

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕНЬ ЕЛЕКТОРАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ У НАУКОВИХ ДОРОБКАХ УКРАЇНСЬКИХ ВЧЕНИХ

### THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASIS OF THE RESEARCH OF ELECTORAL PROCESSES IN THE SCIENTIFIC WORKS OF UKRAINIAN SCIENTISTS

Марголич С.С.,

*аспірант кафедри політології і державного управління  
Ужгородського національного університету*

У статті автор аналізує теоретико-методологічну та методичну базу, на основі якої українські вчені у своїх...наукових доробках досліджують електоральні процеси. Дано визначення поняттю «електоральний процес» (І. Поліщук). Кожен з запропонованих в статті наукових підходів до вивчення електоральних процесів, а...саме...інституційний, політологічний та соціологічний, вирішує свої завдання. Тому автор даної праці звертає увагу на переваги та недоліки даних методологій та на конкретних прикладах показує особливості їх застосування. В статті пояснена різниця в застосуванні політологічного та соціологічного підходів (О. Вишняк). Виділено основні напрями електоральних досліджень (Ю. Остапець) та їх завдання (О. Вишняк). Наведено коротку історичну довідку про початок та особливості перших електоральних досліджень в незалежній Україні. Українські дослідники вивчають електоральні процеси на прикладі електоральної поведінки. Дано визначення поняттю «електоральна поведінка». Тому в статті обґрунтовано методологічні підходи та електоральні теорії, що застосовуються саме до вивчення електоральної поведінки (Ю. Остапець). Дослідження електоральної поведінки повинні...базуватися на емпіричних даних. Для цього використовуються певні методи збору інформації. Тож в статті виділено 2 групи методів збору та аналізу емпіричної інформації (В. Бебик). Наведено переваги та недоліки анкетування, пояснено різницю між опитуванням громадської думки та електоральною соціологією (О. Вишняк). Охарактеризовано особливості проведення фокус-груп, їх переваги та недоліки (О. Михайлич). Охарактеризована роль експертних опитувань та глибинних інтерв'ю в дослідженні електоральних процесів (К. Телегіна, Є. Блохіна). Автором статті проведено аналіз статей, монографій та книг саме українських дослідників протягом останніх двадцяти п'яти років на предмет авторства та запозичення готових наукових підходів у їхніх наукових доробках.

**Ключові слова:** електоральний процес, методологія, електоральна поведінка, теорія електоральної поведінки, анкетування, фокус-група, експертне опитування, глибинне інтерв'ю.

The theoretical-methodological and methodical base of electoral processes, which Ukrainian scientists use in their investigations are analyzed by author in this article. The notion of «electoral process» is defined (I. Polishchuk). Each of the scientific approaches to electoral processes study, proposed in the article, institutional, political and sociological is destined for solving its own tasks. Therefore, the author of this inquiry pays attention to the advantages and disadvantages of these methodologies and shows the application specifics of using concrete examples. The article explains the difference between political and sociological approaches application. (O. Vyshniak). There are highlighted the main areas of electoral research (Y. Ostapets) and its own tasks (O. Vyshniak). A brief historical reference is given about the beginning and features of the first electoral studies in independent Ukraine. Frequently, ukrainian researchers study electoral processes, by the example of electoral behavior. The notion of «electoral behavior» is defined. Therefore, the article substantiates methodological approaches and electoral theories, which are applied specifically to the study of electoral behavior (Y. Ostapets). Studies of electoral behavior should be based on empirical data. Certain methods of information collection are used for this purpose. 2 groups of methods for collecting and analyzing empirical information are highlighted in the article for this purpose (V. Bebyk). The advantages and disadvantages of questionnaire survey are given, the difference between public opinion survey and electoral sociology is explained (O. Vyshniak). Features of conducting focus groups, their advantages and disadvantages are characterized (O. Mykhailich). The role of expert surveys and in-depth interviews in the study of electoral processes is characterized (K. Teleghina, E. Blokhina). The author of the article conducted an analysis of articles, monographs and books by Ukrainian researchers over the past twenty-five years for compliance with authorship and borrowing of ready-made scientific approaches in their investigations.

**Key words:** electoral process, methodology, electoral behavior, theory of electoral behavior, questionnaire survey, focus group, expert survey, in-depth interview.

**Постановка проблеми.** Дослідження електоральних процесів є перспективним напрямом в українській політичній науці. Вибори в Україні посідають чільне місце серед інструментів впливу народних мас на владу на загальнодержавному, регіональному та місцевому рівні, але водночас народні маси є об'єктом впливу владних та опозиційних політичних сил. Виходячи з такого

взаємовпливу виникає питання – хто ж з двох сторін визначає порядок денний в державі, регіоні та в територіальних громадах. Дослідження цього питання представляють наукову цінність, адже дають змогу знайти об'єктивні фактори, які впливають на підсумок виборів, зрозуміти закономірності функціонування політичного життя в українському перехідному суспільстві, а також

прогнозувати та моделювати політичні події в майбутньому. Ці завдання вирішує українська наукова думка. Для цього вона пропонує ряд наукових підходів та методів. Вірність та особливості їх застосування визначають проблематику даного дослідження.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Електоральні процеси є міждисциплінарним напрямком досліджень, тому й наукові доробки формувалися як політологами, так і соціологами. Політологи Ю. Остапець, М. Вегеш [5; 8] обґрунтували теоретико-методологічні підходи до вивчення електоральних процесів в цілому та електоральної поведінки зокрема. Електоральні процеси стали предметом досліджень українського вченого-соціолога О. Вишняка [6]. Він започаткував українську електоральну соціологію. В своїх дослідженнях вчений характеризує теоретико-методологічні підходи з точки зору політичного прогнозування. Також вчений запропонував авторську теорію електоральної поведінки. Методам збору емпіричної інформації присвячені наукові доробки О. Михайлича [7], К. Телегіної [11] та Є. Блохіної [2]. У своїх наукових працях вчені посилаються на класиків світової політичної думки, а саме С. Ліпсета, С. Роккана, А. Кемпбела, Ф. Конверса, В. Міллера, Д. Стоукса та інших.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Попри те, що в українській науковій думці теоретико-методологічні підходи до дослідження електоральних процесів є досить вивченим, інші українські вчені не залишають спроб подальшого їх осмислення та наукового розгляду. Не достатньо вивченим залишається міждисциплінарний контекст вивчення електоральних процесів.

**Формулювання цілей статті.** Мета статті полягає у поєднанні теоретико-методологічних підходів, теорій та методів з різних дисциплін до вивчення електоральних процесів та електоральної поведінки в рамках однієї роботи на основі наукових доробків українських вчених.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Український вчений Ю. Остапець зазначає, що перші електоральні дослідження почали проводитися у 1990-х роках великими профільними інститутами, такими як Інститут соціології НАН України, соціологічна служба Верховної Ради України, науково-дослідний центр «Психогенез» Київського університету, кафедра соціології університету «Києво-Могилянська академія» та інші. Загальним недоліком електоральних досліджень цього періоду було те, що більшість фахівців акцентували увагу на аналізі безпосередніх результатів виборів, не беручи до уваги їхню роль у процесі переходу від одного політичного режиму до іншого, не аналізуючи моделі поведінки виборців, не вивчалися виборчі системи [8, с. 29].

Для зручності аналізу електоральних досліджень в Україні Юрій Остапець розділяє дослідження електоральних процесів за такими основними напрямками:

- 1) розробка методологічних принципів аналізу виборчого процесу та електоральної поведінки;
- 2) дослідження особливостей становлення виборчої системи України, її впливу на виборчий процес, поведінку виборців; аналіз участі політичних партій у виборчому процесі;
- 3) аналіз результатів та наслідків виборів;
- 4) характеристика регіональних особливостей виборчого процесу;
- 5) аналіз чинників впливу на електоральний вибір;
- 6) розробка емпіричних методів дослідження електорального процесу;
- 7) менеджмент виборчих кампаній та інші [8, с. 30].

Для того, щоб зрозуміти теоретико-методологічні засади електоральних процесів, потрібно з'ясувати суть поняття. Взяти за основу можна визначення, дане українським вченим І. Поліщуком. Електоральний процес – це послідовність подій, сукупність різноманітних форм взаємодії та послідовних дій з висунення, рекламування та голосування за суб'єктів політичної влади, персональний та структурний склад яких формується вираженням волі тієї частини населення, яка за законодавством вважається достатньою для визнання результатів виборів легітимними [9, с. 135].

Вітчизняний вчений О. Вишняк виділяє наступні завдання електоральних досліджень:

- 1) виявлення детального соціально-демографічного «портрету» потенційних виборців округу та їх потенційні виборчі активності;
  - 2) дослідження соціально-економічних та політичних проблем, які хвилюють виборців округу, їх соціально-економічних та політичних орієнтацій;
  - 3) вивчення ставлення потенційних виборців округу до ключових позицій програми кандидата в депутати, спрямованих на вирішення основних, найбільш значущих проблем виборців.
  - 4) виявлення моделі бажаного кандидата (тобто найбільш бажаного за соціально-демографічними ознаками, політичними орієнтаціями, діловими та моральними якостями політика) з метою створення і підтримання відповідного привабливого для виборця іміджу у певного кандидата;
  - 5) виявлення рейтингу джерел інформації про кандидатів та рейтингу провідних ЗМІ серед виборців округу (місцевого ТБ, радіо, газет тощо) для розробки плану рекламної кампанії [6, с. 219].
- Українські дослідники в своїх наукових доробках найчастіше користуються трьома підходами до вивчення електоральних процесів – інституційним, соціологічним та політологічним.

У монографії «Електоральні процеси на Закарпатті у контексті загальнонаціональних виборів» Ю. Остапець демонструє інституційний підхід до вивчення електоральних процесів. Як об'єкт Ю. Остапець розглядає виборчі системи та політичні партії. Виборчі системи прямо впливають як на партійну конфігурацію тих інститутів, до яких відбуваються вибори, так і на партійну систему держави, а також технології виборчого процесу, поведінку кандидатів, і, відповідно, виборців. Крім виборчого процесу, виборчі системи впливають і на функціонування уряду і навіть урядові кризи та таке явище, як узурпація влади. Для того, щоб обрати найбільш релевантну виборчу систему, дослідник пропонує 6 критеріїв ефективності [8, с. 19]. Політичні партії, як інститут, залежать від форми правління, політичного режиму, виборчої системи, але впливають на установки виборців, їх цінності, формують суспільну думку, розділяють електорат на групи. Еволюційний розвиток партій впливає на роль членства, лідерства в житті партійної одиниці, форму комунікації з виборцями, зміну ролі виборчих технологій, зміну поведінки електорату. Ю. Остапець також виділяє 11 числових індикаторів, завдяки яким можна зробити узагальнену характеристику особливості участі політичних партій у електоральних процесах [8, с. 31].

О. Вишняк соціологічному підходу в дослідженні електоральних процесів протиставляє політологічний підхід. Політологічний підхід дає змогу аналізувати електоральні процеси на підставі ідеологічних орієнтацій електорату за мовно-етнічним, професійним, соціально-статусним, територіальним та економічним принципом. Однак політологічний підхід обмежений аналізом результатів виборів, наприклад, політологи досліджують виборців, які вже проголосували, в той час як соціологи за допомогою ряду соціологічних методів можуть досліджувати ідеологічні переконання та установки тих, хто ще не визначився [6, с. 193].

Пропонуємо розглянути теоретико-методологічні засади електоральних процесів на прикладі поведінки виборців. Ю. Остапець дає наступне визначення поняттю 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 цілого ряду об'єктивних і суб'єктивних факторів [8, с. 32]. До електоральної поведінки можна віднести участь або ігнорування виборів, активні дії на підтримку суб'єктів виборчого процесу та їх подальший контроль.

До вивчення електоральної поведінки в політологічних дослідженнях використовується біхевіоральний підхід. Він охоплює соціально-струк-

турні аспекти електоральної поведінки, аналіз опитування громадської думки, географічні дослідження територіальних аспектів електоральної поведінки. Серед «класичних» підходів, теорії раціонального вибору (яка пояснює політичний вибір індивіда як найвигіднішу для себе цілераціональну селекторну акцію, що враховує мету, засоби та побічні результати) та соціально-психологічної теорії (яка акцентує увагу на ідентифікації виборців з певними партіями та ідеологіями) виокремлюють соціологічну теорію електоральної поведінки. Вона пояснює електоральний вибір солідарністю з певними соціальними групами [8, с. 33].

Американські вчені С. Ліпсет і С. Роккан зробили вагомий внесок в соціологічну теорію електоральної поведінки виборців. У своїй статті вони запропонували генетичну модель формування партійних систем і відповідних груп виборців на основі чотирьох соціально-політичних розмежувань, що виявлялися між центром і периферією, між державою і церквою, між містом і селом, між власниками і робітниками [8, с. 125]. Маючи такі вхідні дані, згідно концепції Ліпсета-Роккана можна зробити висновок, що штабам політичних партій, розділяючи електорат на протилежні групи, можна впливати на поведінку виборців шляхом цільового застосування політтехнологічного інструментарію. Наприклад, соціал-демократичні партії можуть впливати на виборчу поведінку та участь у виборах пенсіонерів, працівників бюджетних сфер та соціально незахищені верстви населення, протиставивши їх великим підприємцям і олігархам, східні регіони України протиставлялися західним.

Вплив даних поділів на електоральну поведінку підтверджує український соціолог О. Вишняк. Поряд з соціально-статусними поділами вчений виділяє також мовно-етнічні, міжгенераційні (між віковими групами) та міжрегіональні фактори. Тому в електоральних дослідженнях обов'язково слід включати показник як типів поселень (село, мале село, велике місто, столиця), так і соціально-статусних груп (керівники органів влади і підприємців, приватні підприємці (як великі, так і малі), спеціалістів, службовців, робітників, пенсіонерів та непрацюючих (включаючи безробітних), мовно-етнічних (україномовних українців, російськомовних українців), рівня матеріальної забезпеченості (малозабезпечені, середньо забезпечені, заможні). При цьому потрібно визначити з допомогою регресивного аналізу вплив на електоральні наміри та реальне голосування як кожного з цих факторів окремо, так і сумарний вплив в цілому. А при побудові квотних вибірок обов'язково враховувати не тільки співвідношення типів поселень і освіти виборців, але і соціальних категорій, мовно-етнічних груп та груп за рівнем доходу [6, с. 195].

Незважаючи на численні сильні аспекти означених концепцій, автори «класичних» електоральних теорій робили висновки переважно на матеріалах дослідження окремих країн. Тому вони не володіють універсальністю, і застосовувати їх для аналізу виборів в інших державах варто обережно. Подолати цей недолік можна за допомогою створення інтегративних моделей поведінки виборців, котрі об'єднували б детермінанти електорального вибору характерні для різних підходів. Основою для такої інтеграції стає методологія «лійки причинності» вироблена в межах соціально-психологічного підходу науковцями з Мічиганського університету А. Кемпбелом, Ф. Конверсом, В. Міллером, та Д. Стоуксом, які здійснили аналіз президентських виборів у США 1952 і 1956 рр. Вчені зробили ієрархізацію факторів електорального вибору і запропонували модель «лійки причинності».

Головний зміст запропонованого підходу: чинники розташовуються ієрархічно, тобто по-різному впливають на електоральне самовизначення виборців. Ця методологія допомагає здійснити ранжування різномасштабних факторів. Автори «Американського виборця» пояснюють механізм дії в лійці таким чином: «Уявімо, що вісь лійки – це часовий вимір. Більшість складних подій у «лійці» є результатом множини попередніх причин. Кожна така подія натомість впливає на чисельні наслідки, але фокус нашого зацікавлення зужується в процесі наближення до залежної змінної поведінки. Ми поступово вилучаємо ті наслідки, котрі перестають впливати на політичну дію. Оскільки ми змушені розглядати всі часткові причини як суттєві в кожній окремий момент, відповідно наслідків, що мають для нас значення, є значно менше, ніж їх причин. Результатом є ефект конвергенції».

У «лійку» дослідники закладають набір чинників, котрі утворюють рівні змінних. У найширшій частині містяться економічна структура, соціальні розколи (поділи) та історичні традиції, які не детермінують електоральний вибір, але впливають на структуру партійної системи і формують наступний рівень факторів (групову лояльність і ціннісні орієнтації). Безпосередньо на електоральний вибір впливають установки виборців щодо кандидатів (республіканця і демократа), політичних курсів (враховуються питання зовнішньої і внутрішньої політики) та групових інтересів («переваг») і проурядових партій. Дослідники також виокремлюють низку зовнішніх відносно «лійки» короткотермінових факторів: поточні політичні й економічні умови, особливості виборчої кампанії, дії уряду, вплив друзів, оточення та ЗМІ [3, с. 178].

Особливо актуальним є застосування методології «лійки причинності» для дослідження електорального вибору в трансформаційних суспільствах,

котрі характеризуються перманентною нестабільністю, постійними змінами інституційного дизайну.

Українські вчені М. Вегеш і Ю. Остапець за допомогою «лійки» пояснюють регіональні особливості електорального процесу в Закарпатській області. Дослідники поступово звужують фокус дослідження уваги від макро– до мікрорівнів. Вони аналізують фактори, які обумовлюють електоральний вибір закарпатських виборців, а саме. як міжнародне становище сприяє українським партіям та блокам, як рівень життя населення, регіональні особливості та інші дрібніші фактори впливають на електоральний вибір. Вчені рекомендують застосовувати дану методологію тільки на основі емпіричних даних, наприклад опитувань населення [5, с. 81]. За таких умов можна досить точно прогнозувати результати виборів.

Власний варіант електоральної теорії запропонував український соціолог О. Вишняк. Лаконічно описала його у своїй статті В. Бунь. Проаналізувавши класичні теорії електорального вибору, О. Вишняк обґрунтував «ідеологічно-економічну» концепцію електоральної поведінки виборців, суть якої полягає в тому, що найактивніша частина виборців голосує згідно зі своїм ідеологічними уподобаннями, а інша частина – ситуативно-економічно, тобто залежно від рівня суб'єктивної задоволеності умовами життя в період, коли при владі знаходився певний Президент чи Уряд (парламент)». Дослідник, обґрунтовуючи запропонований підхід, наголошує не лише на можливості за його допомогою визначити основні детермінанти електорального вибору, а й на здатності цієї теоретичної моделі прогнозувати результати виборів. Запропонована теорія ідеологічно-економічного голосування також пояснює рівень виборчої активності й причини абсентеїзму. Так, серед чинників виборчої активності О. Вишняк називає рівень партійно-ідеологічної ідентифікації виборців (виборці з усталеною ідеологічною ідентифікацією зазвичай демонструють вищий рівень активності) й суб'єктивну важливість конкретних виборів для громадян держави (за аналогією з концепцією першочергових і другорядних виборів). Така суб'єктивна роль виборів визначається обсягом повноважень інституту, що обирається, а також рівнем ідеологічної поляризації головних кандидатів, партій чи виборчих блоків. Загалом учений здійснює цілком виправдану інтеграцію соціально-психологічного та раціонально-інструментального (зокрема його «економічної» версії) підходів, що дозволяє подолати частину недоліків класичних теорій електорального вибору і використати їх для аналізу політичних систем, котрі трансформуються, в тому числі України [4, с. 184].

Найбільш доцільним для дослідження електоральної поведінки є використання двох груп політологічних методів:



1) Соціологічні: соціально-політичний експеримент, вивчення документів (контент аналіз), анкетування (очне і заочне – поштове, пресове, аудіовізуальне, електронне), інтерв'ю, експертне опитування, спостереження (польове, лабораторне, випадкове), вивчення соціальних настанов.

2) Емпіричні (біхевіористичні): практичний експеримент, аналіз статистичного матеріалу (результатів виборів), конкретне моделювання [1, с. 134].

Розглянемо чотири методи електоральних досліджень, а саме анкетування, проведення фокус-груп, глибинне інтерв'ю та експертне опитування.

Одним із найбільш поширених емпіричних методів є аналіз і вивчення суспільної думки на основі опитування громадян за допомогою цілої низки опитувальних технологій. Термін «суспільна думка» вперше було використано англійським державним діячем Д. Солсбері для позначення моральної підтримки парламенту населенням країни. Предметом спеціального наукового аналізу її зробив Г. Тард [8, с. 87].

Результати опитувань – це той емпіричний матеріал, який дає змогу фахівцю вивчати поведінку виборців. Відомий англійський фахівець з стратегічного планування виборчих кампаній Ф. Гоулл, який був політичним консультантом лейбористської партії, вважає, що базові передвиборчі опитування повинні бути спрямовані на отримання таких видів інформації:

- 1) оцінки економічної ситуації в країні;
- 2) проблем, які найбільше хвилюють виборців;
- 3) сильних і слабких сторін учасників виборчого процесу;
- 4) імідж та довіра до учасників виборчого процесу;
- 5) електоральних намірів виборців;
- 6) учасника виборчого процесу, що викликає найбільшу довіру [6, с. 221].

Характерним для здійснення електоральних замірів є комплексне застосування різних методів збору інформації. З метою підвищення її надійності і якості необхідно використовувати такі методи прикладної соціології, як опитування, аналіз документів, спостереження.

Анкетування є кількісним методом, може пояснити певні електоральні процеси, проте не може дати повну інформацію про причини, які передують таким електоральним процесам. Даний метод підходить для вивчення унікальних явищ чи подій, дослідження цілісної картини явища в єдності його складових, у взаємодії об'єктивних і суб'єктивних чинників. Сфера адекватного застосування масових опитувань обмежена дослідженням ступеня поширення й динаміки уявлень, знань, думок, настановлень, які мають бути відомими дослідникам та знайомими респондентам ще до опитування.

Український вчений О. Вишняк виокремлює електоральну соціологію від вивчення громадської думки. Він робить висновок про те, що за суб'єктом, методикою, вибіркою підходами до аналізу та інтерпретації результатів вивчення електоральних установок (і намірів як поведінкової їх компоненти) в електоральній соціології в електоральній соціології суттєво відрізняється від дослідження громадської думки у відповідній галузі соціології. Як і інші галузеві соціологічні науки, електоральна соціологія підрозділяється на теоретичну та прикладну, перша з яких досліджує тенденції змін і структуру електоральних установок і поведінки та фактори, що їх визначають, а друга, спираючись на знання, отримані в теоретичних розробках, здійснює розробки для конкретних суб'єктів виборчого процесу в конкретних виборчих кампаніях.

Вивчення громадської думки передбачає в першу чергу елімінування з масиву опитувальних даних пустих відповідей тих респондентів, які не мають власної думки, чи неінформовані та некомпетентні в питаннях, з яких ця думка вивчається. Бо, якщо респондент відповідає "не знаю", «важко сказати» чи зовсім не поінформований та некомпетентний з даних питань, то його відповіді не треба враховувати при вирішенні громадської думки, бо вони не є її суб'єктом. Зовсім інша ситуація виникає при дослідженні електоральних установок, коли і абсентистське ставлення до виборів взагалі, негативне та невизначене («важко сказати») ставлення до кандидатів у депутати чи партій теж є різновидом установки (ставлення, аттитюду) [6, с. 215].

Для дослідження механізму і чинників формування уявлень, знань, думок, настановлень слід використовувати якісні методи, які через фокусування спектра можливих думок і мотивів визначають мотиви поведінки різних груп виборців, критерії та чинники електорального вибору.

Найпоширенішим з якісних методів збору та аналізу інформації є метод фокус-груп. Він полягає в запрошенні невеликої групи респондентів (8–12 осіб), відібраних за спеціальними критеріями, на неформальну зустріч, під час якої модератор проводить дискусію (обговорення) за заздалегідь створеним сценарієм (гайдом) фокус-групи. В ході дискусії (2–2,5 години) модератор «фокусує» учасників на питаннях з метою отримання від них глибинної інформації на задані теми, стежить, щоб кожен учасник міг вільно висловлювати свою думку та не відхилявся від теми. Учасники групи за наданий дослідникам час отримують матеріальну винагороду після завершення дискусії.

Фокус-група проводиться у спеціально обладнаному приміщенні, хід обговорення підлягає аудіо- та відеозапису для подальшої розшифровки суджень і фіксації невербальної поведінки (міміка,

жестикуляція тощо) учасників фокус-групи. Ці записи і стенограма дослідження є основою аналітичного звіту. Фокус-групи дозволяють глибоко дослідити думку й настановлення населення з конкретних питань, глибинні чинники електоральної поведінки, отримати різностороннє розуміння електоральної картини місцевості, на основі чого може формуватися стратегія і тактика виборчих кампаній. Дослідницька цінність методу фокус-груп полягає в ефекті, що створюється ситуацією групового обговорення. При індивідуальному інтерв'ю чітко розмежування на інтерв'юера і респондента об'єктивно призводить до артефактуальності отриманих даних внаслідок дії ефекту інтерв'юера [7, с. 124].

В умовах групової дискусії респондент перебуває в ситуації спілкування з собі подібними. Тут швидше знімаються захисні психологічні бар'єри, стимулюється висловлення емоційних реакцій, швидше виробляється зрозуміла для всіх учасників мова спільного обговорення. В ході дискусії учасники можуть проглядати ролики політичної реклами, фрагменти публіцистичних передач, газетні статті, макети листівок і щитів зовнішньої реклами тощо й висловлювати своє ставлення до побаченого в ході обговорення. Так перевіряється правильність вибору стратегії і тактики виборчої кампанії, зокрема концепції і форми рекламних матеріалів.

Перевагами фокус-груп, порівняно з іншими методами збору інформації, є:

1) синергія (об'єднання людей в групи продукує ширший спектр інформації, думок і міркувань, ніж спілкування з окремими респондентами);

2) креативність (немає необхідності відповідати на конкретні запитання, що сприяє спонтанним і нешаблонним відповідям);

3) ефект «снігової кулі» (коментар однієї людини викликає ланцюгову реакцію інших учасників);

4) стимулювання (бажання респондентів поділитися своїми думками та ідеями посилюється під впливом зростання загального збудження в ході дискусії);

5) безпека (оскільки становище учасників ідентичне, то вони почуваються комфортно, що сприяє відвертості);

6) скрупульозність (хід обговорення фіксується на аудіо та відео для подальшого глибинного аналізу інформації);

7) швидкість та економність (отримання оперативної інформації в короткі терміни при порівняно низькій вартості) [7, с. 125].

Метод фокус-груп допоможе з'ясувати електоральний портрет округу, особливості типових моделей поведінки окремих електоральних груп (цільових сегментів); зрозуміти звички і мотивації виборців, відстежити чинники електорального

вибору, основні стимули і бар'єри щодо голосування; спрогнозувати територіально-часову динаміку електоральних орієнтацій, перспективи перемоги конкретних кандидатів; оцінити відповідність політичних брендів запитам електорального поля, визначити вільні електоральні ніші для розробки нового політичного бренду, спрогнозувати ефективність нових видів політичної боротьби, у тому числі й щойно проведених чи на етапі їх підготовки.

Об'єктивні ж ризики методу фокус-груп обмежуються такими проблемами:

1) складність відбору учасників (групу різних людей, незнайомих одне з одним, типових представників своєї соціальної групи необхідно зібрати в один час в одному місці);

2) неструктурованість відповідей значно ускладнює аналіз і опрацювання інформації;

3) неможливість кількісної оцінки результатів дослідження.

Якість результатів значно залежить від уміння модератора прихованим способом дотримуватися сценарію дискусії, долати різницю темпераменту учасників групи, насамперед обмежувати вплив на думку респондентів надто активної особи, яка прагне нав'язати свою думку іншим. Словесно обмежувати висловлювання людей на фокус-групі неприпустимо, а тому слід уміти робити це на невербальному рівні [7, с. 128].

Досить часто в електоральних дослідженнях використовуються експертні опитування – різновид соціологічного опитування, в якому респондентами виступають особливі люди – експерти. Це компетентні особи, що мають глибокі знання про досліджуване явище. Основне призначення експертного опитування: виявлення найбільш суттєвих, важливих аспектів досліджуваної проблеми, підвищення надійності, вірогідності, обґрунтованості інформації, висновків і практичних рекомендацій завдяки використанню знань і досвіду експертів. У електоральних дослідженнях в якості експертів виступають лідери суспільних рухів і партій, депутати і державні діячі, політологи, соціологи і журналісти. Дані експертного опитування можуть використатися як для поглиблення розуміння електоральної ситуації на самому початку виборчої кампанії, так і враховуватися при побудові фінального прогнозу щодо підсумків голосування. На основі даних масового або експертного опитування в ході електоральних досліджень будуються політичні рейтинги. Також з допомогою експертного опитування можна якісно провести паспортизацію виборчих округів та зрозуміти потреби та орієнтацію виборців, на підставі чого створити цільові портрети виборців округу.

В електоральних дослідженнях можуть використовуватися і глибинні інтерв'ю. Залежно від завдань дослідження за технікою проведення гли-

бинні інтерв'ю в електоральних дослідженнях можуть варіюватися від структурованих до наративних. Загальним для всіх глибинних інтерв'ю є прагнення викликати респондента на відверту розмову і зрозуміти глибинні мотиви ставлення виборця до тієї або іншої події. Метод глибинного інтерв'ю дає можливість вивчати електоральні очікування, проблеми округу, ставлення до кандидатів, виявляти загальне сприйняття населенням передвиборчої ситуації, а також визначити найбільш авторитетні особистості, події та чутки, що формують соціально-політичні настрої виборців [10, с. 29].

Метод інтерв'ю в електоральних дослідженнях характеризується рядом переваг у порівнянні з іншими методами збору інформації: здійснюється в короткі терміни; репрезентативний; контролюючий; дає можливість поєднання з іншими методами збору інформації; може бути безпосереднім («обличчям до обличчя» з респондентом) і опосередкованим (телефонне опитування); можливість використання різних форм спілкування з респондентом одночасно; отримання додаткової інформації від респондента; здійснюється прямий контакт з респондентом, можливе отримання пояснень від нього; можливість оперативно змінювати зміст опитувальника інтерв'ю [2, с. 21].

**Висновки та перспективи подальших розвідок у цьому напрямі.** Підсумовуючи вищеви-

кладене, можна зробити висновок, що українські дослідники, предметом наукових доробок яких є електоральні процеси та теорії електоральної поведінки, здебільшого опираються на методологічні засади західних вчених. Винятком став український вчений О. Вишняк, який запропонував власну ідеологічно-економічну електоральну теорію. До вивчення електоральних процесів можна виокремити три підходи – соціологічний, політологічний та інституційний. Кожен з них має свої переваги та недоліки, тому для якомога точнішого аналізу електоральних процесів варто поєднувати дані підходи в комплексі. В більш вужчому розумінні електоральні процеси можна досліджувати на прикладі електоральної поведінки. До її вивчення сформувалися три підходи – соціологічний, соціально-психологічний та теорія раціонального вибору. Найбільш доцільним для дослідження електоральної поведінки є використання двох груп політологічних методів: соціологічної та емпіричної. Отже, будуючи власну наукову роботу на даних методологіях та методах, можна не тільки зрозуміти закономірності електоральних процесів на певній території, відповідно будувати успішні виборчі кампанії, але й, за умов політичної стабільності, прогнозувати результати виборів у майбутньому. Ці напрями можуть стати предметами нових наукових праць в українській науці.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бебик В. М. Політологія для політика і громадянина. К. : МАУП, 2004. 421 с.
2. Блохіна Є.Д. Сучасні тенденції дослідження процесів електорального вибору. *Соціологічні дискурси: Матеріали III Всеукраїнської наукової конференції молодих учених «Соціологічні дискурси»*. Дніпро. 2019. С. 19–23.
3. Бунь В. Побудова інтегративних моделей електорального вибору на основі методології «лійки причинності». *Вісник Львівського університету: Серія філос.-політолог. студії*. 2014. № 5. С. 177-188.
4. Бунь В. Стан дослідження чинників електорального вибору в Україні та Росії: операціоналізація ключових понять електоральних теорій. *Вісник Львівського університету: Серія філос.-політолог. студії*. 2014. № 4. С. 71–80.
5. Вегеш М. М., Остапець Ю. О. Регіональні особливості електорального процесу в Закарпатській області 1991–2002 рр. *Регіональні студії: Інтеграційні та регіональні політичні процеси*. 2002. № 5. С. 76–85.
6. Вишняк О. І. Електоральна соціологія: історія, теорії, методи. К.: Ін-т соціології НАНУ, 2000. 310 с.
7. Михайлич О. Метод фокус-груп у соціологічному супроводі виборчих кампаній. *Політичний менеджмент: Соціологія*. 2010. № 1 С. 123–132.
8. Остапець Ю. О. Електоральні процеси в Україні: загальнонаціональний та регіональний виміри. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора політичних наук. Ужгород, 2016. 550 с.
9. Поліщук І. О. Електоральний процес: поняття та складові фактори. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна: Серія „Питання політології”* 2010. № 885. С. 132–137.
10. Телєгіна К. А. Електоральна соціологія як особлива соціоінженерна діяльність: функції та дослідницькі методи. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2011. № 5. С. 24–32.