

sociology are uncoordinated because of ignoring of public opinion as the main field of public choice.

Based on the analysis of empirical data, received as the result of the sociological research "Political parties and the public during the election campaign-context of the big city", conducted in Lugansk during September - October 2012, there was made a conclusion that the electoral choice is made in mass communities, and its mechanisms conditioned by public opinion. It is proposed to differentiate public opinion, public thought, group and individual consciousness.

*Key words:* elections, electoral sociology, voting behavior, public opinion, public thought.

Стаття надійшла до редакції 16. 01. 2013 р.

Прийнято до друку 29. 03. 2013 р.

протоколом № 6

Рецензент – к. філос. н., доцент

Тягнібедіна О. С.

УДК 324 (477)

**Єнін М. Н.**

### **ФОРМУВАННЯ ВИБОРУ КАНДИДАТІВ ПО МАЖОРИТАРНИХ ОКРУГАХ**

Впровадження демократичних інститутів в посткомуністичних країнах супроводжувалося розширенням масової політичної участі, що актуалізувало проблему передбачуваності результатів виборів, які стали змаганням між різними групами еліти за право формувати політику держави та визначати шляхи суспільного розвитку. Тому вивчення факторів, що впливають на поведінку виборців, мають як теоретичну, так і практичну значимість.

Парламентські вибори в Україні 2012 р. відбулися за мішаною виборчою системою, від якої законодавці відмовилися у 2006 році і відколи наша країна обирала Верховну Раду України за пропорційною системою. Перехід до пропорційної системи був продиктований вимогами опозиції в період президенства Л. Кучми. Річ у тому, що парламентарії, обрані в округах за підтримки опозиційних партій, після потрапляння в парламент переходили у провладні фракції. Ще одним мотивом переходу до пропорційної системи було підвищити роль партій і конкретних політичних програм у суспільному житті, щоб виборець голосував за певні політичні платформи, а не за позицію окремих людей. Використання лише пропорційної системи в Україні хоча й підвищило

роль партій у парламенті, однак сприяло подальшій олігархізації влади. Право висувати кандидатів мали лише політичні партії та блоки. В цій ситуації потенційний кандидат цілковито залежав від керівництва. Крім того, важливо було не просто стати кандидатом, але й потрапити до прохідної частини виборчого списку, а для цього часто використовувались неправові практики. Пройти до парламенту отримали право люди не за меритократичними принципами, а за принципами багатства, особистих зв'язків та особистої відданості. Це ще більш віддаляло народні маси від еліти, поглиблюючи почуття відчуженості та несправедливості чинного суспільного устрою в Україні.

Саме тому формальним приводом для часткового повернення до мажоритарної системи було бажання відновити прямий зв'язок між народними депутатами та виборцями конкретного регіону, підвищити відповідальність законотворців перед місцевими територіальними спільнотами. Перехід до мішаної виборчої системи мав поєднати позитивні сторони мажоритарної та пропорційної систем.

**Мета статті** полягала у вивченні факторів вибору пересічними громадянами кандидатів по мажоритарних округах.

**Завдання статті:**

- 1) розглянути основні теорії, що пояснюють електоральну поведінку виборців;
- 2) виявити, які фактори спонукали населення голосувати за кандидатів по мажоритарних округах;
- 3) з'ясувати чи є значимою роль партії, від якої висувався кандидат, у формуванні довіри до нього;
- 4) виявити, з яких джерел отримують інформацію виборці про кандидатів по мажоритарних округах.

Для аналізу факторів вибору кандидатів по мажоритарних округах спробуємо використати теорії електоральної поведінки як інструмент дослідження проблеми передбачуваності підсумків виборів. У сучасній науковій літературі переважають три основні теорії електоральної поведінки: теорія «класового» чи статусного голосування, соціально-психологічна, раціонально-інструментальна. В рамках першого підходу важливим фактором поведінки виборців визнається приналежність виборця до певної соціальної групи, солідарність з якою й виражає електоральний вибір. В рамках другого – основою електоральної поведінки є потреба виборця висловити свою емоційну солідарність з політичною партією, партійна ідентифікація тут формується під впливом батьків майбутнього виборця [1, с. 187 – 219; 2]. Основу раціонально-інструментальної теорії електоральної поведінки становить теза про те, що виборці мають раціональні мотиви, які засновані на прагматичному розрахунку. Ці погляди були закладені Й. Шумпетером, який, намагаючись довести сумісність демократії та устрою, що базується на владі незначної меншості. Він показав сферу

електоральної політики подібною до ринку товарів та послуг, на якому політичні партії пропонують, а раціонально мислячі виборці – обирають політичні програми [3]. В електоральних дослідженнях на Заході також було виявлено «егоцентричне» і «соціотропне», «ретроспективне» і «перспективне» голосування. У випадку з «егоцентричним» виборці голосують, виходячи з власного економічного положення, «соціотропним» – на основі оцінки становища суспільства в цілому, «ретроспективним» – на основі поточних досягнень уряду, «перспективним» – на основі очікувань на майбутнє [2].

Однак перспективи цих теорій у вивченні електоральної поведінки оцінюються неоднозначно. Критикуються спроби механічного поєднання цих теоретичних позицій, які між собою не узгоджуються [4, с. 11]. Труднощі використання теорій «класового» та соціально-психологічного підходів, на наш погляд, викликані тим, що в індустріально розвинених суспільствах характер соціальних конфліктів змінюється, жорстка класова соціальна структура перетворюється на фрагментарну. Відповідно між соціальною структурою та партійно-ідеологічними орієнтаціями немає виразних й очевидних зв'язків і масовий відхід виборців від традиційних політичних переваг, що спостерігався в 60–70-ті рр. ХХ ст. – підтвердження цього. Зокрема, опису ціннісної трансформації на Заході, що вказує на посилення індивідуалістичної орієнтації людини в сучасному суспільстві, присвячено роботи Р. Інглегарта [5]. Російський вчений, Ю. Шевченко, посиляючись на західні дослідження електоральної поведінки, зазначає, що поряд з ідентифікацією існують й інші психологічні фактори електорального вибору: емоційне ставлення до кандидатів і суспільно важливих проблем, роль яких неоднозначна. Відмічено, що електоральні переваги виникають задовго до того, як формуються «знакові проблеми», мало того, проблемами частіше цікавляться громадяни з усталеною партійною ідентифікацією [2].

Однак питання про те, скільки виборців достатньо мірою політично зацікавлені і чи мають вони достатньо необхідної інформації – залишається відкритим.

Для аналізу релевантності теорій у поясненні електоральної поведінки подивимося, на які критерії спиралась наші громадяни, формуючи свій вибір. Емпіричною базою дослідження були дані, отримані колективом кафедри філософії та соціології в місті Луганську у вересні – жовтні 2012 року, в рамках дослідницької програми «Політичні партії та населення в період виборчої кампанії: контекст великого міста». Було опитано 1100 респондентів в місті Луганську, вибірка квотна (репрезентативна за статтю і віком і місцем проживання).

Розподіл відповідей на запитання «Яка причина спонукала Вас голосувати за обраного Вами кандидата?» (таблиця 1) свідчить про відсутність єдиного чинника, що обумовлював би вибір кандидата від мажоритарного округу. Думки респондентів з цього приводу розділились

між варіантами «Багато зробив корисного для округу» (31,6%), «Хороші думки людей про кандидата» (30,5%), «Подобається як людина» (21,5%). Слід також звернути увагу на те, що лише 48,6% опитаних респондентів давали відповідь на запитання, оскільки взагалі відмовилися відповідати 51,4% респондентів. Можливо, це свідчить про відсутність чітких уявлень у респондентів про критерії свого електорального вибору.

Таблиця 1  
**Розподіл відповідей на запитання «Яка причина спонукала Вас голосувати за обраного Вами кандидата?»  
(респонденти мали можливість обирати декілька варіантів)**

№ п/п	Варіант відповіді	Частота	Процент спостережень
1.	Сподобалась реклама	48	9,0%
2.	Хороші думки людей про кандидата	163	30,5%
3.	Кандидат представляє роботодавців, від яких залежить мій власний добробут та добробут моїх близьких	39	7,3%
4.	Багато зробив корисного для округу	169	31,6%
5.	Подобається як людина	115	21,5%
6.	Представляє політичну партію, якій я симпатизую	79	14,8%
7.	Сподобалась передвиборча програма	61	11,4%
8.	Інше	44	8,2%
9.	Важко відповісти	18	3,4%
10.	Разом	736	137,6%
	Не відповіли	565	
	<b>Загалом</b>	<b>1100</b>	

Наступні дані, отримані нами в ході дослідження, свідчать про дуже суперечливий стан масової свідомості, наявність оцінок, не узгоджених в політичному виборі кандидатів. Так, з одного боку, наші громадяни з великою недовірою ставляться до української політичної еліти, а з іншого – схильні більше довіряти тим кандидатам в депутати, які висунуті якою-небудь великою і впливовою партією, що й рекрутують наразі цю еліту у вищі законодавчі та виконавчі органи країни. Так, на запитання «Як би Ви визначили відносини між політичним керівництвом України та народом?» лише 8,4% відповіли, що політичне керівництво представляє інтереси народу України. Вдвічі більше респондентів обирали протилежні варіанти: «політичне

керівництво виражає інтереси тільки багатих» – 5,4%, «політичне керівництво, незважаючи на вибори, взагалі нікого не представляє, воно діє тільки у власних інтересах» – 10,6%, «політичне керівництво України є залежним від США та ЄС, а не від власного народу» – 1,4%. Більшість опитаних (63,6%) взагалі ухилилися від відповіді, що свідчить радше про небажання респондентів відкрито висловлювати своє незадоволення політичною владою в країні (таблиця 2).

Таблиця 2

**Розподіл відповідей на запитання «Як би Ви визначили відносини між політичним керівництвом України та народом?»**

№ п/п	Варіант відповіді	Частота	% до опитаних n=1100
1.	Політичне керівництво відображає інтереси народу України	92	8,4
2.	Політичне керівництво відображає інтереси тільки багатих	59	5,4
3.	Політичне керівництво, незважаючи на вибори, взагалі нікого не представляє, воно діє тільки у власних інтересах	117	10,6
4.	Політичне керівництво України залежить від США та ЄС, а не від власного народу	15	1,4
5.	Політичне керівництво України є ставлеником світового уряду, а не свого народу	10	0,9
6.	Інше	5	0,5
7.	Важко відповісти	102	9,3
8.	Немає відповіді	700	63,6
	<b>Усього</b>	1100	100,0

Свідченням зростання ролі партії у виборі кандидата є розподіл відповідей на запитання, що подані в таблиці 3. Кількість громадян, схильних більше довіряти тим кандидатам в депутати, які висунуті якою-небудь великою і впливовою партією, майже на 9% більше від тих, хто думає інакше (45,6% проти 36,7%).

Таблиця 3

**Розподіл відповідей на запитання «Чи згодні Ви з висловлюванням: «Я більше довіряю тим кандидатам в депутати, які висунуті якою-небудь великою і впливовою партією?»»**

№ п/п	Варіант відповіді	частота	% до опитаних n=1100
1.	Так	502	45,6
2.	Ні	404	36,7
3.	Важко відповісти	174	15,8
4.	Немає відповіді	20	1,8
	<b>Усього</b>	1100	100

Відповідна тенденція простежується також на основі даних, наведених у таблиці 4. Частка респондентів, що вважають поведінку кандидатів в депутати, які були висунуті якою-небудь великою і впливовою партією, більш відповідальною, переважає частку респондентів, які думають інакше (40,4% проти 35,4%).

Таблиця 4

**Розподіл відповідей на запитання «Чи можна сказати, що більш відповідальною буде поведінка тих депутатів, які представляють великі і впливові партії?»»**

№ п/п	Варіант відповіді	Частота	% до опитаних n=1100
1.	Так	444	40,4
2.	Ні	389	35,4
3.	Важко відповісти	221	20,1
4.	Немає відповіді	46	4,2
	<b>Усього</b>	1100	100

Важливою тенденцією також було те, що луганчани мали труднощі з вибором кандидатів. За нашими даними, 62,9% опитаних респондентів не давали відповіді, за кого вони збираються голосувати. Це свідчить про брак інформації про кандидатів, більшість громадян нашого міста робили свій вибір уже на виборчій дільниці. Про незначну поінформованість громадян про своїх імовірних обранців у Верховну Раду свідчить відсутність чітких уявлень, хто саме балотується у межах їх округів. Тому в таблиці, що презентують різні виборчі округи, є прізвища одних і тих же кандидатів.

Через те, що заповнюваність груп в нашому дослідженні була невеликою, це не дозволяє встановити статистичні закономірності. Тому

замість розподілу готовності голосувати у відсотковому відношенні, наведемо рейтингові дані (таблиця 8).

Таблиця 8

**Передвиборчі рейтинги кандидатів по 104, 105, 109 виборчих округах**

Список кандидатів по виборчих округах	Рейтинг кандидата
<b>Виборчий округ №104</b>	
Гончаров В.О.	1
Струк В. О.	2
Горохов С. О.	3
Мартиненков І. М.	4
Шахов В. М.	5
<b>Виборчий округ №105</b>	
Барвіна Н. О.	1
Кривобоков А. А.	2
Чаленко М. М.	3
Горохов С. О.	4
Медяник В. Ю.	5
<b>Виборчий округ №106</b>	
Медяник В.Ю.	1
Демидович І. В.	2
Макаров К. К.	3
Пригеба Г. В.	4
Кривобоков А. А.	5

Підтвердженням отриманих нами в ході соціологічного дослідження даних стали результати волевиявлення луганчан під час виборів. Нижче подаються підсумкові таблиці по трьох виборчих округах: №104 [6], №105 [7], №109 [8].

Таблиця 9

**Результати голосування по виборчому округу № 104**

Список кандидатів	Партійна приналежність	Результати волевиявлення (у відсотках)
Струк В. О.	Самовисуванець	39,98
Гончаров В. О.	Партія регіонів	24,48
Мартиненков І. М.	Самовисуванець	20,00
Філіпський О. М.	Комуністична партія України	5,26
Денищенко Д. В.	Блок В. Кличка «УДАР»	2,98
Гончаров О. Б.	Самовисуванець	1,74
Давидов С. І.	Блок Наталії	0,65

	Королевської «Україна – вперед!»	
Гончарук Т. С.	Самовисуванець	0,56
Гейченко І. В.	Самовисуванець	0,33
Василенко О. Д.	Самовисуванець	0,32

Таблиця 10

**Результати голосування по виборчому округу № 105**

Список кандидатів	Партійна приналежність	Результати волевиявлення (у відсотках)
Горохов С. О.	Партія регіонів	59,70
Чаленко М. М.	Комуністична партія України	15,19
Тамашев Г. А.	Блок В. Кличка «УДАР»	8,66
Кривобоков В. А.	Народні партія вкладників та соціального захисту	7,13
Барвіна Н. О.	Блок Наталії Королевської «Україна – Вперед!»	2,76
Попов В. Є.	Самовисуванець	2,10
Скіріч А.С.	Самовисуванець	1,68
Жданова В. О.	Самовисуванець	1,62
Вікторов А. С.	Партія «Нова політика»	0,56
Мошенський С. З.	Самовисуванець	0,54

Таблиця 11

**Результати голосування по виборчому округу № 109**

Список кандидатів	Партійна приналежність	Результати волевиявлення (у відсотках)
Медяник В. Ю.	Партія регіонів	44,08
Макаров О. К.	Самовисуванець	14,26
Резнік М. М.	Комуністична партія України	11,57
Букаєва М. В.	Самовисуванець	9,38
Моравський Ю. В.	Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина»	4,12
Даніелян В. Р.	Самовисуванець	3,17
Павлинський О.В.	Блок В. Кличка «УДАР»	2,54
Пригеба Г. В.	Радикальна партія О. Ляшка	2,42



Макаров К. К.	Самовисуванець	2,40
Кривобоков А. А.	Народні партія вкладників і соціального захисту	1,25

Як видно з таблиць, партійна ідентифікація під час голосування за кандидатів по мажоритарних округах була домінуючим фактором вибору. Переможцями в цих округах вийшли кандидати, яких підтримувала Партія регіонів (105 та 109 виборчі округи). Серед кандидатів, що теж здобули значну підтримку виборців (як приклад, місця з 2 по 5), також переважають партійні кандидати. Існують й певні винятки. У 104 виборчому окрузі переміг самовисуванець Струк В. О., але при цьому тільки напередодні виборчої кампанії він вирішив балотуватись окремо від Партії регіонів. Слід зважати і на великий авторитет цього кандидата серед місцевих жителів, перебуваючи тривалий час на посаді мера селища Ювілейне.

На незначну поінформованість про кандидатів і труднощі з їхнім вибором побіжно вказує й інформація в таблиці 12, в якій наведено дані щодо основних джерел інформації про них.

Таблиця 12

**Розподіл відповідей на запитання «З яких джерел Ви найбільше дізналися про кандидатів по мажоритарних округах? Назвіть основні джерела» (респонденти мали можливість обирати декілька варіантів)**

№ п/п	Джерела інформації	Частота	Відсоток спостережень
1.	Газети	307	33,6%
2.	Телебачення	397	43,5%
3.	Інтернет	92	10,1%
4.	Радіо	92	10,1%
5.	Агітаційні видання (газети, листівки, програми кандидатів)	455	49,8%
6.	Білборди	317	34,7%
7.	Від родичів, друзів і знайомих	141	15,4%
8.	На зібраннях та зустрічах, що проводилися партіями та кандидатами	68	7,4%
9.	На роботі	64	7,0%
10.	Разом	1933	211,7%
	Відповіли	913	
	Не відповіли	87	
	<b>Загалом</b>	<b>1100</b>	

Як бачимо, населення використовувало всі доступні джерела інформації. Агітаційні видання використовувало 49,8%, телебачення – 43,5 %, газети – 33,6%, білборди – 34,7%. Звертають увагу низькі показники отримання інформації населенням через Інтернет – 10,1%, а також такий важливий канал комунікації як зібрання та зустрічі, що проводилися партіями та кандидатами – лише 7,4%. Останній факт, на нашу думку, вказує на кризовий стан публічної сфери, що симптоматично для України в цілому. Дискусії між людьми та їх участь у дебатах з кандидатами на офіційні політичні посади – важливий показник розвиненості політичної культури та демократії.

Фактор обов'язкового зв'язку депутата з Луганськом не є для луганчан визначальним. Лише 22,9% громадян нашого міста вказали на важливість його походження (таблиця 13). Більш значимим є його знання проблем міста.

Таблиця 13

**Розподіл відповідей на запитання  
«Чи є важливим для Вас зв'язок депутата з Луганськом?»**

№ п/п	Варіант відповіді	частота	% до опитаних n=1100
1.	Важливо, що він тут народився й виріс	252	22,9
2.	Важливо не те, що він тут народився, а те, що до останнього часу тут працював і знає проблеми міста	118	10,7
3.	Неважливо, де він народився й виріс, а важливо те, що він знає проблеми міста	350	31,8
4.	Це не має жодного значення	207	18,8
5.	Важко відповісти	121	11,0
6.	Не має відповіді	52	4,7
	<b>Всього</b>	1100	100,0

**Висновки.** Використання існуючих теорій електоральної поведінки поки що видається неперспективним при аналізі факторів вибору кандидатів по мажоритарних округах. Зв'язок респондентів зі своїм соціальним статусом і соціальною групою та відповідна їх ідентифікація в полі електоральних преференцій не має суттєвого значення. Електоральний вибір кандидатів по мажоритарних округах не має характеру конфлікту між народом і владою, народом і олігархією і т. д.

Посилання на раціонально-інструментальну теорію електоральної поведінки в поясненні електорального вибору кандидатів по мажоритарних округах також проблематичне. В нашому дослідженні показано брак раціональних мотивів для голосування.

Партійна ідентифікація під час голосування за кандидатів по мажоритарних округах була домінуючим фактором вибору на Луганщині. На емоційному компоненті солідарності з партією робиться акцент в соціально-психологічному підході, але в ньому вона має характер складової усталеного культурного геному. У випадку з електоральним вибором на Луганщині, на нашу думку, солідарність – це радше вимушений договір. Народні маси відчужені від елітних груп і часто не знають реальних альтернатив вибору, а тому голосують за кандидатів від великих політичних сил, які у випадку з Луганщиною, репрезентують сьогodнішню владу, на основі очікувань або для збереження стабільності, боячись погіршення соціально-економічного стану. Можливо, колективна пам'ять нереалізованих позитивних очікувань народу та масове розчарування після приходу до влади опозиційних сил в 2005 році породжує певний страх зміни влади в країні.

#### **Список використаної літератури**

- 1. Вишняк О. І.** Електоральна соціологія / О. І. Вишняк // Спеціальні та галузеві соціології / За ред. В. Є. Пилипенка. – К. : Каравела, 2003. – С. 187 – 219.
- 2. Шевченко Ю. Д.** Поведение избирателей в России: основные подходы [Електронний ресурс] – Режим доступу: [socioline.ru/files/shievchienko...](http://socioline.ru/files/shievchienko...)
- 3. Шумпетер Й.** Капіталізм, соціалізм, демократія / Й. Шумпетер / Пер. с англ. – М. : Экономика, 1995. – 540 с.
- 4. Кононов І. Ф.** Суспільний вибір у міській громаді / І. Ф. Кононов // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Соціологічні науки. – 2011. – № 2 (213). – С. 5 – 20.
- 5. Инглхарт Р.** Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющееся общество / Р. Инглхарт // Полис. – 1997. – № 4. – С. 6 – 32.
- 6. Одномандатний виборчий округ № 104.** Результати голосування [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.rbc.ua/rus/vyboru2012/person/o189>
- 7. Одномандатний виборчий округ № 105.** Результати голосування [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rbc.ua/rus/vyboru2012/person/o190>
- 8. Одномандатний виборчий округ № 109.** Результати голосування [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.rbc.ua/rus/vyboru2012/person/o194>

#### **Снін М. Н. Формування вибору кандидатів по мажоритарних округах**

У статті розглянуто основні фактори електорального вибору громадянами кандидатів у депутати за мажоритарними округами. Показано, що використання наявних теорій електоральної поведінки на

даний момент видається малоймовірною перспективою в цьому аналізі. На основі даних соціологічного дослідження виявлено, що більшість луганчан не мали чітких уявлень про своїх кандидатів, їхній вибір був зумовлений переважно партійною ідентифікацією. Вони голосують за кандидатів від великих політичних сил, які репрезентують сьогоднішню владу.

*Ключові слова:* електоральна поведінка, партійна ідентифікація, мажоритарний округ.

#### **Енин М. Н. Формирование выбора кандидатов по мажоритарным округам**

В статье рассмотрены основные факторы электорального выбора гражданами кандидатов в депутаты по мажоритарным округам. Показано, что использование существующих теорий электорального поведения на данный момент представляется маловероятным в этом анализе. На основе данных социологического исследования выявлено, что большинство луганчан не имели четких представлений о своих кандидатах, их выбор был обусловлен преимущественно партийной идентификацией. Они голосуют за кандидатов от крупных политических сил, которые представляют нынешнюю власть.

*Ключевые слова:* электоральное поведение, партийная идентификация, мажоритарный округ.

#### **Ienin M. N. Making Choice between Candidates in the Majoritarian Districts**

The article describes the main factors for choosing candidates in majority districts. It is shown that implementing of existing theories of electoral behavior seems unlikely to be used in this analysis. On the basis of the sociological survey data it was revealed that the majority of Luhansk residents had no clear ideas on their candidates, their choice was conditioned mainly by means of party identification. They choose candidates from the leading political powers, who represent the current political elites.

*Key words:* electoral behavior, party identification, majoritarian district.

Стаття надійшла до редакції 17. 12. 2012 р.

Прийнято до друку 29. 03. 2013 р.

протоколом № 6.

Рецензент – д. філос. н., професор

Гаврилов М. І.