовує соціальна спільність, окремі громадяни з метою впливу на державні та політичні інститути, на вибір політичних керівників і лідерів на різних щаблях політичної влади (місцевому, загальнонаціональному).

Висновки. У контексті інтегрального підходу ми визначаємо електорат як сукупність усіх громадян країни, що наділені активним виборчим правом, які реалізують / не реалізують його під час виборів різних рівнів. Електоральна група є номінальною групою виборців, що об'єднана на основі спільності психологічних особливостей, є відносно гомогенною та стабільною за складом. Діагностика та вивчення електоральних груп може здійснюватися за такими групами критеріїв: особистісні риси виборців, їхні цінності (національна ідентичність та ін.) й потреби, рівень політичної культури, домінантні форми політичної поведінки.

Перелік критеріїв, за якими можуть бути диференційовані й описані електоральні групи, вочевидь, не обмежується тими критеріями, які закладені в нашому дослідженні. А втім, обраних критеріїв цілком достатньо для наближення до розроблення й реалізації інтегративного підходу до дослідження електорату (електоральних груп) і його типологізації, що не буде залежати від поточного політичного ландшафту і враховуватиме індивідуальні особливості виборців.

Підтвердження чи спростування дієвості окреслених особливостей виборців, виокремлення типів електоральних груп, зокрема і з'ясування відмінностей між виборцями, які цікавляться / не цікавляться політикою, беруть / не беруть участь у виборах різних рівнів і стане предметом наших подальших пошуків.

Список використаних джерел

- Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура и стабильность демократии. Политические исследования. 1992. № 4. С. 122.
- Безрукова К. М. Критерії типологізації українських виборців за результатами експертного дослідження. *Проблеми особистості в сучасній науці: результати та перспективи дослідження*: мат. XXIII Міжнар. конф. молодих наук., 22–23 квіт. 2021 р. / за ред. І. В. Данилюка, С. Ю. Пашенко. Київ : Вид-во Ліра-К, 2021. С. 17–20.
- Безрукова К. М. Теоретичні підстави для типологізації електорату у соціально-психологічному підході. *Проблеми сучасної психології* / Запорізький нац. ун-т, Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. Запоріжжя: Вид. дім "Гельветика", 2021. № 1 (20). С. 9–18.
- Буря К., Левцун О. Командир, Підприємець, Артист та інші: психотипи політиків, які вступають у передвиборну боротьбу. URL: <http://newukraineinstitute.org/media/news/875/file/Психотипи.pdf>.
- Вишняк О. І. Динаміка ідеологічних орієнтацій і електоральна поведінка населення України (1994–2000 рр.). *Українське суспільство: моніторинг – 2000 р.* : інформац.-аналіт. мат. Київ : ІС НАНУ, 2000. С. 129–135.
- Олпорт Г. Личность в психологии. Москва : КСП ; СПб : "Ювента", 1998. 345 с.
- Полторак В. А., Петров О. В. Избирательные кампании: научный подход к организации. Киев : Знання України, 2004. 315 с.
- Рибаченко В. Ф. Типи виборців та типи кандидатів: за кого голосувати? URL : <https://dif.org.ua/article/tipi-vibortsiv-ta-tipi-kandidativ-za-kogo-golosuvati>
- Траверсе Т. М. Політична психологія : навч. посіб. Київ : Парламентське вид-во, 2013. С. 86.
- Фіорина М. Ретроспективне голосування в американських національних виборах. Нью-Хевен : Вид-во Сільського ун-ту, 1981. 389 с.
- Lasarsfeld P. The People's Choice. N. Y., 1969.

References

1. Almond G. (1992) *Grazhdanskaya kul'tura i stabil'nost' demokratii* [Civil culture and the stability of democracy]. Moscow: Political studies. [in Russian]
2. Bezrukova K. (2021) *Kriterii tipologizatsii ukrains'kih viborciv za rezul'tatami ekspertnogo doslidzhennya* [Criteria for the typology of Ukrainian voters based on the results of expert research]. Kyiv: Publishing house "Lira-K". [in Ukrainian]
3. Bezrukova K. (2021) *Teoretychni pidstavy dlia typologizatsii elektoratu u sotsialno-psykholohichnomu pidkhodi* [Theoretical grounds for typologization of the electorate in a socio-psychological approach]. Odesa: Publishing house "Helvetyka". [in Ukrainian]
4. Bura K., Levtsun O. (2018) *Pidpryemets', Artyst ta inshi: psykhotypy politykiv, yaki vstupayut' u peredvybormu borot'bu* [Entrepreneur, artist and others: psychotypes of politicians in the election campaign]. Kyiv: New Ukraine Institute. [in Ukrainian]
5. Vishnyak O. (2000) *Dinamika ideologichnih orientacij i elektoral'na povedinka naselennya Ukraïni (1994–2000)*. [Dynamics of ideological orientations and electoral behavior of the population of Ukraine (1994–2000)]. Kyiv: IS NANU. [in Ukrainian]
6. Allport G. (1998) *Lichnost' v psikhologii* [Personality in psychology]. Moscow: KSP, St. Petersburg: "Juventa". [in Russian]
7. Poltorak V. A. (2004) *Izbitatel'nyye kampanii: nauchnyy podkhod k organizatsii* [Election campaigns: a scientific approach to organization]. Kyiv: Knowledge of Ukraine. [in Russian]
8. Ribachenko V.F. (2012) *Typy vybortsiv ta typy kandydativ: za koho holosuvaty?* [Types of voters and types of candidates: who to vote for?]. Kyiv: Democratic Initiatives Foundation Ilka Kucheriva. [in Ukrainian]
9. Traverse T. (2013) *Politichna psihologiya: navch. posibnik* [Political psychology: study guide]. Kyiv: Parliamentary Publishing House. [in Ukrainian]
10. Fiorina M. (1981) *Retrospective voting in American national elections*, New Haven: Yale University Press.
11. Lasarsfeld, P. (1969) *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*, N.Y.: Columbia University Press.

Надійшла до редколегії 24.03.22
Рекомендована до друку 15.05.22

Kateryna Bezrukova, PhD Student

ORCID: 0000-0002-6230-8348

Tetyana Traverse, Dr of Sci. (Psychology), Prof.

ORCID: 0000-0002-9031-1173

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

CONCEPTUAL AND OPERATIONAL MODELS OF RESEARCH OF SOCIO-PSYCHOLOGICAL FEATURES OF ELECTORAL GROUPS OF UKRAINE

Scientific interest in the current realities of the socio-political situation in Ukraine lies in the field of development of an integrative approach to the study of the electorate and its typology, which will not depend on the current political landscape and take into account the individual characteristics of voters.

In the article the authors substantiate their own model of the electorate and develop an author's approach to the study of electoral groups and their socio-psychological profiles.

The purpose of the article is to substantiate the conceptual and operational models of research of psychological features of electoral groups of Ukraine.

The authors consider the electorate as a set of all citizens of the country who are endowed with active suffrage and who exercise or do not exercise it at elections at various levels. An electoral group is defined as a nominal group of voters, united on the basis of common psychological features, relatively homogeneous and stable in composition.

According to the authors, the search for criteria for describing the electorate, as well as for its division into subgroups, is a scientific problem that needs to be further operationalized within the framework of political psychology.

As part of the research work, the authors conducted an expert study, the results of which allowed to determine the most important in the opinion of experts groups of criteria by which it is possible to typologize the electorate and determine the socio-psychological profiles of electoral groups.

The authors propose to typologize electoral groups with the help of such socio-psychological characteristics of voters as personal, socio-demographic characteristics, values, needs, form of political participation and the level of political culture.

Keywords: criteria of typology of electorate, electorate, electoral groups, socio-psychological approach, typology of electorate.