

Ігор Доцяк

СУЧАСНЕ СТУДЕНТСТВО У ВИБОРЧОМУ

ПРОЦЕСІ:



**РОЛЬ,
ОСОБЛИВОСТІ
ТА
ПЕРСПЕКТИВИ**

**“Місто НВ”
Івано-Франківськ
2001**

ББК 74.58 +67.9(4УКР) 300

Д 71

Рецензенти:

Денисенко В.М., доктор політичних наук, професор

Піча В.М., доктор соціологічних наук, професор.

Доцяк І. І.

Сучасне студентство у виборчому процесі: роль, особливості та перспективи :
Моногр. / І. І. Доцяк. - Івано-Франківськ : Місто-НВ, 2001. - 181 с. - Бібліогр.: с. 144-164. - укр.

В монографії на основі даних конкретно-соціологічного дослідження по вивченню електоральної поведінки студентства в Івано-Франківській та Львівській областях аналізуються особливості виборчої активності та політичних симпатій цієї соціально-демографічної спільноти. Розглядаються можливі перспективи активізації політичної, в тому числі електоральної активності студентства.

Книга розрахована на науковців, викладачів, студентів та аспірантів в галузі соціології та політології, політичних консультантів та психологів, всіх, хто цікавиться політичною діяльністю та виборчими технологіями.

Затверджено до друку Вченою радою Української Академії Друкарства.

ISBN 966-95915-3-8

ВСТУП

Сучасне українське суспільство перебуває в стадії трансформації політичної системи. Вибори органів державної влади та управління різних рівнів в значній мірі визначають сам характер і напрямок цієї трансформації. З іншої сторони, саме в процесі виборів відбувається активізація політичного життя суспільства, участь в них залишається основною формою політичної участі для більшості громадян України. Саме електоральний вибір забезпечує легітимність, законне обґрунтування політики, яку проводять представники влади, що перемогли на виборах.

Роль і значення виборів в політичному житті суспільства, зумовлює посилену увагу вчених та політиків до виборчого процесу, особливостей електоральної поведінки та вибору. Світовий досвід вивчення електоральних процесів має понад столітню історію. Найчастіше першою спробою дослідження і прогнозування електоральної поведінки вважають спробу, здійснену співробітниками газети “Херрісберг Пенсільванієн” в 1824 році на основі невеликого опитування громадян кількох міст штабу Пенсільванія, розробити прогноз результатів голосування на президентських виборах у розрізі свого власного штату.

В Україні лише понад 10 років має історія досліджень електоральної поведінки. Поштовхом до їх здійснення були перші вибори на альтернативній основі, що відбулись в Радянському Союзі (в 1989р. – вибори народних депутатів СРСР).

Періодичні вибори в Україні можна розглядати як окремі етапи побудови задекларованої в якості конституції демократичної правової, соціальної держави. Аналіз виборчого процесу дає можливість накопичувати емпіричний матеріал для теоретичних, методичних і методологічних узагальнень, організації виборчих кампаній та їх інформаційному їх забезпеченні.

Дослідження виборчої активності громадян України знайшли своє відображення в працях О.Балакіревої, В.Бебика, І.Бекешкіної, Г.Беякової, Ю.Візниці, В.Войтенка, Є.Головахи, О.Кізіялова, О.Князевої, А.Колодій, М.Конаха,

В.Коробова, І.Кучеріва, О.Куценко, В.Кущерця, С.Макеєва, М.Михальченка, а.Навроцького, С.Набоки, В.Оссовського, В.Паніотто, А.Пойченка, О.Сєтова, О.Стегнія, Л.Філінської, В.Хмелька, Н.Черниш, О.Яременка та ін. Особливо треба відмітити фундаментальну працю О.Вишняка “Електоральна соціологія: історія, теорії, методи”. – К.: Ін-т соціології НАНУ. – 2000.

В той же час, в умовах несформованого, перехідного суспільства електоральний вибір має хаотичний, важкопередбачуваний характер. Західні теорії електорального вибору не можуть повністю пояснити виборчі наміри та поведінку українського виборця в силу особливостей культурного, етнічного, соціального та економічного розвитку України. Складність проблеми вивчення і прогнозування електоральної поведінки потребує більшої конкретизації досліджень через аналіз рівня виборчої активності окремих соціальних груп, спільнот і факторів, що на неї впливають. Внаслідок слабкої соціальної структурованості українського суспільства та сильного впливу регіональних особливостей, актуальності набуває дослідження електоральної поведінки окремих етнічних, професійних та соціально-демографічних груп із врахуванням регіональної специфіки.

В цьому плані важливим бачиться дослідження виборчої активності студентської молоді, що визначається наступним:

1) світова та і вітчизняна історія багата прикладами високої політичної активності студентства, особливо на переломних етапах розвитку суспільства. Тому студентство можна кваліфікувати як соціально-демографічну групу з великими потенційними можливостями як в політиці взагалі, так і у виборах зокрема;

2) всі дослідження електоральної поведінки відзначають вплив рівня освіти на їх характер та активність. Бачиться актуальним визначити, як впливає сам процес здобуття вищої освіти на електоральну активність особистості;

3) якщо рівень вищої освіти визначає майбутній потенціал суспільства, то саме сучасне студентство визначатиме майбутній рівень розвитку суспільства і характер, в тому числі, політичних відносин. Саме за його рахунок буде формуватись нова політична еліта, яка визначатиме розвиток України в ХХІ столітті;

4) важливим бачиться аналіз політичної поведінки нового покоління, яке позбавлено ностальгії за комуністичним минулим і політична соціалізація якого відбувається в умовах формування нових економічних, політичних, соціальних та культурних відносин.

Емпіричною базою для узагальнень щодо електоральної поведінки студентської молоді регіону стали дослідження, які проводились в Івано-Франківській та Львівській областях.

Методом кластерної (гніздової) вибірки була визначена вибіркова сукупність 440 респондентів, які відображали генеральну сукупність у 121366 студентів вищих навчальних закладів всіх рівнів акредитації (статистична помилка вибірки 5%). Дослідження проводились у формі анкетування і носили повторний характер: з 1 по 8 квітня і з 14 по 21 жовтня 1999 року. Охоплювався весь спектр вищих навчальних закладів різних форм власності (від Духовної семінарії УПЦ Київського Патріархату до Прикарпатської філії Національної Академії Внутрішніх Справ). Активну підтримку надавали викладачі політології та соціології, відповідні кафедри. Наукове керівництво дослідження здійснював доктор соціологічних наук, професор Піча В.М. Метою дослідження було: визначити рівень електоральної активності студентства на виборах до Верховної Ради України 29.03.98р. і на виборах 31.10.98р. Президента України, простежити динаміку електоральних симпатій на протязі виборчої кампанії на виборах Президента України, визначити фактори, які впливають на виборчу активність, а також визначити шляхи її підвищення.

В книзі також робиться спроба проаналізувати основні поняття, пов'язані з електоральною активністю, як однією із різновидів соціальної активності особистості. В процесі аналізу суті та особливостей виборчої поведінки сучасної студентської молоді, розглядалися проблеми впливу економічних, соціально-демографічних та політичних факторів на характер і рівень електоральної активності, а також роль засобів масової інформації у виборчому процесі.

РОЗДІЛ I

Теоретико-методологічні основи дослідження електоральної поведінки.

1.1. Суть і зміст поняття “електоральна поведінка”.

Історичний досвід розвитку людства показав, що демократія залишається найефективнішою формою державної влади. Одна із основних причин цього – залучення народу, прямо чи опосередковано, до процесу управління державою.

Російський соціолог Г.Осипов визначає, що демократія – це форма організації і діяльності політичних і соціальних інститутів, заснована на законодавчо закріпленій рівності їх членів, яка характеризується виборністю, підзвітністю і соціальним контролем [1].

Ж.Бодуен говорить про те, що в демократичній державі вибори мають дві сторони:

- по-перше, їх можна розглядати як реалізацію “принципу легітимності”, коли політична влада одержує мандат від народу;

- по-друге, вибори грають роль “регулятора”, оскільки таким чином, періодично можна змінювати владні структури [2].

Вибори є не лише способом утворення представницької влади, але і засобом контролю за нею. Сучасна ідея народного представництва полягає в тому, що представницькі органи влади вибираються не пожиттєво, а на певний термін, строго визначений Конституцією. Якщо демократія означає самоуправління народу, то недостатньо, щоб на державні пости посадові особи тільки вибирались народом, навіть загальним голосуванням, вони ще повинні періодично звітуватись перед народом за свої дії. Таким чином, інститут виборів є обов’язковий і невід’ємний елемент демократії, який визначає її суть.

В процесі реалізації демократії, на думку Б.Гаєвського, “є дві основні форми участі громадян у політичному житті: безпосередня і опосередкована. До безпосередніх належать референдуми і вибори, до опосередкованих – участь громадян в різних партіях, спілках тощо” [3].

За рахунок виборів реалізується представницька демократія, коли через волевиявлення громадян формуються органи державної влади різних гілок та рівнів.

Тим самим громадяни делегують свої права обраним представникам, зобов'язуючись самі виконувати рішення ними ж обраної влади і підкорятись їй.

В.Трипольський в цьому зв'язку відмічає: “Але народ не може цілком відсторонитися від спрямування діяльності держави, визначення її конституції, основних засад внутрішньої та зовнішньої політики, а також призначення осіб по безпосередньому відправленню влади, тому відбувається певне розмежування владних функцій між самим народом і тими, кому доручено безпосередньо працювати в державних структурах. Останнім делегується законодавча, виконавча та судова гілка влади, за собою ж народ залишає установчу і контрольну функції. Реальність народовладдя виявляється й тоді, коли народ сам, не передовіряючи нікому, здійснює найважливіші функції політичної влади: установчу, тобто утворює державу або власними масовими діями, або через плебісцит, референдум (як це зробив український народ 1 грудня 1991 року), а також обирає посадових осіб державної влади; контрольну, до якої входять також підданя гласності дій державних посадових осіб та дострокова заміна тих, хто не виправдав довіри” [4].

Таким чином, за рахунок механізму виборів повинна не тільки формуватись державна влада, але і здійснюватись контроль за її реалізацією та періодична ротація осіб, які її здійснюють.

Народ реалізує свої владні повноваження через вибори тих, кому буде доручено управління державою. В демократичній державі ті, хто здійснюють державну владу, як вважає В.Комаровський, виконують функції і ролі, що уподібнюються до функцій і ролей менеджера, що розпоряджається чужою “власністю”, невідчужуваною владою народу [5]. Саме народ, а точніше та його частина, яка наділена виборчими правами – електорат – визначає основні пріоритети та напрямки розвитку держави, а вибрана демократичним шляхом влада повинна зосереджувати свою увагу на розв'язанні конкретних завдань і вирішенні визначених проблем. В процесі голосування кожен виборець реалізує свої політичні права і показує свій

індивідуальний вибір. На думку Т.І.Кіса, “голосування є перевіреним механізмом, що дозволяє виборцям визначати своїх депутатів, досягати згоди щодо легітимності тієї чи іншої політики, а також відкидати варіанти її здійснення певним чином у разі, якщо вони не знайдуть загальної підтримки, в процесі політичної (або ринкової) взаємодії різних соціальних груп “ [6].

Вибори є невід’ємним елементом демократії, в процесі розвитку якої склались певні принципи і процедури їх здійснення. Їх основне завдання пов’язане із забезпеченням загального, вільного, рівного, таємного і прямого волевиявлення виборців в процесі формування органів державної влади та управління.

Саме роль інституту виборців як інструмента легітимізації і стабілізації існуючої системи і обумовила те, що в сучасний період в переважній більшості країн діє загальне виборче право. Але для його утвердження необхідна була тривала боротьба демократичних сил на протязі більш як двох століть. В Нідерландах, наприклад, в 1800р. електорат включав всього 12% дорослого населення, в 1890р. цей показник піднявся до 27%, в 1900 – до 63%. Тут загальне право голосу було введено для мужчин в 1917р., а для жінок – в 1919р.

В США до закінчення громадянської війни кольорові американці, за винятком незначних груп негрів в новоанглійських штатах, не приймали участі у виборчому процесі. В 1870р., тобто через сім років після обнародування президентської прокламації про звільнення рабів в 1863р., була прийнята XV Поправка до Конституції, яка надавала право голосу неграм. Але після відкликання федеральних військ з півдня в 1877р. чорні американці практично були позбавлені можливості приймати участь в голосуванні. Лише починаючи з 20-х років вони стали добиватись деяких успіхів у розширенні своєї участі у виборах. Важливе значення мали закони 50-х-70-х років, які зняли обмеження на частку негрів у виборчому процесі. В 1971р. Конгрес США схвалив XXVI Поправку до Конституції про зниження вікового цензу на участь в голосуванні з 21 до 18 років.

Подібні закони в кінці 60-х і 70-х років були прийняті також в більшості індустріально розвинутих країнах. Жінки одержали право голосу в США в 1918р.

(але вперше прийняли участь в голосуванні на виборах в 1920р.), в Нідерландах – в 1919р., у Франції – в 1944р., в Італії – в 1945р., в Греції – в 1956р., в Швейцарії – лише в 1971р.

Таким чином, демократії, як формі організації політичної системи, повинні відповідати демократичні вибори. Це вибори, які забезпечують можливість реалізації рівних прав і свобод дієздатних громадян на їх участь в управлінні державою через делегування своїх владних повноважень представницьким органам і шляхом контролю за їх діяльністю. Демократичні вибори є вільним волевиявленням, що здійснюється на принципах рівноправності (один громадянин – один голос), загальності, таємного і прямого характеру. В той же час, демократизм виборів не можна тільки зводити до забезпечення демократичних процедур під час самого голосування, необхідною умовою є демократичність самого виборчого процесу, передвиборної агітації і пропаганди. Необхідно, щоб всі суб'єкти виборчого процесу (партії, партійні блоки чи окремі кандидати) мали рівні права і можливості, щодо боротьби за завоювання симпатій виборців, а значить і їх голосів.

Контроль над ЗМІ, неодинакові можливості різних претендентів донести до виборців свої програми, адміністративний вплив руйнують саму ідею виборів, як невід'ємного елемента демократії.

Представницька демократія не виключає використання форм прямої демократії з метою безпосереднього залучення виборців до прийняття того чи іншого політичного рішення.

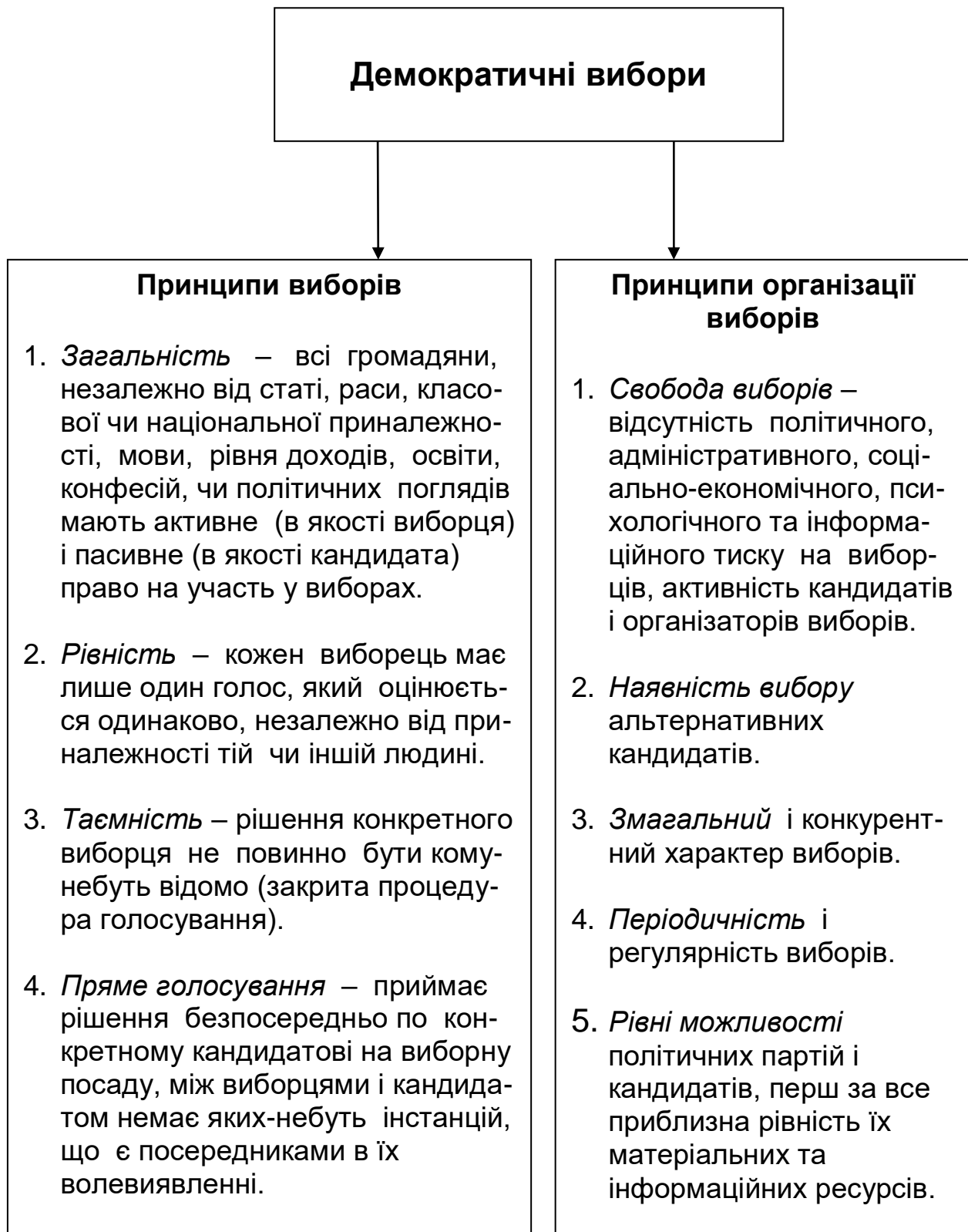


Рис. 1.1. Структура демократичних виборів

Плебіцит (від лат. plebs – простий люд і scitum – рішення, постанова) – це всезагальне опитування громадян з метою виявити їх думку, волю і позицію щодо якогось важливого питання. У політичній практиці багатьох країн світу результати плебіситу, на відміну від підсумків референдуму, не набувають обов’язкової юридичної сили, вони лише мають бути враховані, взяті до уваги при напрацюванні і прийнятті рішень відповідними органами влади.

Референдум (від лат. referendum – те, що має бути повідомлене) – спосіб прийняття законів та інших рішень з найважливіших питань суспільного життя прямим волевиявленням через усенародне голосування. У світовій практиці референдуми використовують для прийняття конституцій та поправок до них, для зміни форми правління чи форми державного устрою, для розв’язання питань загального значення. Рішення, прийняті шляхом референдуму, мають обов’язкову юридичну силу для всіх громадян країни.

Вибори – це спосіб формування представницьких органів шляхом голосування виборців або виборщиків. Вони є не самим тільки вибором, головним у них є делегування повноважень, наділення владою, визнання вищої авторитетності за лідером, певною посадовою особою. Таким чином, як вважає Є.Головаха, активне використання референдумів, плебісцитів, народних ініціатив та інших форм прямої демократії, а також виборчого процесу дозволяє розглядати ще один різновид влади – електоральний [7].

Демократичність та справедливість виборів забезпечує легітимність державної влади і створює умови для підтримання стабільності в суспільстві.

Особливістю виборчого процесу в Україні є його розвиток разом із трансформацією самої держави, руйнуванням тоталітарної політичної системи і побудовою нової, демократичної. В цьому плані вибори і виступають одним із основних факторів демократизації суспільства.

Вибори, в їх демократичному розумінні, пов’язані, по-перше, із формуванням законодавчої бази, яка їх регламентує та ефективним механізмом реалізації законів і контролю за їх дотриманням; по-друге, з електоральною культурою самих виборців,

що дає можливість їм здійснювати свідомо волевиявлення і обмежує можливості різноманітного маніпулювання з боку політичних сил, органів влади, адміністрацій підприємств чи закладів та засобів масової інформації.

Законодавчу основу, що визначає виключну роль народу у здійсненні державної влади, проголошує ст.5 Конституції України: “Носієм суверенітету і єдиним джерелом влади в Україні є народ. Народ здійснює владу безпосередньо і через органи державної влади і місцевого самоврядування. Право визначати і змінювати конституційний лад в Україні належить виключно народові і не може бути узурповане державою, її органами або посадовими особами. Ніхто не може узурпувати державну владу [8].

В ст.69 Конституції України говориться про те, що народне волевиявлення здійснюється через вибори.

В загальному, законодавчо обґрунтована система демократичних виборів. Закон України “Про вибори народних депутатів України” від 24 вересня 1997 року гарантує усім дієздатним громадянам України участь у виборах на основі загального, рівного і прямого виборчого права шляхом таємного голосування незалежно від їх раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, мовних або інших ознак (ст.3 п.1) [9].

В той же час, нерідкі випадки порушення виборчих прав громадян, які не захищаються згідно норм закону.

Немає ефективної системи реалізації правових норм, низька правова культура. Недосконалість законодавства приводить до обмеження електоральних прав певних категорій громадян. Наприклад, останні вибори Президента України (листопад 1999р.) показали недоліки діючого законодавства, пов’язані із реалізацією виборчого права особами, що не мають постійної прописки, які допізна працюють в час виборів і т.д. Проблемою залишається ще до кінця несформована виборча система щодо виборів Верховної Ради України.

В більшості країн світу участь у голосуванні вважається особистим правом виборцям, який може довільно розпоряджатися ним на власний розсуд. Разом з тим, в деяких країнах існує практика обов'язкового голосування. Так, в Італії неучасть у голосуванні приводить до морального осуду, в Австралії – до штрафу, в Мексиці – до штрафу або і до позбавлення волі, в Греції – навіть до тюремного ув'язнення від одного місяця до одного року.

В Україні голосування є особистою справою виборців. “Участь громадян України у виборах є добровільною. Вважається, що виборці, які не брали участь у голосуванні на виборах, підтримують результати волевиявлення тих виборців, які взяли участь у голосуванні на виборах”, - проголошується в Законі України “Про вибори народних депутатів”[10].

Зростає відповідальність кожного конкретного виборця за свідомий і відповідальний вибір.

Особливого значення набуває електоральна культура, як відносно стійка система знань, оцінок і норм електоральної поведінки і електоральних взаємин, виборчого процесу в цілому, колективна пам'ять людей про виборчі процеси.

Електоральна культура якнайтісніше пов'язана із загальною політичною культурою суспільства та окремої особистості. В сучасному українському суспільстві формування демократичного суспільства потребує і утвердження демократичної культури громадян. Саме тоді вибори будуть носити максимально свідомий та об'єктивний характер, символізуватимуть не лише факт виявлення думки населення, але і залучення його до процесу управління державою.

Демократично організовані вибори є одним із важливих показників ставлення населення до політичних інститутів суспільства, партій, політичних виборів, об'єднань громадян; вони є основою для корекції чи радикальної зміни урядового курсу.

Виборчий процес є результатом свідомої політичної діяльності індивідів.

Поведінка громадян у виборчому процесі проявляється за специфічних умов [11], коли:

- важливі питання загальнодержавного чи місцевого значення організовано виносяться на обговорення громадян, які мають виборче право;
- є державний апарат, створений спеціально для фіксації думки виборців, вираженої шляхом голосування;
- створюються умови, за яких зростає політична активність. Загальні вибори стимулюють активнішу, ніж звичайно, участь у політичному процесі громадян і виборців.

Вибори у політології пов'язані з поняттям “політична участь”. Виділяють два типи політичної участі:

1) конвенціональний – включає такі форми, які вважаються у суспільстві нормальними і легітимними, як участь у політичних виборах на різних рівнях. Л.Мілбрайт пропонує схему, в якій виділяє чотири основні види конвенціональної політичної участі: 1- голосування; 2- участь у роботі партій і в організованих ними політичних компаніях (перш за все, електорального характеру); 3- участь у політичному житті громадян; 4- контакти з офіційними особами на локальному чи інших рівнях [12].

2) неконвенціональний – така участь, що в принципі не суперечить законові, але не має широкого розголосу, відкидається значною частиною громадян.

Політична участь передбачає масові акції з метою формування певних позицій, вимог, настроїв, а також формування державних і муніципальних, представницьких органів. Це, зокрема, участь у виборах, референдумах, мітингах тощо. Вибори є однією з конкретних форм політичної участі, найбільш поширеною і прийнятною. Через участь у виборчому процесі формується електоральна поведінка виборця, як дієздатного громадянина держави.

Волович В.І. та Візниця Ю.В. визначають електоральну поведінку (від лат. *elector* - виборець) як сукупність дій, що виражають політичні орієнтації виборців щодо делегування їх повноважень представницьким органам влади, виявляється в участі або неучасті електорату (сукупності виборців) у голосуванні [13].

Таким чином, суть електоральної поведінки полягає у праві бути виборцем, брати участь у здійсненні виборчого процесу, впливати на нього, приймати участь у формуванні представницьких органів влади від місцевих до загальнодержавних.

Електоральна поведінка притаманна людині як суб'єкту політики, тобто політично дієздатній особистості, яка може оцінювати політичну ситуацію і приймати власні рішення, здійснювати дії в сфері політики. Електоральна поведінка є формою відображення політичної суб'єктивності особи, яка реалізується на основі свободи її вибору.

Ще донедавна в Україні при існуванні тоталітарної політичної системи електоральна поведінка виборців носила формально-примусовий характер. Вибори були безальтернативними, тобто втрачалась їх основна суть (вибори без виборів). Участь в них контролювалась величезною адміністративно-репресивною машиною, яка одночасно забезпечувала ідеологічну основу такій діяльності і дуже високий відсоток учасників виборів.

З метою визначення місця дій, пов'язаних із участю у виборах, серед інших видів політичної участі індивідів або соціальних груп, Ю.Візниця сконструював шкалу інтенсивності політичних дій:

1. Реакція, що не пов'язана з необхідністю власної високої активності (позитивна або негативна), на імпульси, що йдуть від політичної системи, від її інститутів чи представників.

2. Участь у періодичних діях, пов'язаних з делегуванням повноважень (електоральна поведінка).

3. Діяльність в політичних чи близьких до них організацій.

4. Виконання політичних функцій в межах інститутів, що входять в політичну систему або діють проти неї.

5. Пряма дія.

6. Активна (у т.ч. керівна) діяльність у позаінституційних політичних рухах [14].

Електоральна поведінка має специфічний зміст і показники прояву на всіх етапах процесу виборів, а саме:

а) напередодні виборів: участь у політичних акціях передвиборчої кампанії (участь у зборі коштів на виборчу кампанію, підписів за політичні партії, претендентів у кандидати, участь у передвиборчих мітингах, зустріч із претендентами тощо);

б) участь (або неучасть) безпосередньо в процедурі голосування;

в) реалізація електоральної поведінки після виборів, що виявляється у стосунках виборців та обраних (зустрічі, запити, відкликання, перевибори тощо).

Особливості електоральної поведінки обумовлюються характером регламентації з боку загальноприйнятих у даному суспільстві норм і соціально визнаних цінностей, існуючого виборчого права, законів, статутів політичних партій та організацій, інструкцій про вибори тощо.

Вирішальне значення на формування електоральної поведінки справляють об'єктивно існуючі в суспільстві економічні та політичні відносини, що спричиняють соціальне розшарування виборців, їх матеріальне становище, освітній та культурний рівень. Політичні орієнтації виборців, що реалізуються в їх електоральній поведінці, є в цілому наслідком складного взаємозв'язку об'єктивних та суб'єктивних чинників, що формують їх ціннісні орієнтації. До об'єктивних належать особливості внутрішньо та зовнішньополітичної ситуації в державі, стан масової свідомості, діяльність політичних партій та рухів, характер та рівень ефективності засобів масової комунікації, об'єктивність інформування тощо. Потрібно враховувати також досвід політичної демократії, рівень політичної культури населення, історичний досвід електорату.



Рис. 1. 2. Фактори, що визначають електоральну поведінку та її прояви

Характерною рисою електоральної поведінки є її здатність змінюватися в часі. Зміни в електоральній поведінці зумовлюються різноманітними чинниками, як вплив засобів масової інформації і адміністративний вплив, ситуативна зміна суспільних настроїв, усвідомлення групових інтересів у боротьбі на виборах.

Електоральна поведінка – це неодноразовий акт, пов'язаний з механічним киданням бюлетня у виборчу урну, вона має широкий соціальний зміст, в першу чергу пов'язаний із соціальним очікуванням в процесі її здійснення. Це свідомо поведінка, яка здійснюється в процесі демократичного права брати прямо або опосередковано участь в управлінні державою, впливати на формування, прийняття та реалізацію політичних рішень.

Соціальне очікування наслідків електоральної поведінки може охоплювати широкий спектр від реалізації певних ідеологічних завдань чи матеріальних інтересів до прагнення змінити існуючу владу.

Процес здійснення електоральної поведінки є надзвичайно важливим джерелом залучення громадян до політичної активності, включаючи їх в систему політичних зв'язків і відносин, фактором політичної соціалізації молодого покоління.

Соціалізація взагалі – процес засвоєння індивідом знань, досвіду, норм і цінностей, включення його до системи соціальних зв'язків і відносин, необхідних для його становлення і життєдіяльності в даному суспільстві [15].

Теорія політичної соціалізації є продовженням загальносоціологічної теорії соціалізації і водночас відображенням специфіки політичної сфери. Серед найвідоміших теорій політичної соціалізації слід назвати:

- ролеву теорію, яка розглядає процес політичної соціалізації як тренування індивіда під час виконання ним тих чи інших політичних ролей, вивчення “правил гри” у відносинах з інститутами влади (Р.Лінтон, Т.Парсонс);

- бігейвіористську, що досліджує політичну соціалізацію як процес становлення індивідуальної політичної свідомості на основі успадкованих (В.Скіннер) або соціально набутих (А.Маслоу, Р.Уотерс, Р.Лейн) цінностей та емоцій;

- психоаналітичну, яка пов'язує політичну соціалізацію з аналізом підсвідомих та ірраціональних мотивів політичної поведінки (Е.Еріксон, Е.Фромм)[16].

Г.Осипов визначає політичну соціалізацію як політичний розвиток особистості, який виступає процесом окільного засвоєння індивідом ідеологічних та політичних цінностей і норм суспільства і формування їх в усвідомлену систему соціально-політичних установок, що визначають позиції і поведінку індивіда в політичній системі суспільства [17].

На нашу думку, політична соціалізація – це безперервний процес засвоєння особистістю основних елементів політичної культури суспільства і соціальних спільнот, в які вона входить, що дає можливість реалізувати себе, як члена суспільства і громадянина держави.

Політична соціалізація включає як підконтрольні суспільству процеси цілеспрямованого формування особистості за допомогою спеціальних суспільних інститутів (школи, університети, інститути політичної освіти, ЗМІ і т.д.), так і стихійний вплив факторів навколишнього середовища (неформальні і ділові групи, досвід різноманітних політичних подій). Політична соціалізація – необхідний елемент відтворення і збереження політичної системи, тому що вона готує громадян до виконання притаманних їм політичних ролей: громадянина, виборця, члена партії і т.д. В той же час, соціалізація важлива для самої особистості, так як дозволяє їй адаптуватись до політики, освоїти її норми і правила і, включаючись в політичне життя, реалізувати за допомогою влади свої інтереси.

Політична соціалізація включає наступні компоненти:

- засвоєння і сприйняття суспільно-політичного досвіду, накопиченого попередніми поколіннями, а також сучасного досвіду;

- вироблення здатності відстоювати свої політичні погляди;

- набуття необхідних навиків суспільно-політичної діяльності, засвоєння її основних принципів і норм;

- реалізація знань і переконань в практичній політичній діяльності, в інших сферах суспільних відносин.

Включення індивіда здійснюється під впливом цілого ряду агентів (суб'єктів) політичної соціалізації. До них відносяться сім'я, дошкільні дитячі заклади, школа та інші навчальні заклади, соціальні групи (родичі, групи ровесників, первинний колектив), спеціальні інститути системи політичної освіти (напр., політико-просвітительські фонди і товариства), політичні інститути, молодіжні організації, релігійні та громадські об'єднання, ЗМІ.

Важливе місце в процесі політичної соціалізації відіграють вибори.

Саме в процесі електоральної поведінки молодь має можливість реалізувати (чи не вперше) свої політичні переконання та цінності, сформовані в період дитинства та юнацтва через вплив сім'ї, школи, політичного оточення.

Політична соціалізація знаходить свій вираз в становленні рис особистості: довір'ї; компетентності і відношенні до влади.

Електоральна поведінка громадян є способом взаємозв'язку між владою і громадянами, завдяки ній влада прагне забезпечити свою легітимність через залученість виборців у її формування, а значить і, в зв'язку з цим, певну відповідальність за функціонування влади.

Узагальнюючи вищесказане, можна підсумувати, що:

- електоральна поведінка – сукупність дій, що виражають політичні орієнтації виборців щодо делегування їх повноважень представницьким органам влади, виявляється в участі або неучасті електорату в голосуванні;

- реального значення і ролі вона набуває лише в демократичному суспільстві;

- зміст електоральної поведінки проявляється і реалізується на різних етапах виборчої кампанії;

- на електоральну поведінку впливає цілий ряд об'єктивних і суб'єктивних факторів;

- вона є важливим і для більшості громадян чи не основним проявом політичної активності, важливим фактором політичної соціалізації молоді.

1.2. Виборча активність як форма прояву електоральної поведінки.

Повна і сутнісна характеристика електоральної поведінки неможлива без виділення і розкриття поняття “виборча або електоральна активність”.

Саме в ньому конкретизується характер, рівень, мотивація, відношення до виборчої діяльності і рівень свідомості та усвідомленості вибору.

Електоральна активність виступає формою соціальної активності особистості. Її повний аналіз потребує опори на фундаментальні загальнометодологічні дослідження у галузі загальної теорії особистості, її поведінки як соціально-психологічного явища.

В період існування Радянського Союзу підвищення виборчої активності не розглядалося як певна проблема і не була об’єктом наукового дослідження. В цей період сама процедура виборів була тільки формальним атрибутом тоталітарного політичного режиму. Висока електоральна активність повинна була засвідчити народну підтримку “найдемократичнішої, найсправедливішої радянської політичної системи. 99% виборців віддавали свій голос за єдиних встановлених кандидатів на різних рівнях виборів під впливом потужної репресивної машини і єдиної комуністичної ідеології.

В умовах трансформації сучасної політичної системи України, проблема аналізу виборчої активності, особливостей та чинників що її визначають, набуває важливого значення. Прагнення підвищити виборчу активність, скерувати її в потрібному напрямку породжує значну політичну та соціальну потребу у її вивченні.

Особливо це спостерігається в даний період, коли відбувається значне зниження політичної активності громадян, поширення політичної апатії.

Проведені серйозні дослідження українськими науковцями електоральної активності, одержаний емпіричний матеріал дав можливість з мінімальними відхиленнями прогнозувати результати виборів Київського голови в травні 1999р. і виборів Президента в жовтні-листопаді 1999р.

Для повної характеристики поняття “електоральна активність” необхідно визначити суть самого поняття “активність”.

Активність (від лат. *aktivus* – діяльний, дієвий) – це стан самоспричиненого діяння, що прискорюється і розширюється, на протилежність сприйняття зовнішнього діяння – пасивності.

Активність свідомості визначається практичною діяльністю людини і виявляється у цілеспрямованості пізнання, у відображенні діяльності у специфічно людських пізнавальних формах понять, теорій тощо, у формуванні цілей, що становлять безпосередній мотив й ідеальний план предметно-перетворювальної діяльності [18].

Слово “активність” означає посилену енергійну діяльність, здатність організму реагувати на зовнішній подразник [19].

Соціальна активність – вища форма активності людини, характеризується усвідомленими діями. Соціальна активність особи, на думку О.Якуби, це “системна соціальна якість, у котрій виражається та реалізується рівень її соціальності, тобто глибина та повнота зв’язків особистості зі соціумом, рівень перетворення особистості на суб’єкт суспільних відносин “[20].

В.Тарасенко визначає соціальну активність, як характеристику способу життєдіяльності суб’єкта (індивіда, групи), що фіксує свідому спрямованість його діяльності і поведінки на зміну соціального середовища, умов, інститутів відповідно до назрілих потреб, інтересів, цілей, ідеалів або на консервацію існуючого стану речей, гальмування змін, розвитку; вияв соціальних ініціатив, участь у вирішенні актуальних соціальних завдань, постійна взаємодія з іншими соціальними суб’єктами [21].

Е.Тадевосян розглядає соціальну активність проявом свідомої, цілеспрямованої життєдіяльності людей та їх соціально-політичних груп і об’єднань, направлену на збереження, функціонування чи зміну існуючого соціального і політичного устрою суспільного життя [22].

Стосовно соціальної активності особи, на нашу думку, це активна, свідома, цілеспрямована діяльність в системі суспільних відносин, направлена на зміну або збереження існуючого соціального середовища, відповідно до назрілих потреб, інтересів, цілей чи ідеалів.

Соціальна активність – це можливість і здатність змінити умови власного існування, здатність до саморозвитку та самовдосконалення в контексті соціальних зв'язків та відносин.

Активність визначається характером, спрямованістю та об'ємом діяльності.

В.Ядов виділяє такі основні критерії соціальної активності [23]:

1) спрямованість на певні інтереси, потреби, цінності. Активною є особистість, для якої найвища цінність – життя в ім'я суспільних інтересів, життя у вирі соціальних подій. В основі соціальної активності лежать особливі характеристики самосвідомості особистості, котрі ідентифікують її зі соціумом і розглядають її як суб'єкт, що виражає і захищає інтереси спільноти чи власні;

2) характер і рівень прийняття інтересів, потреб і цінностей.

Показниками високого рівня соціальної активності є свідоме приєднання до соціального життя, висока особиста значимість інтересів суспільства у цілому та конкретних спільнот, усвідомлення особистістю свого місця у суспільстві, персональної відповідальності за процеси, що відбуваються у ньому;

3) характер і рівень реалізації інтересів, потреб, цінностей; показники рівня реалізації – характер, масштаби, результати, форми діяльності. Аналізуючи характер активності, важливо з'ясувати, чи реалізуються інтереси, соціальні ролі формально, стандартно, чи творчо; який рівень творчості, новації у методах, способах реалізації; чи є реалізація внутрішньо несуперечливим процесом, коли реалізуються ціннісні орієнтації особистості; чи існує розрив між цінностями, ціннісними орієнтаціями особистості, її соціальними установками та діяльністю, коли на базі ситуаційних мотивів реалізуються інші цінності. Виявлення внутрішньої єдності процесу реалізації досягається в результаті співставлення ціннісних орієнтацій, соціальних установок і діяльності особи.

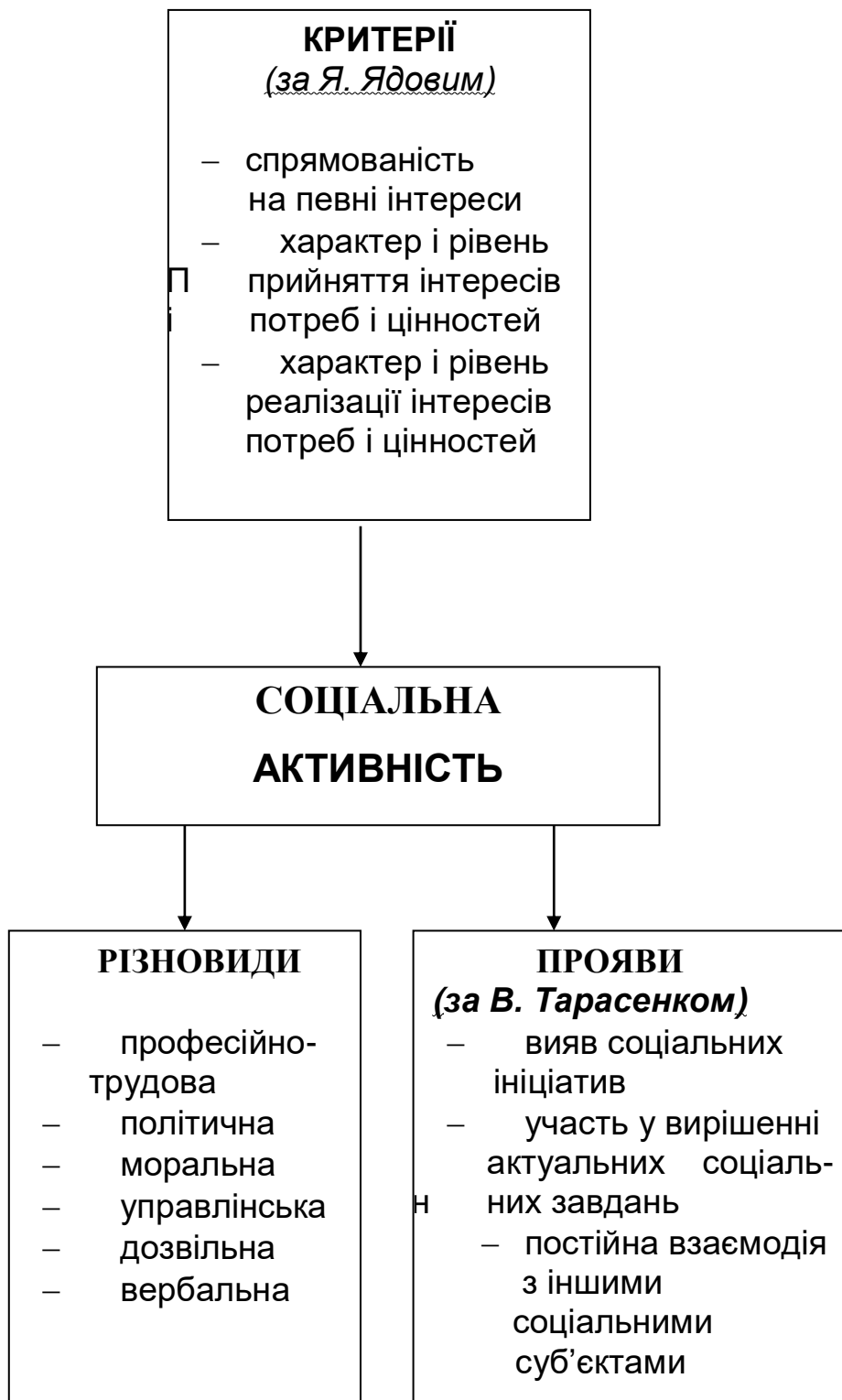


Рис. 1. 3. Структура соціальної активності

Соціальна активність передбачає найрізноманітніші форми індивідуальної, групової та масової діяльності та поведінки, тому відзначається, по суті, нескінченністю своїх конкретних виявів. Основними формами є професійно-трудова, громадська, політична, реоральна, управлінська, дозвільна, вербальна.

Однією із форм політичної активності є виборча активність. В результаті її здійснення можуть кардинально змінюватись політичні відносини в суспільстві: коректуватись курс політичного розвитку, мінятись персональний склад правлячої еліти тощо.

Таким чином, виборча активність є різновидом політичної активності, як форми прояву соціальної активності особистості. Можна розглядати виборчу активність як один із типів політичної участі. Політична участь – це дії, які здійснюють окремі особи чи групи осіб з метою вплинути на державну політику, управління державними справами або на вибори політичних лідерів на місцевому чи загальнонаціональному рівні політичної влади. Х.-М.Олінген виділяє п'ять основних типів політичної участі:

- 1) реалізація громадянських ролей (напр., участь у виборах);
- 2) участь у вирішенні специфічних проблем (напр., з допомогою громадських ініціатив або груп інтересів);
- 3) партійно-політична активність (взаємодія безпартійних з партійними комітетами, членство в партії, участь в партійних заходах і т.д.);
- 4) громадська непокора (напр., сидячі страйки, захоплення службових приміщень);
- 5) насильницька дія проти людей чи майна (напр., терористичний акт)[24].

Виборча активність, на нашу думку, може характеризуватись як прояв одного із типів політичної участі громадян, який не обмежується лише одним актом голосування, а передбачає активну і цілеспрямовану участь у всіх етапах передвиборчої кампанії і електоральних діях після виборів. В той же час, сама виборча активність може бути автономна і мобілізована. Автономна передбачає свідому і добровільну залученість до виборчого процесу. Мобілізована – є

вимушеною і здійснюється під впливом не політичної мотивації: страху, підкупу виборців, адміністративного тиску. Мобілізована активність широко використовується тоталітарними режимами і, по суті, немає нічого спільного із свідомою, цілеспрямованою і компетентною участю громадян в політиці.

Якщо спалахи політичної активності має носять спонтанний характер і пов'язані, насамперед, з кардинальними змінами в суспільстві, як-то боротьба за незалежність чи різке погіршення соціально-економічного стану населення, електоральна активність носить більш планомірний і непередбачуваний характер.

Це не з періодичним проведенням виборів, що законодавчо визначено у демократичній державі. Саме в цей період в життя мільйонів громадян активно втручається політика, залучаючи їх до виборчої активності.

На думку Є.Вятра “електоральна активність – це одна із форм політичної участі громадян в організованих формах політичного життя”[25].

В понятті “виборча активність” громадян можна виділити такі найголовніші елементи:

- залученість у виборчий процес на його різних етапах та у акції електорального характеру у період міжвиборчими кампаніями;

- участь у голосуванні;

- вибір виборцями джерел електоральної інформації та інтенсивність її збору;

- обізнаність із законодавством про вибори та проблемами його реформування;

- використання (або ставлення до можливого використання в майбутньому) законодавчо гарантованих електоральних прав (наприклад, дострокового голосування або право на голосування за місцем перебування);

- дотримання виборчого законодавства на різних етапах виборів і під час голосування;

- термін остаточного прийняття рішення щодо участі в голосуванні і його характеру;

- реакція на зафіксовані порушення виборчого законодавства та ін.

Виборча активність є проявом активної і свідомої політичної участі, передбачає поведінку, яка базується на знаннях про виборче законодавство, суб'єктів виборчого процесу. На нашу думку, особливою характеристикою електоральної активності є те, що вона вимагає значних економічних, психологічних та інших зусиль.

Саме електоральна активність є проявом ставлення громадянина до суспільства, соціальних та політичних інститутів, партій, суспільно-політичних рухів, громадських організацій і самих виборів, як невід'ємної характеристики демократичного суспільства.

Через електоральну активність проявляються також і потенційні прагнення виборця щодо розвитку суспільства, удосконалення системи суспільних відносин і державної влади.

Для визначення рівня виборчої активності особи необхідно охарактеризувати рівень інтенсивності електоральної діяльності, мотиви та спонукальні фактори, які на неї впливають.

В процесі розвитку електоральної соціології, як самостійного напрямку соціологічної науки, різні дослідники прагнули визначити основні мотиви та джерела електоральної активності, проаналізувати фактори, які на неї впливають і визначають процес прийняття рішення. Мотивами активності можуть виступати потреби, інтереси, звички, установки, ідеали. Джерела електоральної активності пов'язані із необхідністю реалізації матеріальних та духовних інтересів, свідомістю, рівнем культури. Факторами, що визначають електоральну активність є політичний режим, політична культура, соціально-економічний статус, вік, стать, конкретна політична ситуація, особливості характеру та темпераменту.



Рис. 1. 4. Структура електоральної активності

Основною проблемою завжди було бажання на основі існуючої бази даних, одержаної емпіричним шляхом, передбачити результати голосування і рівень його активності.

Психосоціологічна парадигма в електоральній соціології, запропонована дослідниками Мічиганського університету (США) в 50-ті роки, побудована на концепції партійної ідентифікації, розробленої А.Кембелом [26].

Вона визначає емоційну прихильність виборців до тієї чи іншої партії та є основним фактором формування та структуривання політичних орієнтацій та позицій по відношенню до різних політичних об'єктів. Щоб передбачити варіант голосування виборців, необхідно встановити їх партійну самоідентифікацію та визначити її ефективність.

Прихильність до будь-якої партії формується в процесі соціалізації вже в сім'ї та варіюється в залежності від соціокультурних умов, професійної, етнічної та релігійної приналежності. Вона пов'язана з рівнем політичної зацікавленості та ангажованості і перебуває в чіткій кореляції з голосуванням на виборах, що додає їм значної стабільності.

Партійна ідентифікація діє на голосування двоїсто. По-перше, вона діє як певний сприймаючий екран, фільтруючи політичне сприйняття виборців та, так-би мовити, надаючи відтінків думці про кандидатів та питанням, що порушувались. Чим більше виборці ідентифікують себе з якоюсь партією, тим більше вони підтримують її кандидатів та тим більше зв'язані, послідовні їх політичні погляди. Вони обумовлюють електоральне рішення та посилюють партійний зв'язок. Для малополітизованих виборців, які не мають твердих політичних позицій, ідентифікація з партією виступає як єдиний орієнтир, що дозволяє приймати рішення на виборах. Таким чином, домінуючим фактором, який визначає рівень електоральної активності виборця, визнається його партійна самоідентифікація.

Звичайно, такий підхід може бути характерний для розвинутих західних демократичних систем. На Україні, коли відбувається трансформація політичної системи і формування партійної системи, існує досить низький рівень довіри до

політичних партій, ідентифікація виборця здійснюється більше на основі певних політико-ідеологічних напрямків: націоналістичного, національно-демократичного, соціалістичного чи комуністичного. Саме підтримка певного напрямку разом із усвідомленням ідеологічних, політичних, соціальних, економічних цілей є дуже важливим фактором, який впливає на рівень електоральної активності виборця.

У 60-80 роки сформувались нові концепції, що відобразили еволюцію поведінки електорату в ці роки.

Теорія раціонального вибору А.Даунса [27] враховує фактори невизначеності, зв'язок між нормами та раціональним вибором, і, нарешті, можливість відсутності раціонального вибору.

- Положення
Раціональної
теорії
вибору
- 1. Люди наперед планують дії та мають орієнтовану мету.
 - 2. Люди мають набір ієрархічно замовлених уподобань, переваг.
 - 3. При виборі лінії поведінки люди здійснюють раціональні обчислення відносно корисності альтернативних ліній поведінки по відношенню до привілейованої ієрархії.
 - 4. Порівняння затрат кожної альтернативи для обрання найкращого способу для максималізації корисності.
 - 5. Соціальні явища, колективні рішення, колективна поведінка – у кінцевому рахунку – є результатом раціональних виборів, вироблених індивідами для максималізації корисності.
 - 6. Соціальні явища на стадії становлення, які є результатом раціональних виборів, складають перелік параметрів для наступних раціональних виборів індивідів у тому числі, які вони самі визначають.
 - 7. Розподіл ресурсів серед індивідів.
 - 8. Розподіл можливостей для різних ліній поведінки.

Теоретики Раціональної теорії вибору абсолютизують індивідуальний вибір і не пояснюють ірраціональний вибір і ті реальні ситуації, де раціональний вибір здійснити дуже важко. Реальне життя складніше за теоретичні моделі і не завжди індивіди знають про можливість альтернативного раціонального вибору.

На нашу думку, теорія партійно-ідеологічної ідентифікації (психосоціологічна теорія) пояснює електоральну активність тих виборців, які пов'язують себе з певною ідеологією і традиційно голосують за ту партію, яка є носієм цієї ідеології. Теорія раціонального вибору характеризує активність тієї частини електорату, яка не визначилась зі своїми ідеологічними симпатіями, вона дає можливість пояснити динаміку виборчої поведінки

В загальному, абстрагуючись від теоретичних моделей електоральної поведінки, можна виділити суб'єктивні і об'єктивні фактори, які визначають електоральну активність індивіда та її рівень.

Суб'єктивні фактори відображають внутрішні характеристики виборця, як суб'єкта політичних відносин. Це: потреби, інтереси, цінності, переконання, рівень загальної і політичної культури.

Об'єктивні фактори відображають ту соціальну реальність, в якій існує індивід і з якою взаємодіє відповідно до потреб своєї життєдіяльності. Це і політична система суспільства, його рівень соціально-економічного розвитку, морально-етичні норми та цінності суспільства, культура та ін.

В комплексі та взаємозв'язку вони формують особистість виборця через внутрішній світ та соціальнозначимі риси, що реалізується в електоральній активності, як одному з елементів активності взагалі.

За визначенням, виборча активність є такою, якщо проявляється як результат внутрішніх побуджень і потреб особистості, якщо особа прагне реалізувати у виборчій кампанії свої можливості та сутнісні характеристики.

Активність носить свідомий характер, будується на мотивованій участі виборця у виборчому процесі і усвідомленні можливості впливу на нього.

Важливу роль мають якісні критерії електоральної активності особистості.

Є.В.Єгорова та Г.О.Євдокимова виділяють такі основні критерії:

- 1) сутність використання можливостей людини у електоральній діяльності;
- 2) свідоме ставлення до неї;
- 3) безкорисливість;
- 4) обсяг витрат вільного часу;
- 5) елементи позанормативності;
- 6) ініціативність [28].

Найвища можливість реалізації електоральної активності забезпечується через відповідність її сутнісним характеристикам особистості, здатність самореалізуватись і проявити ініціативу та творчий підхід. Тому фактори, пов'язані з можливістю одержати матеріальну винагороду, наприклад, за збір підписів у підтримку того чи іншого кандидата чи політичної партії нівелюють суть самої електоральної активності. Ця діяльність вже буде мати більше спільного з особливим проявом підприємницької діяльності, ніж з демократичним правом на вільне волевиявлення.

В умовах сучасного українського суспільства, для якого притаманні характеристики перехідної політичної системи з елементами авторитаризму, тоталітаризму, охлократії та ін., непоодиноким явищем є вплив на електоральну активність через адміністративні заходи по лінії “керівник-підлеглий”. Така активність примусова, носить обмежений характер і можлива лише через низьку політичну свідомість індивіда та відсутність механізмів, які б обмежували адміністрування і захищали право особистості на вільне волевиявлення в процесі виборчої кампанії.

Таким чином, виборча активність є однією з форм прояву соціальної активності особи, в процесі якої реалізується відношення до виборчої кампанії та її оцінка, включення у виборчий процес, делегування владних повноважень органом державної влади різних рівнів.

Рівень виборчої активності показує, наскільки свідомо, активно і цілеспрямовано реалізуються виборчі права та соціально-політичні орієнтації особи. В процесі її здійснення відбувається не тільки обрання органів державної влади, але і проявляється відношення до попередньої влади і контроль за характером її діяльності.

Ознаками виборчої активності є:

- 1) стійкі прагнення впливати на електоральні процеси;
- 2) реальна участь у виборах та електоральних акціях.

Щоб виборці могли впливати на політику за допомогою участі у виборчому процесі, необхідно, на думку Т.Доя та Л.Зіглера, дотримуватись чотирьох умов:

1. щоб кандидати–конкуренти пропонували виборцям чіткі політичні альтернативи;
2. виборці повинні серйозно цікавитись політичними питаннями;
3. щоб переваги більшості з політичних питань встановлювалися за результатами голосування;
4. народні обранці повинні бути зобов'язані виконувати свої передвиборчі обіцянки [29].

Сутнісні характеристики особи (суб'єктивний фактор) відіграють важливу роль у виборчій активності, яка виступає одним із проявів соціальної активності.

На рівень виборчої активності впливають:

- світогляд виборця, його ціннісні орієнтації;
- система знань про соціально-політичні відносини у суспільстві, включаючи знання щодо суті і значення виборів взагалі, їх процедури, а також нормативних документів (законів), що їх регулюють;
- ставлення виборця до політики взагалі, виборчого процесу, рівень довіри до соціальних та політичних інститутів суспільства;
- соціально-психологічні характеристики особи, пов'язані з її активністю, цілеспрямованістю, динамікою.

Сьогодні найрозповсюдженими є три моделі пояснення активності виборців під час виборчої кампанії [30]:

1. Модель Р.Вольфінгера та С.Розенстоуна.

За нею активність участі у виборчому процесі визначається, у першу чергу, установчими диспозиціями, наявністю відповідних мотивів і психологічними особливостями особи, її попереднім політичним досвідом і політичною культурою (наявністю почуття громадського обов'язку, інтересу до політики тощо).

2. Модель І.Повела та Р.Джекмана.

Базується на тому, що: 1) голосування визначається іншими детермінантами, ніж інші форми політичної участі; 2) активність голосування значно більше залежить від інституціонального контексту, характеру політичних інститутів і “правил політичної гри”, виборчих процедур і нормативних актів зокрема, ніж від психологічних особливостей особи; 3) у різних державах набір детермінант поведінки виборця далеко неодинаковий.

3. Західно-європейська модель виборчої активності.

На відміну від США, де спостерігається досить сильний зв'язок між рівнем освіти виборця, його статтю, віком і політичним інтересом, в країнах Західної Європи такі характеристики яскраво не проявляються і не вважаються суттєвими. Американці роблять вибір на основі сімейних, професійних і групових традицій.

І.Повелл, Н.Кловерд і А.Верба пов'язують виборчу активність зі соціально-класовою структурою суспільства.

Вивчаючи зв'язок між активністю виборців та їх соціальним статусом, Г.Тінгстен стверджував, що активність виборців залежить від соціального статусу: чим вищий професійний статус, рівень економічного благополуччя, тим активніші виборці [31]. На нашу думку, це пов'язано із високим рівнем політичної свідомості і прагненням збереження свого високого статусу у суспільстві.

Г.Тінгстен сформував так званий “закон соціального центру притягання”- активність виборців певної групи зростає одночасно з відносним посиленням впливу даної групи у суспільстві.

Електоральна активність залежить і від соціальної структури виборчого округу чи виборчої дільниці. Це довели дослідники географії виборів (Г.Тінгстен, Ж.Пато та ін.), які встановили зв'язок між соціальною структурою суспільства та результатами виборів, рівнем виборчої активності громадян. На їх думку, соціальна структура є чинником, який обумовлює тип поведінки виборців. Ж.Пато підкреслює, що на поведінку виборців істотно впливають певні традиції, звичаї та інші психологічні чинники [32].

Французькі соціологи вважають, чинниками, які впливають на виборчу активність є: демографічні (стать, вік, належність до певного покоління); соціально-економічні (належність до певного соціального прошарку (страти), соціальна мобільність, економічна кон'юктура); соціально-культурні (релігійність, віросповідання) [33].

Існуючі в західній соціології теорії, що пояснюють виборчу активність, дають можливість аналізувати електоральну активність в країнах з демократичними традиціями, сформованою соціальною структурою, ефективним функціонуванням принципів та процедур демократії. В країнах, де демократія тільки утверджується, партії виникають і зникають, не оформилась партійна система і система виборів, немає партійних уподобань, які сформувались в період ранньої соціалізації і передаються з покоління в покоління, ефективність вище розглянутих теорій, на нашу думку, проблематична.

Проблемою стає творче використання окремих положень та понять в контексті специфічних суспільно-політичних характеристик країн, що знаходяться в стадії політичної трансформації.

В.Комаровський відмічає, що:

1. Неможливо глибоко пояснити поведінку виборця, ігноруючи ширший політичний контекст: особливості виборчих процедур, особливості структури та умов функціонування усєї системи політичних інститутів влади.

2. У посткомуністичних державах існує специфічна система й ієрархія чинників, що визначають виборчу активність громадян.

3. Ця система ще доволі довго змінюватиметься від виборів до виборів, бо змінюватимуться “правила виборчої гри”, змінюватиметься і виборець [34].

Відмічаючи значення і роль виборів в процесі трансформації сучасного українського суспільства М.Михальченко відмічає, що на рівень електоральної активності впливає відсутність законодавчої бази, яка передбачала б відповідальність обраних депутатів, Президента, інших посадових осіб перед виборцями в проміжку між виборами. Крім того, пересічні громадяни часто не можуть впливати на процес державотворення через відсутність необхідних навичок, знань, слабку соціальну задіяність. Апатія електорату, недостатня поінформованість про політичні процеси, нестійкість політичних поглядів і невизначеність ідеологічних позицій зумовлюють слабкість тих механізмів, які забезпечують демократизм політичних інститутів і справедливе представництво в них громадян України [35].

Можна виділити наступні фактори, які визначають електоральну активність громадян в сучасному українському суспільстві: політичні та соціально-економічні характеристики, пов'язані з трансформацією суспільства, політико-ідеологічні орієнтації, соціально-демографічні та професійні характеристики (в тому числі рівень освіти), національні та регіональні особливості, вплив засобів масової інформації та діяльність органів державної влади та управління, рівень та якість електорального досвіду. В той же час, в умовах соціально-економічної кризи, яка посилюється, апатія виборців та відчуження влади пробуджує недовіру до демократії взагалі і виборів зокрема. Це звичайно, має значний вплив на рівень електоральної активності громадян. ”Державна влада залишається нижче очікувань суспільства, а народ привчається бути в опозиції” [36].

Виборча активність простежується і аналізується на основі участі громадян в електоральному процесі на усіх його етапах.

По суті, електоральна активність виборця починається задовго до виборів і після безпосереднього голосування не закінчується. Це активний цілеспрямований

процес, пов'язаний із залученістю до процесу формування державної влади різних рівнів та контролем за прийняттям і реалізацією нею політичних рішень.

Умовно можна виділити наступні етапи:

1) Етап передвиборчої кампанії.

Виборча активність проявляється через участь у зборах по висуненню кандидатів, зборі підписів за кандидата, політичну партію чи виборчий блок, реалізацію ролі довірених осіб кандидатів, членів виборчих штабів, пропагандистів та агітаторів. Аналіз рівня виборчої активності здійснюється на основі рівня обізнаності громадян з інформацією про кандидатів, політичні партії, виборчі блоки партій; обізнаності з виборчим законодавством та проблемами його реформування; критеріїв електорального вибору, часі прийняття рішення про свого кандидата; ставлення до передвиборчої агітації та пропаганди в різних її формах та проявах і т. д.

2) Етап голосування (день виборів).

Активність виборця реалізується через участь безпосередньо в процесі волевиявлення або свідому і вмотивовану відмову від нього.

Думається, що виборчою активністю можна вважати і ті прояви, коли на першому етапі (під час передвиборчої кампанії) виборець активно діє та реалізує свої права та можливості, але під час самого голосування відмовляється від нього по різних причинах (протест проти порушень під час виборчої кампанії, відсутність “свого кандидата” і т.п.)

Можна говорити про певний прояв абсентеїзму, який, правда, не має нічого спільного з ігноруванням виборів як таких і несприйняття їх взагалі.

Участь у голосування може, крім того, поєднуватися із роллю спостерігача на виборчій дільниці, члена виборчої комісії.

На цьому етапі показниками рівня виборчої активності особи є: ставлення до порушень виборчого законодавства (оскарження чи ігнорування) та (у випадках оскарження) – усне зауваження порушникові, складання письмової скарги, індивідуальне голосування чи прагнення проголосувати за членів своєї сім'ї,

прагнення вплинути на волевиявлення інших громадян в тій чи іншій формі під час виборів.

3) Етап між виборчими кампаніями.

Активність проявляється через зацікавленість діяльністю тих осіб, яким виборець делегував свої владні повноваження. Її показниками можуть бути звернення до посадових осіб, участь у зустрічах з ними, контроль за їх діяльністю через аналіз виконання наказів виборців, робота по відкликанню депутата чи іншої посадової особи, яка не виправдала покладені надії.

Як вже відмічалось раніше, в сучасному українському суспільстві значно обмежені можливості виборців щодо контролю за обраними, за рахунок їх підтримки посадовими особами. І це не тільки вина недосконалого законодавства. Недостатній рівень розвитку засобів масової інформації, їх свободи і можливості впливу через формування громадської думки на діяльність органів державної влади та формування їх особистого складу.

Виділення етапів виборчої активності носить умовний характер тому, що в сучасній Україні вибори набувають перманентного характеру, що проявляється в різночасових періодах виборів різних рівнів, органів державної влади, довиборів чи перевиборів. Сильний вплив також має постійна загроза дострокових виборів Верховної Ради, яка загострюється періодично в залежності від погіршення відносин між законодавчою і виконавчою владою. В загальному період між виборами можна розглядати як стан суспільства, яке аналізує вибори, що пройшли і готується до тих, які повинні наступити.

Політична апатія виборців на фоні погіршення соціально-економічного становища сучасного українського суспільства привела до посилення тиску на виборців з метою підвищення їх активності як з боку засобів масової інформації, так і органів державного управління. Вибори Президента України восени 1999 року і референдум 16 квітня 2000 року показали, що такі засоби значною мірою впливають на рівень виборчої активності та її результати. Ідеологічна та психологічна обробка з боку монополізованих засобів масової інформації, використання нових виборчих

технологій, в тому числі не дуже "чистих", яка підкріплюється адміністративним тиском з боку державних органів, а також адміністрації підприємств та установ дає можливість забезпечити потрібний і кількісний, і якісний результат в процесі здійснення виборів.

Можна згодитись із думкою О.Я.Сергєєвої про те, що є різні типи прийняття рішення щодо залученості у виборчий процес: свідоме, напівсвідоме і безсвідоме [37].

"Свідоме" рішення формується завдяки формі політичної соціалізації, яка проводиться державою та політичними лідерами, рівню інформованості виборця, характеру та інтенсивності пропагандистського впливу засобів масової комунікації, приналежності виборця до певної соціально-професійної групи, а також його статі, віку, релігійності, національності, місця проживання, характеру політичної культури у місці проживання виборця.

До чинників, що характеризують реалізацію особою "напівсвідомого" вибору (чи прийняття нею стереотипного рішення) О.Я.Сергєєва відносить: несвідоме прагнення виборця в силу його особистісно-психологічних особливостей діяти за загальноприйнятими нормами і підтримувати рішення, прийняті у його статусній групі чи родинному колі; підвищена конформність і маргінальність виборців, їх бажання уникнути персональної відповідальності, стійкий вплив стереотипів у окремих соціальних групах і на замкнених територіях; вплив забобонів чи страхів; вплив релігійних і національних традицій та норм.

Безсвідомий електоральний вибір (виражається у вигляді прийняття людиною несподіваного і напередбачуваного для оточуючих рішення, моделей виборчої поведінки) за О.Я.Сергєєвою формується за рахунок внутрішньої особистісної психологічної типології людини, яка обумовлює будь-який зроблений нею електоральний вибір, що є одним із видів реакції на вплив зовнішнього середовища.

Таким чином, виборчу активність можна розглядати як рівень включеності особи у систему суспільних відносин, що виникають в результаті делегування владних повноважень в сфері прийняття та реалізації політичних рішень, що

формується під впливом цілого комплексу суб'єктивних та об'єктивних факторів та характеристик.

Суб'єктивні – визначають внутрішню суть виборця і формуються за рахунок соціально-демографічних характеристик (стать, вік, рід занять, національність, релігійність, освіта, матеріальний та сімейний стан), рівня політичної культури та політичної свідомості, соціально-психологічних особливостей, пов'язаних із досвідом, характером, темпераментом.

Об'єктивні фактори – це виборчі закони та процедури, які діють у державі, рівень соціально-економічного розвитку, рівень демократії і взагалі виборчого процесу зокрема, інтенсивність впливу засобів масової інформації, їх рівень заангажованості та об'єктивності , домінуюча політична культура суспільства чи соціальної спільноти, регіональні чи етнічні особливості території проживання та ін.

В процесі активної електоральної діяльності, що передбачає свідому, цілеспрямовану залученість до виборчого процесу, виборець реалізує свої потреби та інтереси пов'язані з прагненням:

- втілити свої політичні та ідеологічні переконання;
- прийняти участь в управлінні державою через делегування своїх власних повноважень;
- проявити свою залученість до суспільних відносин та зв'язків;
- виявити своє відношення до політичних процесів і явищ та прийняття і реалізації політичних рішень;
- підкреслити свою етнічну, релігійну чи соціальну самоідентифікацію.

1.3. Проблеми класифікації і рівня електоральної поведінки студентської молоді.

Одним із напрямків досліджень соціології виборів є вивчення електоральних орієнтацій та поведінки окремих масових, соціальних, демографічних та етнічних груп. Виділення окремих груп та аналіз характеру їх виборчої поведінки та факторів, що на неї впливають, дають можливість:

- а) конкретизувати і персоніфікувати виборців на основі якихось певних характеристик (соціальних, демографічних, релігійних, етнічних);
- б) виявити особливості їх виборчої поведінки;
- в) здійснювати вплив, орієнтований на конкретну групу чи спільноту з метою залучення до виборчої діяльності, підвищення її активності і прогнозування її спрямованості.

Це потрібно, як вказує В.Комаровський, не для можливості маніпулювати поведінкою громадян, а з метою допомогти їм краще зорієнтуватись у перебігу виборчої кампанії, зробити компетентний вибір, проголосувати за кандидата чи партію, які найточніше відповідали б їх уявленням про призначення та завдання представницьких органів влади [38].

На основі яких би критеріїв не відбувалося виділення окремих груп виборців, важливе значення відіграє її рівень освіти.

Як відмічає Ентоні Гіденс, розвиток освіти завжди був пов'язаний з ідеалом масової демократії. Всестороння освіченість має допомогти зменшити відмінності в рівнях добробуту і влади і забезпечити молодим людям знання, що допоможуть їм посісти гідне місце у суспільстві [39].

Саме інститут освіти в значній мірі забезпечує соціалізацію особистості, адаптацію молоді до соціальних відносин, суспільного життя, залучення до соціально-культурних цінностей, формування установок, ціннісних орієнтацій, життєвих ідеалів.

Особливу роль виховної функції освіти в період переходу від тоталітаризму до демократії відмічає Дворецька Г.В. Саме освіта, забезпечуючи процес гармонізації

та вдосконалення людських якостей, має сформувати новий тип особистості, нового громадянина, який не був би обтяжений комуністичною ідеологією і став би активним учасником соціально-економічних і політичних перетворень. Освіта має стимулювати саморефлексію – глибоке усвідомлення людиною своєї суті та особистих потенцій [40].

В контексті вивчення та аналізу особливостей виборчої поведінки, особливої актуальності (через досягнення віку виборця) набуває дослідження ролі вищої освіти і самого процесу її здобуття у електоральній активності громадян.

В сучасній українській соціології спостерігається все частіше звернення до молодіжної проблематики. Це, як відмічав Карл Маннгейм, характерне власне для “динамічних” суспільств, на відміну від “статичних”, де спираються основним чином на досвід старших поколінь [41].

Саме через вивчення молодіжного середовища, в першу чергу студентського, можна виявити динаміку суспільства і потенціал його майбутнього розвитку.

В цьому плані важливою проблемою бачиться вивчення особливостей політичної активності, мотивів та симпатій українського студентства. Звичайно, такі загальні тенденції розвитку сучасного українського суспільства, як відчуження державної влади від громадян, недовіра до влади і окремих політичних інститутів, зниження політичної активності громадян в цілому не могли не вплинути на студентство. В той же час, вивчення сучасних політичних процесів дозволяє говорити про особливу і відносно стійку поведінку студентської молоді в політичній діяльності взагалі і виборах зокрема.

Безумовно, як український так і зарубіжний історичний досвід, багатий численними фактами високої політичної активності молоді, особливо на переломних етапах розвитку суспільства. В періоди трансформації суспільства, як утвердження інформаційного суспільства на Заході чи національно-демократичний рух в країнах Східної Європи, саме студентство виступає соціально-демографічною спільнотою, що найбільш гостро і радикально реалізує ті чи інші прагнення. Це пов'язано і з

особливостями молодіжної свідомості, якій притаманні різкість, радикалізм, нестійкість, так і з процесом політичної соціалізації молоді, тобто засвоєння цінностей та норм, ідеологічних орієнтацій і певних ролей в системі політичних відносин.

В той же час, відмічаючи, що рівень вищої освіти є важливим фактором, який визначає перспективи розвитку суспільства в майбутньому, багато вчених визнають, що саме освіта має домінуючий вплив на політичну активність та переконання індивіда. Американський соціолог Н.Смелзер, відзначаючи домінуючий вплив сім'ї і церкви на формування політичних поглядів особистості, вважає, що їм рідко вдається протистояти впливу підвищення рівня освіти [42].

Отже, саме процес здобуття вищої освіти виступає визначальним фактором, що впливає на політичну активність індивіда.

Звичайно, на політичну поведінку студентства, в певній мірі, впливає його компактне існування в межах певного навчального закладу, наявність певних органів самоврядування (наприклад, тих же студентських профкомів), спільних заходів, пов'язаних як і з навчанням так і з культурою, спортивною та іншими видами діяльності.

В сучасний період розвитку українського суспільства, пов'язаний з його трансформацією, спостерігаються спроби, направлені на підвищення політичної, в тому числі і виборчої активності студентської молоді. З однієї сторони вони здійснюються органами державної влади з метою заручитись підтримкою молоді, протиставляючи їй традиційно електорально активним людям пенсійного віку, серед яких переважають ліві (соціалістичні і комуністичні орієнтації). В тому числі студентська молодь розглядається як соціально-демографічна група, яка має високий потенціал, використати який можна в період виборчої кампанії для збору підписів за партію, блок чи кандидата, розповсюдження агітаційних матеріалів і т.п. Свідченням зацікавленості владних структур студентською молоддю є створення молодіжного уряду, молодіжного парламенту, молодіжних адміністрацій і т.д.

Особливо яскравим проявом були студентські вибори Президента України, які відбулися 28.09.1999р - напередодні всенародних виборів [43].

Створення так званих “фіктивних” владних структур молоді має на меті залучити на свою сторону молодіжний електорат , переконати його у власній значущості і здатності вирішувати якісь певні проблеми. Хоча в загальному соціально-економічна криза в суспільстві взагалі і в середовищі студентської молоді зокрема, в першу чергу, пов’язана з кризою самої влади, її самодостатністю і неможливістю вирішувати загальносуспільні проблеми.

З іншої сторони, самі партії та суспільно-політичні рухи прагнуть реалізувати постулат, сформульований ще Л.Троцьким: “Молодь – барометр партії”, активно діють з метою залучення молоді на свою сторону, формуючи молодіжні секції, групи, об’єднання, що повинно забезпечити підтримку з боку молодіжного електорату.

З метою аналізу виборчої поведінки студентської молоді важливе значення має класифікація її типів.

Суть типології зводиться , як зазначає Ю.Єршов, до “об’єднання окремих предметів, процесів, явищ згідно з певними їх ознаками, рисами у загальний клас, множину, тип цих предметів і процесів [44]. Тип виражає взаємозв’язок певної кількості істотних ознак, рис, по відношенню до яких, усі інші ознаки розглядаються як неістотні.

Типологізація електоральної поведінки студентської молоді дає можливість виділити специфічне та ідентичне, встановити закономірності поведінки і коливання рівня активності.

О.Князева виділяє п’ять основних типів поведінки виборців: активні виборці, що приймають участь у виборах; пасивні, але ті, що приймають участь у виборах; суперечливі (невизначені); пасивні виборці, що не приймають участі у виборах; активні виборці, що не приймають участі у виборах[45].

Такі типи базуються на визначенні ціннісно-раціональної дії виборців.

В.Князева формує типи на основі поведінки виборців саме в день виборів, як наслідок діяльності в процесі всієї виборчої кампанії. В той же час, тут не враховується поведінка електорату в період між виборами і не визначаються політичні мотивації, що впливають на електоральний вибір.

Типологізацію виборців на основі їх політичної мотивації дає Г.Алмонд (46). Виділяються такі види мотивації: а) повністю безсвідома, стихійна участь у політиці; б) участь півсвідома, яка базується на розумінні суті ролей при безумовному підкоренні їм визначально заданого, безсумнівного; в) повністю свідома участь, суть якої проявляється в утвердженні своїх усвідомлених інтересів і цінностей. На основі цих мотивацій виникають наступні типи виборців:

- паразитальний тип – обмежене або повністю відсутнє усвідомлення політичної системи як чіткого утворення, вимоги вимоги вирішення локальних проблем;

- підданський тип – є розуміння системи управління, але немає конкретних знань про те, як вони можуть впливати на політичну систему. Вимагає посилення адміністративної, виконавчої вертикалі влади;

- партіципантильний тип – розвиває цілий ряд спеціальних відносин із партіями, рухами, групами інтересів і ролями, які він може грати в цих структурах, виступає за контроль над державними інститутами з боку громадянського суспільства.

Така типологізація дає можливість визначати особливості електоральної поведінки та її характер, враховуючи політичну мотивацію. Але, на нашу думку, вона притаманна сформованим і стійким демократичним системам, а тому не відповідає перехідним, трансформативним системам, не пояснює прояви абсентеїзму в середовищі виборців.

Електорат сучасного українського суспільства типологізують на “комуністичний”, “ринковий”, “державницький” [47].

Такий підхід також може мати місце, так як він базується на політичних орієнтаціях виборців.

Комуністичний базується на основі лівих (комуністичних та соціалістичних) орієнтацій, пов’язаних з популістськими лозунгами загальної рівності, подолання

соціальної та майнової диференціації, відновлення командно-адміністративної системи в економіці та інтеграції з колишніми республіками Радянського Союзу, в першу чергу з Росією. Такі соціально-політичні орієнтації не характерні для студентства і даний тип не є поширеним. Дослідження, проведені дисертантом, показали, що в Львівській та Івано-Франківській областях тільки близько 4% респондентів в студентському середовищі підтримують ці ідеї і можуть бути класифіковані як “комуністичний” електорат.

“Ринковий” електорат – орієнтується на ідеологію, пов’язану із формуванням ринкової економіки і впровадження ринкових механізмів. В основі зовнішньоекономічних і політичних відносин лежить економічний прагматизм – прагнення взаємовигідних і економічноефективних відносин. Як правило, основна увага приділяється особистим досягненням кандидата, їх професіоналізму і досвіду господарського керівництва.

“Державницький” електорат – пріоритетом визначається зміцнення української держави та її розвиток. Тут переважає статистський тип політичної свідомості, що визнає основною цінністю державу та її благополуччя. При аналізі особистих якостей кандидата основна увага приділяється конкретним справам кандидата в боротьбі за утвердження української державності.

Така типологізація дає можливість визначити політичну мотивацію виборчої поведінки, але не характеризує рівень активності електорату на всіх етапах виборчої кампанії. Причому, значна частина виборців себе не ідентифікує з певним напрямком, що затруднює можливість прогнозування їх поведінки. Амбівалентність сучасної масової свідомості дозволяє поєднувати комуністичні ідеї рівності, соціальної захищеності із визнанням необхідності побудови ринкової економіки.

Російський політолог М.Афанасьєв, виходячи з даних електоральної статистики, виділяє такі типи виборців, які характерні для пострадянських держав;

- “патріархальний” тип. Збережена повага до керівників, традиційна система зв’язків і підпорядкування забезпечують високий мобілізаційний потенціал правлячої еліти. Висока явка на вибори, невичлененість власних політичних

орієнтацій; виборці обирають своїх патронів, а з політичних питань голосують так, як радять їх керівники;

- “радянський” тип . Він є прямим продовженням соціальної практики. Домінує там, де відносини між керівниками і підлеглими, як правило, тісні і безпосередні, “олюднені” зв’язками особистої залежності та покровительства, а обмін, що лежить в основі виборів, носить більш конкретний характер;

- “пострадянський” тип. Його змістом є негативізм, абсентеїзм, недовіра офіційним інститутам, атомізація, відсутність стійких, загальноприйнятих форм соціальної консолідації;

- “партійний” тип. Характеризується наявністю у виборців стійких ідейно-політичних орієнтацій, які мотивують електоральне самовизначення та участь [48].

Проблема типологізації електоральної поведінки студентства, пов’язана із особливостями цієї соціально-демографічної групи в сфері політичних відносин. Це відсутність ностальгії за комуністичним минулим, низький рівень підтримки лівої ідеології, малий електоральний досвід в зв’язку з віком, висока оцінка свого соціального становища у порівнянні з іншими соціальними групами, домінування оптимістичних прагнень та очікувань.

Студентський електорат в своїй поведінці також відображає особливості економічних, соціальних і політичних умов України.

В цілому сучасна політична участь в Україні, як відмічає В.Козак, є спонтанно стихійна, має суперечливі механізми політичного впливу і протиріччя інтересів великих і малих соціальних груп; домінування партій, загальних ідей над партіями масових інтересів, неадекватність їх своїй соціальній базі [49].

Політичний плюралізм – це поки що більшою мірою, плюралізм заперечення чужих поглядів і позицій замість утвердження своїх власних.

Особливості сучасної політичної ситуації на Україні, пов’язані із трансформацією суспільства з тоталітарного в демократичне, звичайно впливають на електоральну поведінку студентської молоді. В сучасних умовах не можна недооцінювати роль і значення цієї соціально-демографічної групи. В кінцевому

результаті, рівень вищої освіти визначає рівень розвитку суспільства в майбутньому. Саме система вищої освіти в розвинутих країнах під прапором безпристрастя і незалежності в дійсності функціонує як фактор збереження і відновлення діючої соціальної і політичної системи.

Незважаючи на неоднорідність студентської молоді в соціальному, економічному та політичному плані, все-таки можна виділити певні закономірності, які визначають особливості її електоральної поведінки:

- для всієї студентської молоді характерний процес соціалізації, пов'язаний з реалізацією своїх потреб, можливостей і здібностей, одержанням соціального статусу і системи соціальних ролей через здобуття вищої освіти.

Видатний американський соціолог Т.Парсонс відмічав, що прихід кожного нового покоління можна порівняти з навалою варварів, і тільки процес соціалізації може забезпечити засвоєння ними норм співжиття [50];

- в політичному самовизначенні студентської молоді, пов'язаному з формуванням політичних поглядів, переконань, ідеалів, інтересів та симпатій, переважають традиційні канали інформації, такі як: батьки, релігійні наставники чи місцева еліта, але їм рідко вдається протистояти тому впливу, який має підвищення рівня освіти. Сім'я не завжди є однаково значущим фактором соціалізації. Саме в період тоталітарного суспільства послідовно здійснювалась політика щодо ослаблення впливу всіх неофіційних інститутів, в тому числі сім'ї, на соціалізацію молоді. Але все-таки сім'я відіграє основну роль у формуванні моральних норм та цінностей, релігійної свідомості молодої людини. Сім'я виховує здатність сприймати те, що пізніше молодій людині скажуть засоби масової інформації чи в навчальному закладі. Соціалізація впливає на електоральну поведінку студентської молоді в зв'язку з нестійкими і до кінця несформованими переконаннями;

- особливості молодіжної свідомості пов'язані з категоричністю, радикалізмом, здатністю на крайні вчинки від повного ігнорування виборчого процесу до високої електоральної активності на грані екстремістських поглядів і дій. Невипадково саме

в середовищі студентської молоді знаходять свою електоральну підтримку рухи і партії крайнє правого і крайнє лівого толку;

- переважає відсутність власного електорального досвіду взагалі або його обмеженість, що викликано нетривалим перебуванням на студентській лаві;

- відкритість суспільства і посилення культурних, освітніх, економічних контактів з ровесниками в більш розвинутих і демократичних країнах, глобалізація інформаційних та комунікаційних систем посилює демократичні орієнтації студентства, їх вибір на користь інтеграції в світову цивілізацію, що не може не сприяти підвищенню активності щодо перетворення своєї країни. Хоча негативними проявами цього є прагнення значної частини студентської молоді продовжити свою життєдіяльність за кордоном.

Проведені дослідження дають підстави говорити про відносно високу електоральну активність студентської молоді у порівнянні з молоддю взагалі і українським електоратом в цілому. В жовтні 1999 року 78% опитаних студентів заявили, що будуть брати участь у виборах Президента і 15%, що будуть, якщо побачать гідного кандидата, а по даних опитування, проведеного Центром “Соціальний моніторинг” з 3 по 13 вересня в західному регіоні виявлено, що будуть брати участь у виборах 61% молоді і 18% скоріше всього братимуть [51].

Виділення окремих типів виборців дає можливість пояснити особливості їх поведінки в процесі виборів.

Дослідження, проведені дисертантом в процесі вивчення електоральної поведінки студентської молоді, дають можливість виділити наступні її типи:

1) свідома і цілеспрямована поведінка, яка носить активістський характер і проявляється протягом всієї виборчої кампанії. Притаманна тим, хто чітко усвідомлює свої політико-ідеологічні орієнтації, вважає себе достатньо обізнаними щодо виборчого законодавства, здійснює активне сприйняття і передачу політичної інформації. Такий тип поведінки реалізується через участь у зборі підписів на підтримку партії, партійного блоку чи окремого кандидата, розповсюдження агітаційних матеріалів, участь у групі підтримки того чи іншого кандидата,

присутність у якості спостерігача на виборчій дільниці. Такий тип виборчої поведінки, згідно досліджень, притаманний близько 10% респондентам. Хоч тільки 2% говорять про те, що вони систематично приймають участь в роботі громадсько-політичних організацій. Такий тип поведінки формується на основі різноманітних факторів, серед яких: прагнення реалізувати себе, як особистість в сфері політики, підтримка існуючої політичної системи чи навпаки, активне несприйняття і протест проти неї, підтримка певного політико-ідеологічного напрямку чи конкретної особистості кандидата, навіть матеріальна зацікавленість, пов'язана з прагненням одержати винагороду за таку активність. Досвід останніх виборів показує, що фінансові ресурси та їх розміри все більш важливу роль відіграють в здійсненні виборчої кампанії. Тому, в певній мірі, частина студентів (дослідження показують $\approx 5\%$ респондентів) бачать у виборчій діяльності можливість одержати матеріальні доходи.

2) свідомо-пасивний тип виборчої поведінки. Він проявляється лише через участь в самому процесі голосування. Така поведінка формується під впливом засобів масової інформації, навколишнього оточення, адміністрації вузів і впливу громадської думки

Студентський електорат, що відноситься до цього типу, усвідомлює саму значимість інституту виборів, але проявляє мінімальну активність і обмежується виконанням своїх громадянських обов'язків, голосуванні і пасивному (інформаційному) вираженні думки, наприклад, через відповіді на запитання соціологічного опитування. Саме це студентство може використовуватись для реалізації так званої мобілізованої політичної участі через адміністративний тиск з боку керівництва вузів, залучення до голосування через різноманітні розважальні шоу та обіцянки. Цей тип електоральної поведінки характерний для більш як половини опитаних;

3) поведінка, заснована на несприйнятті виборів взагалі і відмові від участі в них. Це можна розглядати як прояв абсентеїзму в студентському середовищі. Свідома відмова від участі в голосуванні може базуватись на різноманітних

мотивах: несприйняття політики взагалі, як “брудної справи”, відмова від участі у виборах на основі релігійних переконань (під час дослідження такий мотив висунули єговісти) , відношення до виборів як простої, незначної формальності, яка нічого не вирішує і результат якої передвизначений. У відповідях 7% респондентів чітко прослідковується відмова від участі у виборах взагалі.

На основі теорії соціальних відхилень Р.Мертон в структурі цього типу поведінки можна виділити нонконформістську і абберантну поведінку [52].

Нонконформістська поведінка (принципове відхилення) проявляється тоді, коли виборець публічно заявляє про відмову голосувати (наприклад, через релігійні чи політичні погляди), розглядає інститут виборів, як незаконний, а свої дії як законні, прагне змінити існуючу процедуру виборів.

Абберантна дія (цілевідповідне відхилення) не передбачає здійснення публічної відмови від участі у голосуванні, інститут виборів розглядається, як законний, а своя дія, як вияв протесту.

Така типологізація поведінки студентського електорату, на нашу думку, дає можливість виявити основні мотиви участі у виборах і рівень залученості до електоральних акцій як на протязі всієї виборчої кампанії, так і в період між виборами.



Рис.1.5. Типологізація виборців

Водночас можна типологізувати поведінку студентської молоді на основі:

- а) ставлення до інституту виборів взагалі;
- б) мотивів, які спричиняють до участі в них.

Щодо ставлення до інституту виборів, електоральна поведінка може бути пов'язана:

- з реалізацією свого виборчого права;
- з надією на краще змінити життя в державі;
- з сприйняттям виборів, як простої формальності, яка нічого не вирішує.

Мотивація участі у виборах може бути пов'язана з:

- прагненням реалізувати свої політичні переконання;
- бажанням підтримати конкретну людину-кандидата в силу її людських і ділових якостей;
- прагненням перешкодити недостойному, на власний погляд, кандидату;
- бажанням одержати матеріальну вигоду;
- бажанням змінити існуючу владу.

В той же час, різні типи електоральної поведінки пов'язані із різною інтенсивністю соціальної діяльності, різним рівнем витрат сил, здібностей та вільного часу людини.

Тому, на нашу думку, необхідно виділити рівні електоральної поведінки, які базуються на визначенні рівня активності особистості, інтенсивності витрат емоційних, інтелектуальних, фізичних сил та матеріальних засобів в процесі виборів та між ними.

Електоральну поведінку можна прослідкувати на трьох рівнях:

1. Це власне поведінка виборця як пасивного учасника виборчого процесу, який реалізує своє право обирати, надане йому законом, або відмовляється від нього. Це поведінка із найнижчим рівнем інтенсивності, вона реалізується лише в сам момент виборів і носить епізодичний характер

2. Це діяльність виборця, який прагне відіграти активну роль у виборчому процесі і політиці взагалі, не обмежуючись лише особистим голосуванням. Така електоральна активність проявляється в спробі впливати на поведінку інших виборців через передвиборчу агітацію, пропаганду; збір підписів на підтримку партії, політичного блоку або окремого кандидата, розповсюдження агітаційного матеріалу, спостереження за об'єктивністю проведення процедури виборів.

Така поведінка вимагає певної інтенсивності, витрат особистого часу. Особливо активна в період виборчої кампанії.

3. Це діяльність виборця, який здійснює безпосередній вплив на виборчий процес через роботу в виборчому штабі кандидата, організацію електоральних акцій таких як зустрічі з кандидатами, мітинги на підтримку чи з метою осуду того чи іншого політика чи політичної сили. Така діяльність пов'язана з високим рівнем інтенсивності, вона охоплює не тільки сам виборчий процес, але період між виборами через контроль за діяльністю обраних органів влади і вплив на них.

Цей, найвищий, рівень електоральної поведінки притаманний, як правило, тому студентству, яке приймає участь у діяльності політичних партій та громадсько-політичних організаціях. Їх політична участь не обмежується тільки виборами. Саме за рахунок цієї групи, в перспективі, формуються і професійні політики.

В останні роки появляються численні приклади залученості студентства до активної організаційно-політичної діяльності із наступним обранням його представників у представницькі органи державної влади (як правило, в місцеві).

Електоральна поведінка регулюється позиціями, настановами і цінностями. Позиції, як відносно поверхове осмислення, являють собою судження і оцінки по нагальних питаннях, які мають інтерес для людини. Настанови – це стійкі переваги, відносно тривалі в часі. Цінності – це основоположні установки по відношенню до суспільного порядку в цілому. Можна згодитись з теорією Т.Парсонса, що настанови не стільки мінливі і різноманітні як позиції, і не так стабільні і обмежені, як набір цінностей [53]. Крім того, існує тісний взаємозв'язок між позиціями, настановами і цінностями: позиції базуються на подібній настанові, а вона, в свою чергу, на відповідній цінності. В той же час, на політичну поведінку, в тому числі електоральну, впливає характер і темперамент людини. Так, наприклад, екстраверти в цілому більш політично активні, ніж інтраверти, холерики- ніж флегматики.

На основі поєднання цих і багатьох інших елементів виникає відносно стійка електоральна поведінка і розподіляються електоральні орієнтації окремих соціальних груп.

Значний вплив на виборчу поведінку має передвиборна агітація та пропаганда. Передвиборна пропаганда – це систематизований, цілеспрямований вплив, який здійснює партія або група підтримки кандидатів на виборну посаду з метою поширити серед населення певну партійну ідеологію, переконати виборців віддати свої голоси за конкретну партію чи кандидата. Передвиборна агітація – це повідомлення виборцям політичних і особистих характеристик кандидата, намагання домогтися, щоб його образ був якомога привабливіший для громадян, висвітлення достоїнств його виборчої платформи – сукупності завдань, які він має намір розв’язати, принципів та ідей, виходячи з яких він здійснюватиме свою діяльність, інформування про позиції у конкретних питаннях суспільного життя про конкретні заходи, з допомогою яких вона намагається розв’язати проблеми.

Виділення певних категорій виборців і класифікація особливих типів поведінки є важливою проблемою сучасних політичних досліджень. Актуальним бачиться аналіз електоральної поведінки та електоральних симпатій студентської молоді, тому що саме в її середовищі найбільш суттєво проявляються особливості та пріоритети майбутнього покоління, яке буде визначати напрямок трансформації сучасного українського суспільства. Мета досліджень полягає у вивченні цієї групи електорату, з метою розробити рекомендації щодо підвищення їх виборчої активності, підвищення студентства до рівня свідомих і активних учасників виборчого процесу, допомогти їм зорієнтуватись у трансформаційній динаміці політичного розвитку і зробити компетентний вибір.

Аналіз розглянутих у I розділі дисертації проблем дозволяє зробити наступні висновки.

Формування і розвиток демократії, трансформація політичної системи в Україні безпосередньо пов’язане з політичною участю громадян в політичних процесах.

Під політичною участю розуміється система форм, методів і засобів впливу на політичні інститути влади з боку суб’єктів політичних відносин з метою досягнення власних цілей.

Однією із найважливіших форм політичної участі виступає електоральна поведінка. Саме ідея виборності покликана забезпечити реалізацію народного суверенітету і представництва всіх зацікавлених соціальних груп в системі влади. Роль виразника народного суверенітету відводиться електорату, тобто виборцям. Вибори, по суті справи, є одним із провідних інститутів легітимізації існуючої політичної системи і політичного режиму.

Вибори є конкретною і найбільш поширеною формою залученості громадян до політики. Головне у виборах – це делегування своїх владних повноважень, що притаманне представницькій демократії.

Електоральна активність є формою соціальної активності, яка характеризує реакцію особи на виборчу кампанію, залученість у електоральні акції, політичну поведінку громадян із приводу делегування владних повноважень. Активність проявляється через свідомий, цілеспрямований вибір, притаманний політично дієздатній особистості, яка може оцінювати політичну ситуацію і приймати власні рішення.

Виборча активність формується на основі суб'єктивних факторів, які відображають внутрішній світ особистості, її свідомість, культуру, інтереси, мотиви, характер і т. д., і об'єктивні фактори, які відображають систему соціальних зв'язків та відносин, соціальних інститутів та організацій, соціальних цінностей та норм, в системі яких проходить життєдіяльність особистості.

Виборча поведінка в сучасному українському суспільстві пов'язана із трансформацією політичної системи останнього.

Це приводить до формування особливої ієрархії цінностей виборця, підвищує його роль щодо визначення напрямків та рівня динаміки перетворень, що відбуваються.

Особливості трансформації суспільства найбільш гостро проявляються через призму аналізу електоральної поведінки та електоральних симпатій студентської молоді, як покоління, що визначатиме майбутнє суспільства, потенційні можливості його розвитку. Саме тому в розвинутих країнах велика увага приділяється

підготовці студентської молоді до участі у виборчому процесі. Важлива роль відводиться системі вищої освіти, а також різноманітним механізмам - від офіційних національних свят до міроприємств патріотичних і політичних організацій. Вони не тільки посилюють політичний інтерес, але і здійснюють значний вплив на установки громадян щодо політичного процесу.

Процес виборів є фактором , що сприяє політичній соціалізації молоді людини.

Типологія виборчої поведінки студентської молоді потребує особливих підходів, пов'язаних із врахуванням специфіки цієї соціально-демографічної групи.

Проведені дослідження дають підставу виділити такі основні типи поведінки студентської молоді у виборах:

- свідомо-активна;
- свідомо-пасивна;
- поведінка, пов'язана з відмовою від участі у виборах (абсентеїзм).

Вивчення особливостей електоральної поведінки студентської молоді має на меті виділити фактори, що сприяють її активності, встановити певну динаміку її здійснення з метою сприяння посиленню політичної залученості студентської молоді, здійсненню нею компетентного та свідомого вибору.

РОЗДІЛ II

Вплив соціально-економічних, соціально- політичних та соціально-демографічних факторів на електоральну поведінку студентської молоді.

2.1. Особливості електоральної поведінки студентської молоді в залежності від її соціально- економічного становища.

Глибокий аналіз електоральної поведінки громадян, в тому числі і студентства, неможливий без виділення і дослідження основних факторів, які її визначають. Абстрагуючись від поділу факторів на об'єктивні та суб'єктивні, їх можна систематизувати, об'єднавши в 3 великі групи : соціально- економічні , соціально-політичні , соціально- демографічні.

Соціально-економічними чинниками, які визначають електоральну поведінку, є:

- реальна економічна ситуація в країні, регіоні;
- рівень життя населення, окремих соціальних груп, економічні можливості;
- особливості економічної свідомості (економічні інтереси, орієнтації, сприйняття власного економічного становища та економ. стану країни).

На основі усвідомлення власного економічного становища формуються економічні інтереси. Під економічними інтересами розуміють інтереси, пов'язані зі способом отримання та реалізації доходів суб'єкта економічної діяльності [1]. Саме через усвідомлення економічного інтересу простежується взаємодія між політикою і економікою. Усвідомлені економічні інтереси певних соціальних груп потребують політико-правової підтримки з боку держави, на ґрунті чого формуються відповідні політичні інтереси.

На основі економічних інтересів формуються економічні орієнтації. Економічні орієнтації – це система пріоритетів індивіда у сфері економіки, відповідно до яких особа обирає певний спосіб дій.

В соціології існують погляди, які в основу політичної діяльності і зокрема електоральної поведінки, кладуть економічні виміри. Саме економічне, матеріальне,

домінує в марксистському розумінні політичної діяльності. Основні сподівання на майбутню революцію Маркс пов'язував з відносним і абсолютним зубожінням пролетаріату, вказуючи що “пролетарій – мета якого, як і будь-якої людини, полягає в тому, щоб задовільнити свої потреби, але який не зможе задовільнити навіть ті, спільні з іншими людьми, потреби, - цей пролетарій, уже в силу цього, має дійсну (реальну) задачу – революціонізувати існуючі відносини”[2]. Таким чином погіршення економічного становища приводить до підвищення рівня політичної діяльності шляхом революціонізації. Такий підхід часто не спрацьовував, що давало основу для критики економічного підходу Маркса. Макс Вебер, відзначаючи роль та значення економічного інтересу, вважав, що за спробами спекуляції на економічних проблемах, як правило стоїть владний інтерес [3].

Не відкидаючи економічного фактору, все-таки не можна його абсолютизувати як домінуючий і визначальний, а розглядати в інтегрованій єдності з цілим комплексом інших, в тому числі соціально-демографічних і соціально-політичних. Все ж таки необхідно відмітити, що в пострадянських країнах в умовах трансформування політичної системи і глибокої соціально-економічної кризи економічні фактори відіграють досить впливову роль в політичній і, зокрема, в електоральній активності, а також звернення до економічних проблем є засобом боротьби за владу і залучення громадян до різних форм політичної діяльності. Більше того, навіть, як справедливо відзначає М.Черниш, всяка значима економічна протестна дія в Росії, як страйк, часто переходить в політичну площину і закінчується вимогами зміни влади, відставки президента та уряду [4].

В той же час, багато дослідників відзначають домінуючий характер економічних характеристик в молодіжному середовищі. В. Лісовський відмічає, що молодь сильно орієнтована на матеріальні цінності, що впливає на її політичну діяльність [5].

Дослідники Українського інституту соціальних досліджень показують, що під впливом багатьох факторів ціннісні орієнтації студентів змінюються від загально-

гуманістичних до меркантильних, прагматичних, пов'язаних з рівнем матеріального забезпечення [6].

Формування звичайного для західного суспільства масового типу особистості приводить до зміни в мотивації суспільної і, в тому числі, політичної діяльності. Така людина понад усе цінує своє приватне життя, інтереси і матеріальне забезпечення своєї сім'ї, якій є що втратити і тому вона обачлива і несхильна, без особливих причин, вступати в соціальні конфлікти. А причинами можуть бути лише ті, що безпосередньо торкаються її інтересів, знову ж таки, в першу чергу матеріальних [7].

Підтвердженням цього є сплески активності студентства в останні роки, які мають економічні причини (наприклад, виступи, мітинги та пікетування, що виникли внаслідок невиконання стипендії, відміни пільгового проїзду (Київ), невикористаного підвищення плати за відробки пропущених занять (Львівська Ветеринарна Академія). Стосовно впливу на електоральну поведінку, то економічні чинники не настільки визначальні. Звичайно, виборці в процесі електорального вибору прагнуть максимізувати свій добробут, вони мають уявлення про свої економічні інтереси. В той же час, важко визначити, який же конкретно кандидат чи політична партія може реалізувати цей інтерес, змінити життя на краще. Тим більше, що в значній мірі передвиборні обіцянки носять рекламний характер. На нашу думку, виборець може тільки ідентифікувати свої економічні очікування з певними положеннями передвиборних програм щодо майбутнього економічного розвитку суспільства, його пріоритетів, вирішення конкретних економічних проблем. В цьому плані важливим бачиться оцінка самого інституту виборів.

5% респондентів в березні і 2% у жовтні 1999 року відповіли, що їх активність у виборах пов'язана з прагненням одержати матеріальну вигоду.

В той же час 50% респондентів у березні 1999 року і 63% у жовтні 1999 року характеризують вибори, як подію, з якою пов'язані надії на краще, звичайно, в першу чергу з виходом з соціально-економічної кризи. Вищий процент в другому випадку пов'язаний з тим, що опитування проводилося перед виборами Президента

України, а значить пов'язані із більш високими надіями в зв'язку із значимістю посади.

Це підтверджує ідею О.Вишняка про те, що рівень виборчої активності визначається скоріше не рівнем впливу голоса виборця на результати голосування, а рівнем значимості виборів для самих виборців – чим більшими повноваженнями наділений певний орган державної влади, тим більший вплив вони можуть справити на соціально-економічне життя в цілому і конкретного виборця зокрема, тим більшою є виборча активність в демократичних країнах. Звичайно, і більші надії пов'язані з виборами [8].

Визначаючи економічні перспективи розвитку країни 70% опитаних вважають необхідним перехід до ринкової економіки (що в 2-3 рази вище , ніж в середньому по регіону) і тільки 3% вважають необхідним повернення до командно-адміністративної економіки (рис. 2.1).

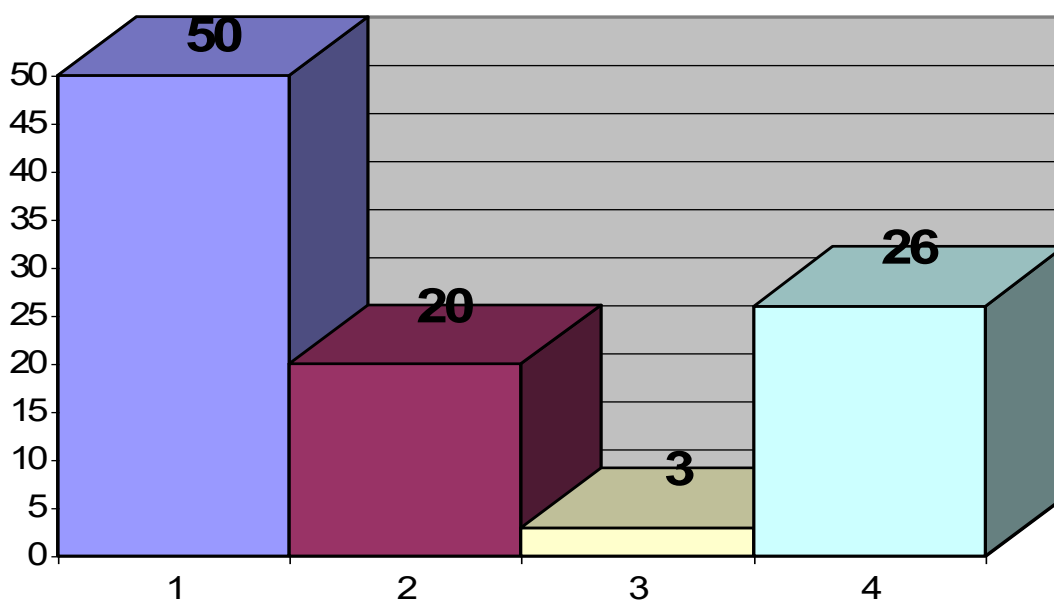


Рис. 2.1 Відповіді на запитання про ставлення до ринкової економіки у % відношені.

1. Перехід до ринку необхідний.

2. Змушені переходити до неї, але необхідно посилювати її соціальну спрямованість .

3. Потрібно повернутись до централізовано планової економіки.

4.Важко відповісти.

Причому перехід до ринкової економіки в загальній або в соціально-орієнтованій формі підтримують навіть ті студенти, що заявили про свою підтримку соціалістичних та комуністичних поглядів. Причому жоден з них не заявив про підтримку ідеї повернення до командно-адміністративної економіки. Це прояв амбівалентності особистості, що є відображенням суперечливих, а нерідко і взаємовиключних поглядів, думок, орієнтацій.

В той же час 24% респондентів не визначились у своєму ставленні до ринкової економіки. Це досить високий відсоток як для майбутніх спеціалістів, що визначатимуть характер розвитку України в ХХІ столітті.

Таке становище можна розглядати і як відображення низького рівня економічної культури і як наслідок суспільної думки, пов'язаної з розчаруванням в ринковій економіці і втомленості від неадекватних реформ (хоч більшість із них ринкові лише на словах).

Хоч в середовищі студентської молоді переважає позитивне ставлення до ринку, але можна згодитись з Т.Приходько, що в той же час є сильні орієнтації на гарантованість роботи, соціальні пільги, розв'язання багатьох індивідуальних проблем за рахунок держави [9].

Саме тому такі високі очікування у студентства щодо виборів. Це пов'язано також із соціальним оптимізмом, притаманним молоді.

Економічні інтереси, пов'язані з формуванням програми виходу із кризи, а також шляхами вирішення конкретних проблем, в тому числі економічного характеру, домінують при визначенні електоральних симпатій студентської молоді. Понад 80% респондентів (в березні 82% і в жовтні 86%) відповіли, що найбільше цікавить у кандидатах їх програма виходу із кризи і пропонований спосіб розв'язання конкретних проблем.

Поглиблення соціально-економічної кризи і посилення в зв'язку з цим психологічної і економічної залежності від батьків та відтермінування часу одержання статусу самостійної особистості можна вважати фактором, який знижує політичну активність молоді. 90% респондентів відповіли, що існують за рахунок батьків і тільки 14% - заробітку у вільний від навчання час (в процесі опитування на дане питання давали декілька відповідей).

Економічна залежність затруднює самовизначення молоді і усвідомлення себе як суспільно активної особистості, породжує психічну залежність від батьків і суспільства.

І відповідно ті респонденти, які самостійно заробляють кошти на задоволення власних потреб більш активні в політичній сфері. Їм притаманний так званий свідомо-активний тип електоральної поведінки. Є прояви взаємозв'язку економічної діяльності з виборчим процесом взагалі. В процесі опитування студенти соціологічного факультету Львівського університету повідомили, що в процесі виборчої кампанії на виборах до Верховної Ради України в березні 1998 року вони приймали участь в соціологічних дослідженнях.

Звичайно, система студентської праці в західному регіоні не набула такого поширення як в розвинутих країнах через нерозвинутість ринку, зокрема сфери послуг, високий рівень безробіття, низький платоспроможний попит населення і т.д. Можна припустити, що підвищення економічної активності студентської молоді є важливим фактором, який сприяє зростанню її соціальної, в тому числі і електоральної активності. Саме економічна активність спонукає до усвідомлення своїх інтересів і необхідності їх захисту.

Як відмічає Є.Головаха, з соціологічної точки зору нормальна, розвинута людина в своїй основі представляє єдність робочої, соціальнокультурної та політичної сил. В індустріально розвинутих країнах давно зрозуміли, що однієї тільки освіти для формування повноцінної особистості недостатньо. Високопродуктивний і творчий працівник - це, як правило, політично активний громадянин [10]. Проведені дослідження показали, що свідомо-активний тип

поведінки студентського електорату притаманний економічно активній частині студентства.

В загальному соціально-економічне становище студентської молоді, по власних оцінках, є відображенням економічної кризи в країні і глибокої соціально-економічної диференціації населення. Оцінюючи своє матеріальне становище, тільки 3% заявили, що вони ні в чому собі не відмовляють, 43% - що в загальному грошей вистачає, але зайвих немає, 43% - що грошей постійно не вистачає, 8% - що обмежують себе у всьому, навіть у харчуванні. Враховуючи високий рівень потреб, притаманний молоді, все ж можна констатувати, що кількість осіб з високим рівнем споживання в загальному відображає ті процеси майнової диференціації, які відбуваються в сучасному українському суспільстві. Відносно невисокий процент студентів з низьким рівнем споживання і значить поганим матеріальним становищем можна пояснити тим, що для найбідніших верств населення вища освіта різних рівнів в зв'язку з її платністю (в тій чи іншій формі) перестає бути доступною. Тільки невелика частина сімей з низьким рівнем доходів прагнуть дати можливість здобути вищу освіту своїм дітям. С.Макеєв говорить про те, що на Україні часто відмовляють собі у купівлі їжі 52% жителів [11].

В той же час, хоч понад половини респондентів мають низький і відносно низький рівень споживання, 60% відносять себе до середнього класу і тільки $\approx 20\%$ до класу нижче середнього і нижчого.

Відносно низький рівень матеріальних доходів і задоволення потреб не вважається основою для 30% респондентів, щоб зарахувати себе до класу нижче середнього. Це підтверджує висновки соціологів про те, що молодь оцінює свій соціальний статус вище, ніж представники інших поколінь [12] і що рівень матеріальних доходів не є домінуючим фактором для визначення свого соціального статусу в багатьох респондентів.

В той же час, саме особи, які відносять себе до нижчих соціальних груп є електоральною базою для крайнеправих або крайнелівих кандидатів. Для них найбільш привабливими виявляються лозунги, пов'язані з переділом власності і

встановлення загальної майнової рівності, прагнення вирішити свої матеріальні проблеми не за рахунок власної економічної діяльності, а за рахунок патерналістичної опіки держави, установ чи партій. Хоча в загальному дослідники відмічають зниження патерналістичних настроїв і сподівань в молодіжному середовищі, посилення індивідуалізму і ставки на власні сили, але причиною цих процесів є, в першу чергу, невіра в те, що влада зможе вирішити їхні проблеми, її неефективність.

Об'єктивні відносини, що склались в умовах трансформування політичної системи сучасного українського суспільства стимулюють посилення особистої активності та індивідуалізм студентської молоді, особливо в сфері економічних відносин.

В той же час четверта частина респондентів не визначились зі своїм ставленням до перспектив економічного розвитку країни, не зробили вибір між ринковою і командно-адміністративною економікою. Існування такої чисельної групи можна пояснити як, з однієї сторони, низьким рівнем економічної культури та інфантилізмом, з іншої – загальними процесами, що відбуваються в суспільстві і які пов'язані з розчаруванням населення в економічних так званих “ринкових” реформах, посилення втомленості від них.

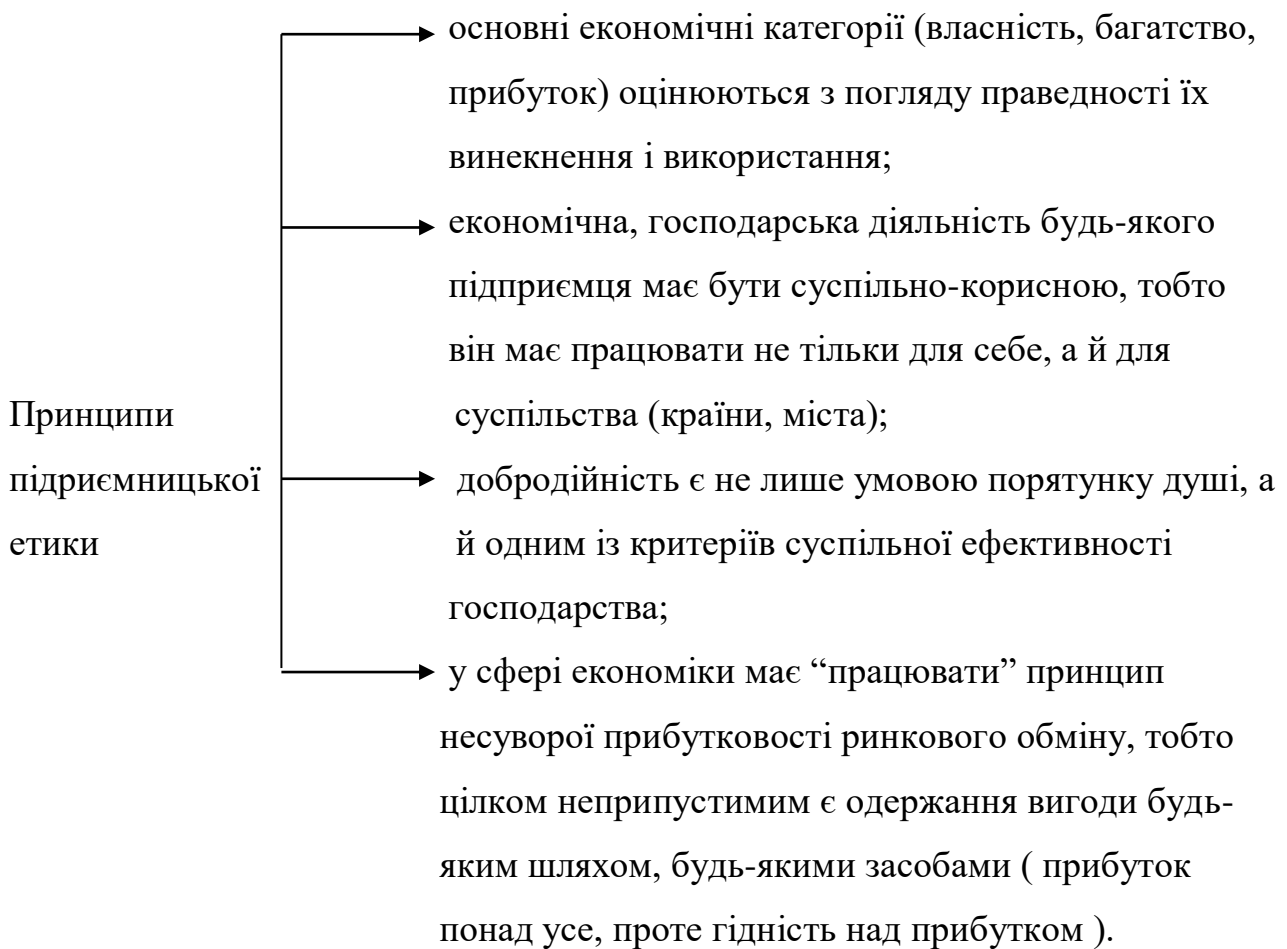
Цікаво, що ті студенти, що навчаються на платній формі більше підтримують ринкові перетворення, ніж ті, що навчаються на державній.

Платність навчання розглядається, в загальному, студентством як збільшення можливостей і розширення прав на здобуття освіти, а не як обмеження прав і недолік системи одержання освіти. Саме це є проявом конкретних ринкових відносин, що утворюються в молодіжній свідомості.

На нашу думку, платність навчання нівелює відмінності, пов'язані із соціальним становищем батьків, їх місцем в ієрархії влади. Не є таємницею, що навчання, в більшості, платне в тій чи іншій формі. Але плата може здійснюватися як за рахунок реальних грошових коштів, так і за рахунок високого посадового становища, родинних зв'язків в структурах державної влади та управління.

В умовах системи освіти епохи Радянського Союзу ніякі грошові ресурси не давали можливості здобути освіту в певних елітарних навчальних закладах. В сучасний період існування платної системи освіти частиною населення розглядається як можливість соціального пресування, забезпечення підвищення свого соціального статусу в майбутньому.

Аналізуючи соціально-економічні фактори, які впливають на характер електоральної поведінки студентської молоді, не можна не враховувати ментальні особливості, пов'язані з національним характером і типом особистості. Незважаючи на подібні, в загальному, політичні та економічні процеси на пострадянському просторі, особливо в Росії, Білорусії та Україні, справедливими є твердження соціологів про особливу українську ментальність в її соціально-економічному прояві. Цікавим, в цьому плані, бачаться принципи підприємницької етики, яку Петров і Полторак виводять ще з “Повчань” Володимира Мономаха [13].



На основі усвідомлення студентством цих соціально-економічних елементів ментальності, можна проаналізувати ставлення до представництва в депутатському корпусі різних соціальних, демографічних і професійних груп.

Кількість прихильників та противників участі підприємців та комерсантів в депутатському корпусі майже однакова (32% - “за”, 34% - “проти”). Тобто спостерігається еволюція від загального несприйняття підприємців взагалі, як осіб, діяльність яких носить кримінальний відтінок і критичний підхід щодо відповідності їх підприємницькій етиці взагалі і здатності розмежовувати суспільні та власні проблеми. Одночасно найвищий рейтинг підтримки серед всіх категорій мають економісти (77% - “за” і 7% - “проти”). Таким чином, наявність економічних знань, їх рівень студенти вважають однією із основних характеристик, необхідних для майбутнього депутата. В той же час, рейтинг довіри до депутатів – керівників держпідприємств – набагато нижчий за підприємців – “за” – 24, “проти”- 40%. Це в значній мірі пояснюється неефективністю роботи державних підприємств в більшості своїй і наявності великої кількості зловживань (розкрадань, невиплат заробітної плати і т.д.). Відмічаючи традиційно високий престиж освіти в західноукраїнському регіоні, не можна не відмітити, що для більшості студентів вона не є гарантією економічного благополуччя і соціального просування в майбутньому.

Проблема недостатнього рівня оплати спеціалістів з вищою освітою є суттєвим фактором, який підриває престиж вищої освіти і освіченості взагалі. Висловлювання П.Сорокіна стосовно вузів у США особливо актуально для нашого часу і становища: “Будучи впевненим, що диплом дає їм право на краще місце і спостерігаючи навколо себе розкіш та процвітання інших людей без жодного диплома, вони не можуть не думати, що країна, в якій вони живуть, спотворена і що ставиться вона до них несправедливо” [14].

Загроза безробіття після закінчення вузу, неможливість забезпечити пристойні умови існування розглядаються студентами, як основні проблеми, що стоять і перед ними і перед суспільством в загальному.

Визначаючи рейтинг із дев'яти основних проблем, що стоять перед сучасною Україною дві з них (рівень життя і безробіття) були названі респондентами найбільш важливими і актуальними і одержали відповідно 85% і 60% позитивних відповідей (кожен з респондентів міг вибрати 3 найбільш важливі, на його думку, проблеми). Таким чином, соціально-економічна мотивація, пов'язана із забезпеченням належного рівня існування, можливості здобуття місця праці та економічного і соціального просування, є пріоритетною в поведінці студентства, в тому числі і електоральній.

Відмова від участі у виборах не має якихось чітких економічних передумов. Ті 7% респондентів, які заявили про своє небажання брати участь у виборах, вважають, що мають середній і нижче середнього рівень матеріальних доходів і в більшості відносять себе до середнього класу. Їх поведінка нонконформістська (несприйняття виборів взагалі через релігійні переконання) і абберантна – невіра у власну можливість впливати на результат виборів.

Підсумовуючи аналіз впливу соціально-економічних факторів на електоральну поведінку студентської молоді можна зробити наступні узагальнення:

- економічні проблеми є найбільш важливими для студентської молоді, участь у виборах більшості прямо або опосередковано пов'язана з їх вирішенням;
- свідомо-активна поведінка характерна студентам, які також активно залучені до трудової діяльності (близько 10%);
- абсентеїзм в студентському середовищі не є відображенням їх соціально-економічного становища;
- та група студентів, для якої характерний поганий матеріальний стан (обмежують себе у всьому, навіть у харчуванні) є електоральною базою для політиків радикальних спрямувань (як правих так і лівих);
- соціально-економічна структура студентства не може вважатись дзеркальним відображенням соціально-економічної структури сучасного українського суспільства.

Серед студентів мало представлені групи з низьким рівнем доходів в силу економічних чи демографічних особливостей (наприклад, пенсіонери, що складають $\approx 25\%$ населення);

- в студентському середовищі переважають ринкові орієнтації, хоча близько 24% не визначились зі своїм ставленням до ринкової економіки, що є відображенням загальної думки, що склалась в суспільстві і проявом відносно низької економічної культури;

- проявом амбівалентності свідомості можна вважати бажання частини студентства (близько 3%) поєднати ринкові перспективи розвитку України з комуністичною ідеологією;

- проблеми, пов'язані з працевлаштуванням і забезпеченням нормальних умов існування після закінчення вузу є найбільш гострими і значимими для більшості студентів;

- студентство, як і молодь взагалі, значно вище оцінює своє соціальне становище, не вважаючи основним при цьому рівень задоволення матеріальних потреб.

2.2. Соціально-політичні чинники, що обумовлюють електоральну поведінку студентської молоді.

Вивчення і аналіз електоральної поведінки студентської молоді неможливі без розгляду соціально-політичних чинників, які її обумовлюють. Сам процес виборів можна розглядати як засіб реалізації політичних переконань та прагнень суб'єктів політичного процесу. Враховуючи, що вибори є основним і чи не єдиним способом залучення більшості громадян до активної політичної діяльності, саме соціально-політичні фактори визначають рівень електоральної активності як окремих громадян, так і цілих соціально-демографічних груп. Виборча діяльність є наслідком реалізації політичних інтересів. Політичний інтерес – це вираз потреб суб'єкта політики в політичній сфері, які виступають причиною і джерелом політичної діяльності.

Політична орієнтація – певні уявлення політичних суб'єктів про цілі і завдання діяльності політичних партій, політичного режиму, суспільства в цілому. Політичні інтереси та орієнтації формуються під впливом суспільних інститутів у поєднанні з політичною культурою.

Найбільш повний і суттєвий аналіз соціально-політичних чинників бачиться через аналіз рівня політичної культури студентської молоді.

В загальному, політична культура – специфічна складова культури суспільства, яка охоплює уявлення, цінності і норми людей, їх груп та об'єднань в політичній сфері суспільного життя і визначає моделі, зразки поведінки суб'єктів політичного процесу, їх політичний спосіб життя [15].

В.Мотусевич розглядає і визначає політичну культуру як зразок індивідуальних позицій і орієнтацій стосовно політики, притаманних членам політичної системи. Вона являє собою суб'єктивну сферу, що лежить в основі політичних дій і надає їм значення. Такі індивідуальні орієнтації об'єднують кілька елементів:

- а) пізнавальні орієнтації – істинне чи хибне знання про політичні об'єкти чи ідеї;
- б) емоційну орієнтацію відчуття зв'язку, залученості, протидії щодо політичних об'єктів;

в) оцінювальну орієнтацію – оцінка політичних об'єктів і думки про них, що передбачають застосування оцінювальних стандартів до політичних об'єктів і подій [16].

Рівень політичної культури молодих громадян, в першу чергу студентів, - це один із показників духовного потенціалу країни. Через зріз політичної культури простежується не тільки дійсне, але і потенційне майбутнє. Саме рівень політичної культури визначає характер і рівень активності електоральної поведінки.

Політична культура має свої відмінні риси стосовно соціально-демографічної групи чи регіону, яким вона характерна.

Є.І.Головаха характеризує рівень розвитку політичної культури такими показниками, які безпосередньо відображають послідовність включення громадян у сферу політичного життя суспільства:

- інтерес до політики;
- залученість до організаційної і суспільно-політичної діяльності;
- політична ефективність (оцінка суб'єктом своєї здатності впливати на політичні партії та рішення);
- політичні орієнтації (підтримка певного політичного напрямку і відповідних політичних організацій);
- ставлення до держави і перспектив її розвитку у внутрішньополітичному і міжнародному аспектах [17].

Узагальнюючи виділені показники і конкретизуючи їх стосовно виборчого процесу, соціально-політичні чинники, що визначають електоральну поведінку студентської молоді, можна аналізувати на основі наступних характеристик:

1) Політична компетентність та інформованість проявляється в ставленні до виборів, готовності прийняти участь в них, рівні знань щодо виборчого законодавства та його проблем чи недоліків, способом одержання та збору електоральної інформації.

2) Рівень політичної довіри – ставлення до органів влади різних рівнів, оцінка діяльності депутатів, довіра і рівень підтримки політичних партій, суспільно-політичних напрямків чи окремих лідерів.

3) Політична визначеність – самоідентифікація з політичною партією чи партійним блоком, участь в діяльності партій чи інших суспільно-політичних об'єднань, залучення до різних форм виборчої активності, ставлення до можливості використання різних форм впливу на політичні і соціальні процеси.

Визначальними критеріями можна вважати відповідальність (розуміння значимості виборів, зацікавленість ними, бажання з'ясувати ситуацію) та компетентність виборця (вміння оцінити ситуацію, співставити свої інтереси з пропозиціями і особистими чеснотами кандидатів і партій; здатність розібратися в політичній ситуації, багатоманітні платформ кандидатів; знання нормативно-правових актів, що регулюють виборчий процес [18].

Відповідальність і компетентність характеризує свідому, активну участь у виборах, яка базується на переконанні та усвідомленні своїх прагнень і сподівань, пов'язаних з виборами, а також готовності прийняти ту частину відповідальності, пов'язану з делегуванням своїх владних повноважень конкретному лідеру, депутатові чи партії.

Сама ефективність демократії забезпечується якраз через активну і свідому участь громадянина у формуванні влади і контролі за її діяльністю.

Проблема відповідальності і компетентності особливо важлива в сучасному становищі України, коли вона перебуває в стадії трансформації політичної системи, коли немає політичної стабільності і реально існує загроза зміни політичного курсу, направленою на побудову демократичної, правової, соціальної держави.

Це посилює відповідальність кожного виборця за свідомість і правильність вибору.

Особливо актуальною є залучення студентської молоді до активної і цілеспрямованої участі у виборчих процесах, що виступає засобом соціалізації

молодої особистості, перетворює її на свідомого учасника політичних процесів у суспільстві.

Дослідження, які проводилися в процесі роботи над дисертацією, дають можливість проаналізувати соціально-політичні чинники, що визначають електоральну поведінку студентської молоді, враховуючи регіональні особливості Івано-Франківської та Львівської областей., де вони проводилися.

1) Політична компетентність та інформованість студентства.

Аналіз соціально-політичних чинників починаємо із дослідження самого ставлення студентської молоді до виборів, оцінки їх значимості для країни і суспільства. Саме від емоційної оцінки виборів взагалі і залежать мотивації щодо участі або неучасті в них. В ставленні до виборів простежується динаміка, пов'язана із тими, які це вибори (президентські чи парламентські). Спостерігається зростання розуміння важливості виборів для долі країни при виборах Президента України. Тобто в ставленні до виборів проявляється усвідомлення ролі і значимості тієї посади, на яку обирають. Якщо в березні 50% респондентів оцінюють вибори як подію, від якої залежить доля держави, то в жовтні - вже 63%. Таким чином, маючи на увазі значення виборів Президента України.

Відповідно 31% і 24% вважають вибори виявом боротьби за владу між групами політиків, а 12% і 7% - розглядають як формальність і не мають ілюзій, що з ними відбудуться зміни на краще.

Розуміння важливості і значимості виборів проявляється у зростанні кількості студентів, що виявляють готовність прийняти участь в них.

Якщо у виборах до Верховної Ради України 29.03.98 р. брали участь 56% респондентів, то в березні 1999р. виявляли готовність прийняти участь 70%, а в жовтні – вже 78%. Зменшується кількість тих, що вагаються з 23% до 15%, і стійким залишається відсоток тих, хто відмовляється від участі у виборах – 7%. Причому причини неучасті у виборах вони обумовлюють через:

-втрачена спроможність органів влади вирішити загальнодержавні та місцеві проблеми – 30%;

- немає довіри до кандидатів – 30%;
- виборці не вірять, що з допомогою виборів можна змінити ситуацію на краще – 40%;
- серед кандидатів немає гідних обрання людей – 19%.

(Можна було обирати не більше 2 відповідей).

Відповіді тих, хто відмовляються голосувати, в основному співпадають з відповідями по масиву в цілому. Найбільше пов'язують неучасть у виборах з невірою в дієвість обраних органів влади, в можливість змінити ситуацію на краще (див. рис. 2.2).

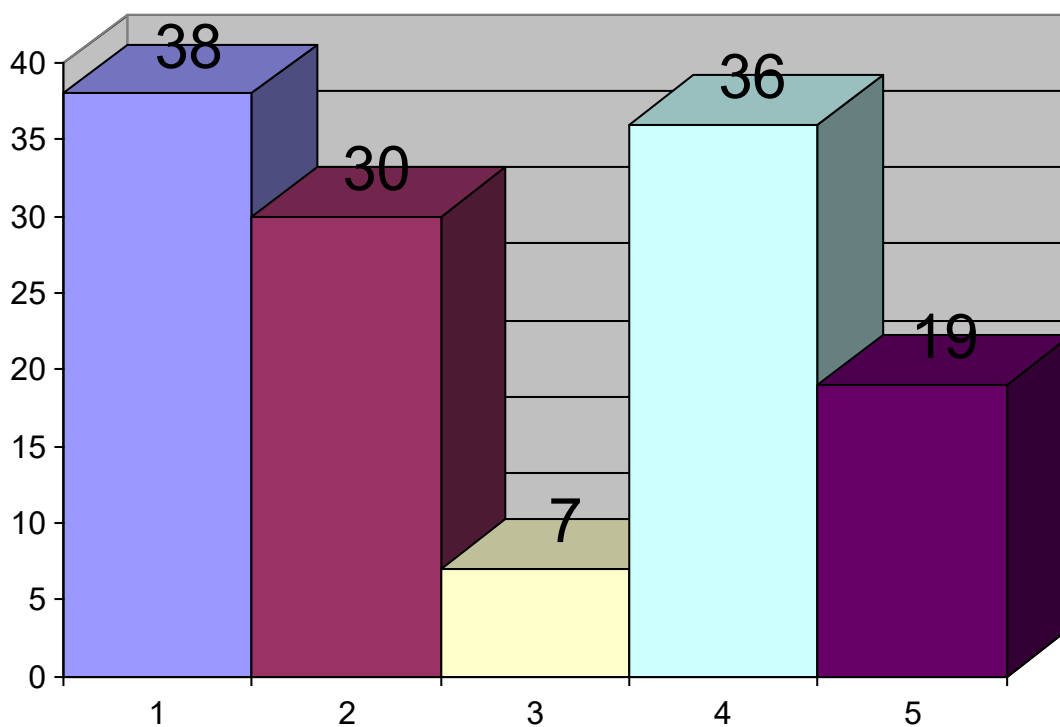


Рис. 2.2. Розподіл відповідей на питання про причини відмови від участі у виборах (у %)

1. Втрачена віра у спроможність органів влади вирішити загальнодержавні та місцеві проблеми; 2. Немає довіри до кандидатів; 3. Громадяни не цікавляться політикою; 4. Виборці не вірять, що з допомогою виборів можна змінити ситуацію на краще; 5. Серед кандидатів немає гідних обрання людей.

Найнижчий рівень підтримки має думка про незацікавленість громадян політикою, причому ті, хто заявили про небажання приймати участь у виборах, не назвали її зовсім. Основна мотивація пов'язана не з особистісними характеристиками кандидатів, а з недовірою до органів влади і виборів взагалі.

Свідомий і компетентний вибір в процесі голосування повинен базуватися на знаннях законодавчих норм проведення виборчої кампанії. Тут необхідно проаналізувати, настільки студенти вважають себе обізнаними у виборчому законодавстві. Щодо Закону України “Про вибори народних депутатів” від 24.09.97 року 11% заявили, що добре обізнані, 60% - недостатньо обізнані і 27% - зовсім необізнані. Із положенням Закону України “Про вибори Президента України” від 05.03.99р. добре обізнані 19%, недостатньо обізнані 57%, зовсім необізнані 22%.

Таким чином, понад 75% респондентів вважають недостатніми знання щодо тих законодавчих актів, які визначають порядок організації і проведення виборів.

Як наслідок, 26% опитаних студентів відповіли, що не знають чи були порушення на виборчій дільниці під час виборів, тому що не знають, що є порушенням, а що ним не вважається. 60% студентів вважають за необхідне здійснення спеціальних освітніх програм для виборців.

По суті, більша половина респондентів вважає свої знання щодо виборів недостатніми: відчуває необхідність їх збільшення. Поряд із роботою засобів масової інформації в цьому напрямку бачиться важливим безпосереднє вивчення законодавчих норм щодо виборів в процесі вивчення суспільно-гуманітарних наук в навчальних закладах.

Важливе значення для свідомого і компетентного вибору під час голосування має рівень поінформованості щодо кандидата та його програм. Тут важливо забезпечити рівні можливості всіх кандидатів на виборах, щодо доведення своїх програмних положень до виборців. В ході опитування тільки 22% студентів заявили, що були достатньо поінформовані про усіх кандидатів на виборчому окрузі і 40% - що поінформовані недостатньо. Визначаючи рівень проінформованості, відповіді розділились наступним чином (див. рис. 2.3).

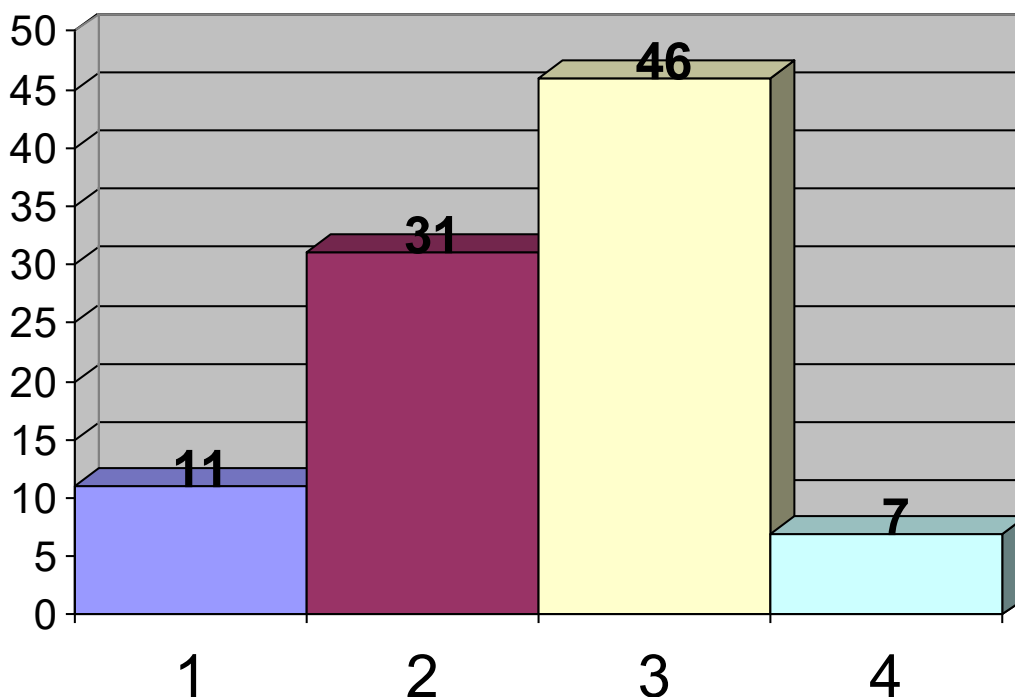


Рис. 2.3. Відповіді на питання про рівень інформованості щодо кандидатів на виборах (у %)

1. Добре поінформований про усіх кандидатів свого виборчого округу.
2. Поверхово інформований.
3. Інформований про окремих кандидатів.
4. З прізвищами кандидатів ознайомився з виборчого бюлетня.

Рівень поінформованості в більшості респондентів недостатній, що виникає на основі багатьох чинників, в тому числі і об'єктивних. Це і велика (кілька десятків) кількість кандидатів на виборах, трудність визначення відмінностей між програмами в силу їх однотипності, необхідність розбиратись не тільки з програмами кандидатів, а із програмами партій, блоків чи об'єднань, які вони представляють. Високий відсоток поінформованості щодо окремих кандидатів (46%) дає можливість припустити, що ознайомлення з програмою тісно пов'язано в першу чергу з вибором кандидата, як особистості, в силу його людських якостей або партійно-політичного спрямування.

Важливим бачиться аналіз вибору форм збору електоральної інформації студентством. Це дає можливість визначити характер збору: пасивний – в першу чергу, засвоєння інформації через засоби масової інформації, чи більш активний – через участь у зборах, мітингах, зустрічах з кандидатом чи членами його команди.

Активність в пошуку і сприйнятті інформації в певній мірі відображає політичну активність особистості (див. рис. 2.4.).

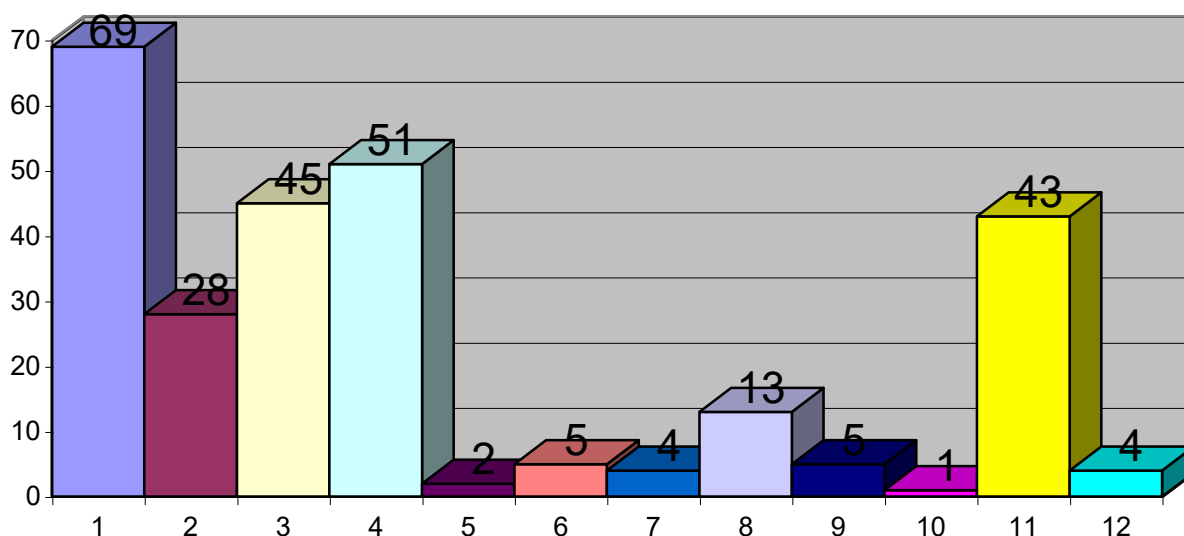


Рис. 2.4. Форми збору виборцями електоральної інформації (у %)

1. Дивився виступи кандидатів по телебаченню; 2. слухав по радіо;
3. читав у пресі; 4. читав листівки та інші матеріали; 5. був учасником перед-виборних мітингів; 6. безпосередньо спілкувався з кандидатами; 7. безпосередньо спілкувався з членами команди кандидата; 8. був на зустрічах з кандидатом по місцю навчання; 9. був на зустрічах з кандидатом по місцю проживання; 10. обговорював кандидатури на зборах об'єднань громадян, членом яких є; 11. обговорював кандидата у сім'ї; 12. інше.

Безумовний пріоритет тримають візуальні засоби інформації, в першу чергу, телебачення. Така ж ситуація спостерігається і при відповіді на питання, які з цих джерел найбільше допомогли зробити свій вибір (див. рис. 2.5).

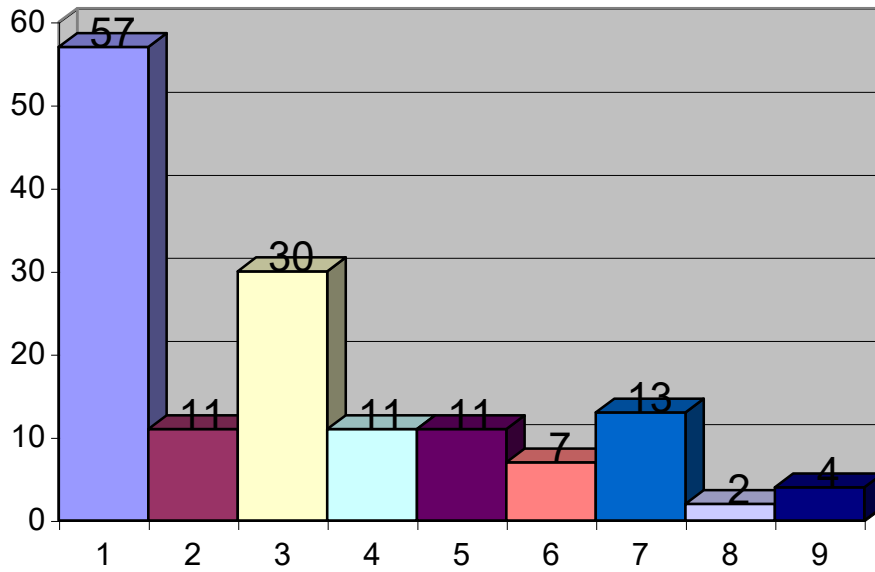


Рис. 2.5. Розподіл відповідей на питання: “Які джерела інформації найбільше допомогли зробити вибір?” (у %)

1) телебачення; 2) радіо; 3) преса; 4) листівки-плакати; 5) зустрічі з членами команди кандидата; 6) безпосередні зустрічі з кандидатами; 7) рекомендації друзів-знайомих; 8) обговорення кандидатур на зборах об'єднань громадян; 9) інше.

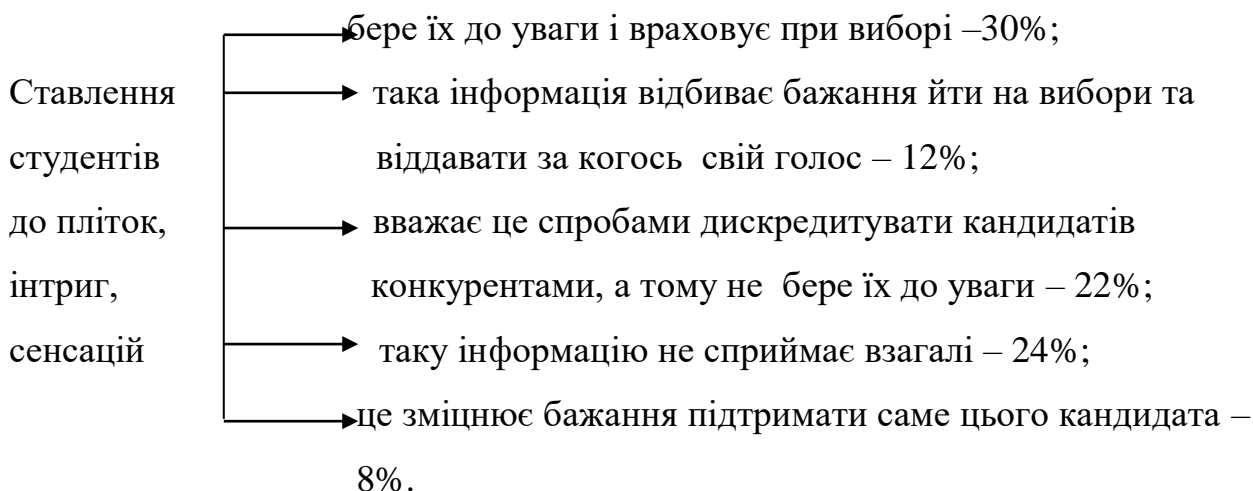
Самий більший вплив на прийняття рішення мають телебачення і преса, що характерне і для всього електорату. Звичайно, сприйняття такої інформації не потребує активних зусиль, вибори самі “приходять” в кожен дім через повідомлення в наймасовіших засобах масової комунікації – телебаченні і пресі.

З однієї сторони, потік інформації є способом залучення особистості до політики, включення її в сферу політичних відносин шляхом постійного сприйняття реалій політичного життя, програм та соціально-політичних поглядів кандидатів на різноманітні державні посади. З іншої сторони, засоби масової комунікації можуть виступати інструментом маніпуляції громадської думки, навв'язування ідей та поглядів окремих груп, партій чи особистостей, тим самим обмежуючи свободу і відповідальність голосування в процесі виборів. Російські соціологи І.Владикіна та С.Плесовских вважають, що суспільство не підготовлене до особливих методів впливу в процесі виборчих кампаній. Найбільш поширеною

захисною стратегією поведінки є свідоме втеча від участі в голосуванні або демонстративне голосування проти всіх кандидатів [19].

Таким чином, рівень впливу інформаційних технологій може або підвищувати електоральну активність, або навпаки її знижувати.

Покажемо в цьому відношенні бачиться аналіз відповідей студентів на запитання про ставлення до пліток, інтриг, сенсацій довкола кандидата. Відповіді респондентів розподілилися слідуєчим чином:



Таким чином, тільки третина опитаних позитивно реагує на негативну інформацію, враховуючи її в своєму виборі, 12% така інформація спонукає до відмови від участі у виборах, а для більш як половини (52%) одержання такої інформації тільки підсилює прагнення проголосувати за “свого” кандидата. Це підтверджує висновки дослідників, що сприйняття агресивних інформаційних технологій залежить від віку та рівня освіченості респондента. В умовах сучасної глобальної соціально-економічної кризи суспільство вже стомлене потоком негативного і більш охоче сприймає конструктивну та позитивну інформацію. В той же час не можна не згодитися з думкою Є.Головахи про те, що поки в суспільстві не створена адекватна система взаємодії державних інститутів і громадської думки, поки зберігається державний контроль над засобами масової інформації, свобода волевиявлення народу в більшості залишається ілюзорною [20].

Таким чином в студентському середовищі домінує висока оцінка ролі та значення виборів у житті суспільства, високий рівень очікувань пов’язаний з ними.

Рівень прогнозованої електоральної активності студентства вищий, ніж серед молоді взагалі і по регіону зокрема (голосують 78% студентів (молодь західного регіону – голосує лише 61% [21]).

Більше половини молоді вважає свої знання щодо виборчого законодавства недостатніми. При одержанні електоральної інформації переважає пасивно-споглядальне сприйняття через пресу і телебачення. Активний пошук і засвоєння електоральної інформації через участь у зустрічах з кандидатами чи членами його команди по місцю проживання чи навчання, участь у мітингах, обговорення кандидатур на зборах об'єднань громадян і т.д. Таке сприйняття характерне тільки для невеликої кількості студентів. Саме преса і телебачення мають вирішальний вплив на прийняття електоральних рішень, хоча агресивно-негативна інформація викликає у більшості студентів несприйняття і реакцію, протилежну від очікуваної.

2) Рівень політичної довіри студентської молоді.

Довіра до органів державної влади, політичних партій та окремих лідерів є основною умовою легітимації влади і забезпечення стабільності суспільства.

Довіра представників різних соціальних груп органам влади, ЗМІ, один одному сприяє соціальній стабільності суспільства в цілому [22].

Загальна криза влади в Україні, яка проявляється через поглиблення соціально-економічної кризи у суспільстві, приводить до відчуження громадян від влади, низького авторитету її в цілому.

Результати опитування показали низький рівень довіри студентської молоді до різних органів державної влади. Спостерігаючи динаміку зміни рівня довіри протягом двох етапів дослідження (I – березень, II – жовтень) можна виділити:

а) рівень довіри до Президента підвищується: якщо в березні йому повністю або частково довіряли 43% респондентів, то в жовтні – 54% (повністю довіряли відповідно 15% і 18%). Така динаміка пов'язана з активними діями Президента під час виборчої кампанії, направленням на підвищення свого авторитету і вихід із соціально-економічної кризи;

б) всі інші органи державної влади (Верховна Рада України, Кабінет Міністрів, місцеві органи державної влади) мають негативний рейтинг, тобто кількість тих, що їм повністю або частково не довіряє, перевищує кількість тих, що довіряє. Причому найнижчий рівень довіри мала Верховна Рада України. В березні їй повністю довіряло 3% респондентів, а в жовтні – тільки 1%. Це наслідок як неефективної роботи вищого законодавчого органу держави, так і результат негативного її образу, який створювався більшістю засобів масової інформації. Причому Верховна Рада в багатьох проявах аморфна і суперечлива, як і все сучасне українське суспільство.

Як показують дослідження, серед молоді панує розчарування і недовіра до органів влади, вона не пов'язує з владою свої надії на вирішення життєвих проблем [23].

Саме недовіра до влади є однією з основних проблем абсентеїзму взагалі і серед студентської молоді зокрема.

Недовіра до влади спостерігається і в мотивації активності студентів у виборчій кампанії. 31% респондентів в березні і 28% у жовтні заявили, що основним мотивом активної участі у виборах є бажання змінити існуючу владу. Так зване негативне голосування базується на емоційних оцінках і немає конструктивного характеру, так як не йдеться про свідому, компетентну підтримку конкретного кандидата в силу його особистих якостей чи соціально-політичної платформи, а прагнення за будь-яку ціну змінити існуючу владу.

Водночас, відповідаючи на запитання “Представників яких груп Ви хотіли б бачити депутатами різних рівнів”, найбільшу кількість негативних відповідей (54%) одержали колишні депутати. Кількість прихильників їх повторного депутатства (16%) в три рази нижча за кількість противників, що можна розглядати також, як негативне ставлення до влади і низький рівень довіри до неї. Як відмічають Є.Головаха та І.Бекешкіна, відповідно до нашої країни мова йде про “злякисну аномію”, яка полягає в такій швидкій втраті довіри до всіх політичних інститутів, що тільки з'явившись на світ, демократичні структури ризикують, не встигнувши стати

на ноги, опинитися в одному становищі із попередніми структурами, які себе безнадійно скомпроментували [24].

Таким чином, недовіра до органів влади, розчарування в ній приводить до розчарування в демократії в цілому.

Проходить дискредитація демократичних процедур і принципів. Державна влада залишається нижче очікувань суспільства, а народ привчається бути в опозиції [25].

Невипадковим є поширення в суспільстві і в студентському середовищі ідеї “сильної руки”, яка би активними діями, хоч і не зовсім демократичними, вивела б суспільство з соціально-економічної кризи. Не можна не згодитись з М.Михальченко, що при розгляді процесів державотворення в громадській думці починає домінувати ідея “наведення порядку”. “Порядок як ідеал управління і суспільних відносин обіцяють всі: влада, якщо їй нададуть можливість ще “попрацювати” років 7-10; ліва і права опозиція, якщо прийдуть до влади; центристи, якщо їм не будуть заважати ліві і праві і, якщо вони дружитимуть з Президентом” [26].

В контексті аналізу рівня політичної довіри, вивчалось ставлення студентської молоді до політики взагалі і діяльності депутатів різних рівнів (див. таб. 2.1).

Таблиця 2.1

Відповіді на питання, чи погоджуєтесь Ви з такими судженнями?

(у %).

СУДЖЕННЯ	ТАК	НІ	ВАЖКО ВІДПО- ВІСТИ
Політики далекі від народу, байдужі до його проблем.	47	6	42
Чесність і турбота про долю України – визначальна риса більшості кандидатів у депутати.	7	68	21
Кар’єризм і корисливість			

притаманні більшості кандидатів.	79	5	12
Депутати не виконують своїх передвиборних обіцянок.	74	3	18
Депутати від мого округу роблять все для своїх виборців.	7	43	44
Вибори – це лише боротьба за владу, яка не приносить жодної користі народу.	44	18	33
Конкуренція між різними політичними партіями під час виборів забезпечує демократизм і стабільність суспільства.	20	27	47

У відповідях студентів переважають негативні оцінки діяльності депутатів та її мотивації, домінує песимістична оцінка ролі виборів і конкуренції між політичними партіями в процесі забезпечення демократизму і стабільності суспільства.

При аналізі електоральних симпатій виборця важливе значення має їх мотивація, тобто яким характеристикам кандидата він надає перевагу при виборі.

Дослідження американських соціологів з узагальнення досвіду проведення виборчих кампаній показують, що виборець приймає електоральні рішення, здебільшого виходячи з оцінки особистості кандидата, політична програма в цьому плані посідає третє місце, а партійна приналежність – п'яте. Зовсім інакше відбувається в Німеччині. Тут, як правило, обирають партію[27].

В оцінці студентської молоді партійність займає аж 8 місце із 12 ознак, які характеризують кандидата (див. рис. 2.7).

Причому домінують особисті якості кандидата, пов'язані із особливостями світогляду, рівня знань, досвіду громадсько-політичної роботи, загальної культури.

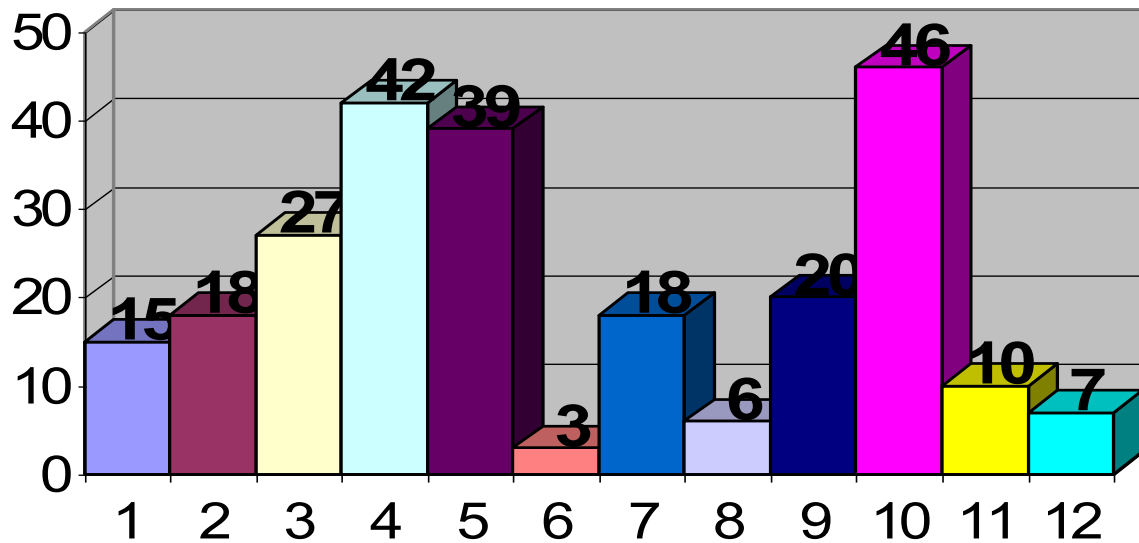


Рис. 2.7. Розподіл відповідей на питання “Що для Вас є вирішальним при виборі кандидата” (у %, респонденти могли вибрати не більше трьох відповідей)

1) партійність; 2) передвиборна програма; 3) рівень загальної і політичної культури; 4) досвід громадсько-політичної роботи; 5) професійна компетентність; 6) зовнішність; 7) вміння знаходити спільну мову з політичними опонентами; 8) вміння виступати перед великою аудиторією; 9) добре володіє державною мовою; 10) принциповість, порядність, наполегливість у відстоюванні власних поглядів; 11) фах; 12) рівень матеріального добробуту.

Таким чином, партійність та передвиборна програма не являється основними характеристиками, які враховуються при виборі студентами того чи іншого кандидата. Оцінка рівня володіння державною мовою стоїть вище двох попередніх характеристик, що звичайно можна віднести до регіональних особливостей областей, в яких проводились дослідження.

Важливим чинником, що відображає соціально-політичні характеристики студентської молоді, є рівень підтримки нею політичних партій і їх впливу на прийняття електоральних рішень.

Для 64% опитаних важливе значення має те, ким висунутий кандидат в депутати і для 26% - не має значення. Причому, 36% надають перевагу кандидату від політичної партії чи виборчого блоку.

Найбільший вплив на прийняття електоральних рішень, щодо вибору Президента України в жовтні 1999 року за відповідями студентів, мають партії національно-демократичного спрямування, найменший – комуністичні та соціалістичні. До думки Комуністичної партії України прислуховується 3%, НРУ – 13%, НДПУ – 7%, ПЗУ – 2%, СДПУ (о) – 2%, СПУ – 1%, ПРП – 4%. В той же час, 64% респондентів заявили, що будуть робити свій вибір, не орієнтуючись на думку жодної партії. Це можна розглядати як прояв низького авторитету політичних партій в молодіжному середовищі і низький рівень довіри до них.

Щодо політичних симпатій, найвищий рейтинг націонал-демократичних та соціал-демократичних політиків, найнижчий – соціалістів і комуністів, що можна віднести до регіональних особливостей Західної України. Хоч 3% підтримки соціалістів і комуністів набагато нижчий, ніж їх середній рейтинг по регіону взагалі (біля 10%).

В той же час необхідно виділити велику кількість тих, що нікого не підтримують або не визначились з тим напрямком, який підтримують (див. рис. 2.8).

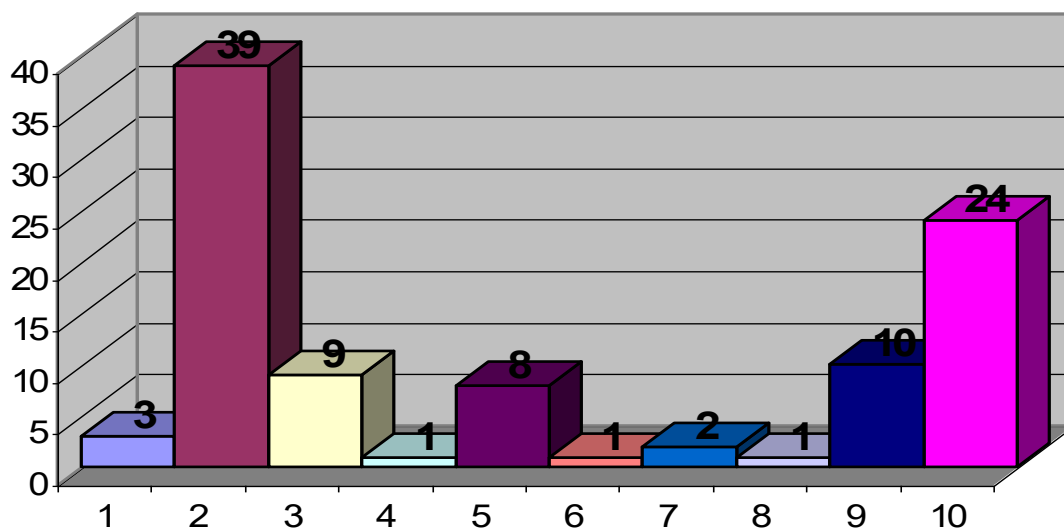


Рис. 2.8. Рівень підтримки політиків щодо їх ідейно-політичного спрямування (у %)

1. національно-радикальних; 2. національно-демократичних; 3. соціал-демократичних; 4. ліберальних; 5. християнсько-демократичних; 6. соціалістичних; 7. комуністичних; 8. інших; 9. нікого не підтримую; 10. важко відповісти.

Високий процент невизначеності – 24% важко відповісти (не визначились зі своїми симпатіями). Хоч на питання, чи цікавитеся ви проблемами політичного життя України, 66% - відповіли ствердно.

Можна припустити, що саме та частина, яка нікого не підтримує, може бути потенційною базою для різних крайніх організацій та об'єднань. Російські дослідники вважають, що саме інфантилізм найбільш пов'язаний з екстремізмом, тому що саме для нього притаманні елементи нерозвинутої свідомості: імпульсивність, внутрішня напруженість, конфліктність, деструктивність [28].

Стосовно підтримки конкретних політичних лідерів, в жовтні 1999р., напередодні I туру виборів Президента України: 52% респондентів виявили готовність підтримати Л.Кучму; 16% - Є.Марчука, 4% - Г.Удовенка, 2% - О.Мороза, 2% - Н.Вітренко, 0,4% - П.Симоненка, 14% - не визначилось. Студентська молодь висловила вищий рівень підтримки Л.Кучмі, ніж в загальному молоді по регіону (24%) [29] і в той же час, нижчий процент тих, хто не визначився зі своїми політичними симпатіями.

Таким чином, в середовищі студентської молоді низький рівень довіри до органів влади та політичних партій. У виборі кандидата в процесі голосування перевага надається сутнісним характеристикам його як особистості і рівню політичних та професійних навиків, а не партійній програмі чи членству у політичних партіях.

Це підтверджує думку М.Слюсаревського, що будь-яка передвиборна програма виконує, по суті, компенсативну функцію, ніби "добудовуючи" в перцепції образ кандидата, надаючи виборцям ті психологічно значущі відомості про нього, яких бракує для прийняття рішень. Тобто виборець насправді завжди обирає свідомо чи не свідомо людину, а не програму [30].

Низький рівень довіри до влади і відчуженість від неї проявляється у домінуванні негативних оцінок характеру і мотивів депутатської діяльності.

Недовіра політичним партіям спричиняє те, що понад половина респондентів приймають електоральне рішення, не враховуючи їх думку.

В той же час, четверта частина не визначилась з ідейно-політичним напрямком, який вона підтримує.

Можна констатувати, що діючій владі і Президенту вдалось залучитися активною підтримкою в середовищі студентської молоді, рівень якої перевищує регіональні показники по виборах взагалі і по рівню підтримки молоді зокрема.

3) Політична визначеність.

Як соціально-політичний фактор проявляється через участь студентської молоді в діяльності політичних партій та громадських організацій, залучення до різних форм виборчої активності та ставлення до використання різних форм впливу на політичні та соціальні процеси.

Низький рівень довіри до партій в студентському середовищі приводить до його департизації.

Згідно з результатами проведеного дослідження тільки 2% респондентів заявили, що регулярно відвідують збори громадян, а 80% не відвідують ніколи. Низький рівень залученості студентської молоді пов'язаний як з процесами деполітизації в сучасному українському суспільстві, так і з особливостями самих українських політичних партій. Незважаючи на те, що постійно відбувається процес утворення нових партій, як відмічає М.Шульга, ці організації ще не мають досвіду, вони ще організаційно слабкі та ідеологічно розмиті. Партії ще не стали впливовою і авторитетною силою для широких мас [31].

Проводячи аналогію з процесами, що відбуваються в Росії, в силу їх значної подібності, можна погодитись з Р.Саквою, що поки що склалась в суспільстві псевдопартійна система. Партіям не вдалось стати ні масовими об'єднаннями, що апелюють до конкретного соціального класу або до певної групи виборців, ні класичними універсальними організаціями, подібними американським або

західноєвропейським партіям післявоєнного взірця. Замість того почала складатися “кадрова” партійна система, орієнтована не стільки на виконання типових функцій посередника між державою і громадянським суспільством, скільки на підтримку міжлітніх зв’язків [32].

В той же час, ті студенти, які ідентифікують себе з певною політичною партією, чітко визначились з підтримкою певного політико-ідеологічного напрямку, беруть активну участь у виборчому процесі. Це близько 10% від всього масиву. При тому 46% респондентів заявили, що вони тільки голосували під час виборів, а 36%, що не були залучені до жодної з форм виборчої активності в процесі виборів до Верховної Ради 29.03.98р.

Вибори залишаються основною формою політичної активності молоді, в той же час, вона не відкриває можливості підтримки, в силу необхідності, і інших форм (Рис. 2.9.)

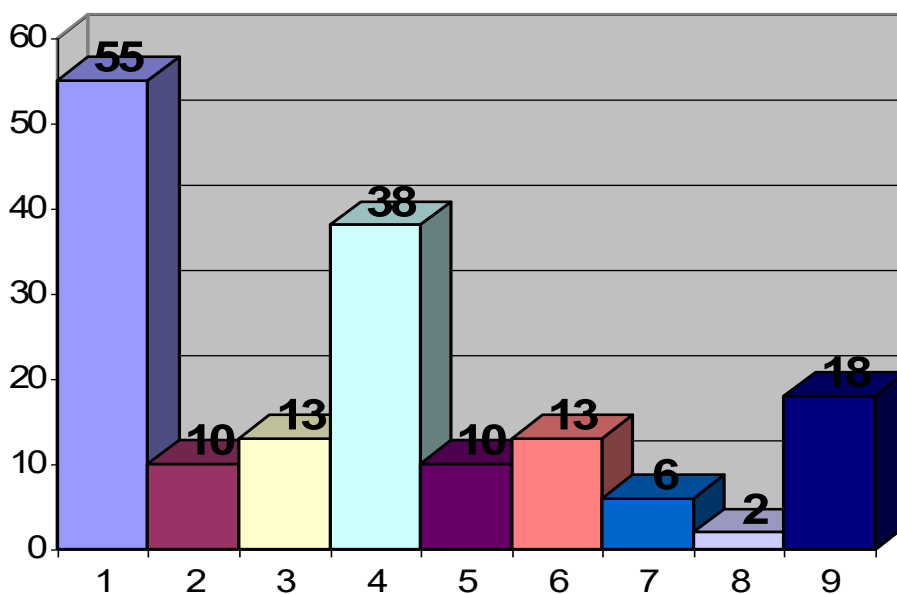


Рис. 2.9. Розподіл відповідей щодо можливих форм політичної активності з метою захисту своїх інтересів (у %)

1) вибори; 2) участь в діяльності політичних партій; 3) участь в діяльності громадських організацій; 4) участь в діяльності молодіжних організацій; 5) участь в мітингах, народних віче; 6) участь у страйках, акціях громадської непокори; 7) участь у голосуваннях; 8) інших; 9) не визначився.

Найбільш прийнятна участь в діяльності молодіжних організацій, в силу їх наближеності до молоді взагалі. Участь в політичних партіях рівнозначна можливості участі в мітингах і віче. Це підтверджує, що ці форми політичної активності, найбільш поширені в період становлення Української незалежної держави, все більше втрачають підтримку. В той же час підтримка радикальних заходів, таких як голодування та акції громадської непокори, досить низька (відповідно 6% і 13% опитаних). Тільки поодинокими є відповіді на кшталт можливості самоспалення, використання зброї чи політичної журналістики, що можна віднести до емоційно-психологічних особливостей осіб, що давали відповідь. Таким чином, протестний потенціал студентської молоді, як установка на участь в масових формах впливу на політику влади, зберігається невисокий.

Таким чином, для студентської молоді характерний низький рівень участі в політичних партіях ($\approx 2\%$), хоча потенційні можливості, пов'язані з захистом своїх інтересів, набагато вищі (до 10%). Основною формою політичної активності для більшості залишаються вибори. Зберігається невисокий протестний потенціал. Ті студенти, яким характерні стійкі політичні уподобання найбільш активно включаються до виборчого процесу, приймають участь у всіх формах електоральної активності.

В студентському середовищі спостерігається розуміння високої значимості виборців для розвитку країни і суспільства:

- більшість респондентів вважають недостатнім свій рівень інформованості щодо законодавчих норм, які регулюють вибори, а також щодо усіх кандидатів на виборах;

- основним джерелом одержання виборчої інформації залишається телебачення. Саме воно і преса найбільше впливає на електоральний вибір;

- студентство характеризується низьким рівнем довіри до органів державної влади та управління і політичних партій.

У виборі кандидата в процесі голосування перевага надається сутнісним характеристикам його як особистості і рівня політичних та професійних навиків;

- найбільш прийнятною формою політичної активності студентської молоді залишаються вибори.

2.3. Вплив соціально-демографічних факторів на електоральну поведінку студентської молоді.

Соціально-демографічні фактори впливають на електоральну поведінку громадян, формування їх політичної свідомості та індивідуальні політичні симпатії. Не є винятком в цьому плані і студентське середовище.

Соціально-демографічні чинники впливають на рівень електоральної активності студентства, його електоральний вибір.

Як зазначає О.Сергєєва, “індивідуальна політична участь - функція кількох аргументів: рівня освіти, соціального статусу, рівня прибутків, віку, статі виборців, їх національності [33].

Соціологи Колумбійського університету при вивченні електоральної поведінки дійшли до висновку, що голосування є проявом індивідуальної поведінки, але регулюється колективними нормами та загальними характеристиками тих груп, до яких індивіди належать.

Спільні умови праці та існування розвивають спільні прагнення та цінності. Індивідум голосує так само, як і його сім'я, сусіди, колеги.

Існує тенденція до політичної гомогенізації соціальних груп. Тому інформація про групу виборців дозволяє передбачити характер їх голосування [34].

Опираючись на такі наукові твердження, в процесі здійснення дисертантом соціологічного дослідження, були сформульовані припущення про особливу електоральну поведінку студентства в залежності від соціально-демографічних характеристик.

Стояло завдання визначити наскільки ці особливості стійкі, як вони проявляються в порівнянні зі всім електоратом. В той же час, такі важливі характеристики як вік і рівень освіти не могли використовуватись, так як всі респонденти належать до однієї вікової та освітньої групи. Тому важливим було визначити, який рівень самоідентифікації студентів з молоддю взагалі і студентством зокрема, як особливою соціально-демографічною групою зі своїми

специфічними інтересами та прагненнями, наскільки приналежність до цієї групи впливає на електоральні симпатії і визначає їх.

Відповідаючи на питання про те, представників яких соціальних і професійних груп хотіли би бачити депутатами різних рівнів, найвищу підтримку одержали економісти (78%), юристи (76%), вчені (55%). Найбільше заперечень викликали колишні депутати (56%) (що можна вважати виявом того ж негативного голосування і незадоволення владою взагалі), духовенство (44%), військові (41%) і робітники (41%). Отже, основною вимогою до можливого кандидата в першу є наявність відповідної освіти і її рівня. Майже однакове число прихильників (33%) і противників (32%) одержала ідея залучення студентів до депутатського корпусу різних рівнів.

Хоч 59% респондентів вважають, що для органів державної влади необхідний приплив молодих сил, самі студенти поки що не вважають себе цими молодими силами, беручи до уваги те, що якраз основним їх заняттям є здобуття тих самих освітніх і професійних знань.

Більшість респондентів (55%) підтримують вікові обмеження до 35 років законодавства України, щодо можливості обиратись Президентом України, 23% - не підтримують і 18% - важко відповісти. Щодо вікового цензу в 21 рік згідно законодавства України, яке регламентує вибори депутатів Верховної Ради України, його підтримує 56% респондентів, 8% - пропонує збільшити вік, 16% - зменшити вік, 8% - вагаються з відповіддю.

Отже, заяви лідерів деяких молодіжних організацій, щодо дискримінації прав молоді стосовно можливості бути обраними у вищі органи державної влади, більшість студентів не підтримує.

Відносно ставлення до статі кандидатів на державні пости, то воно змінюється від того, який пост мається на увазі. Чим важливіший і відповідальніший пост в структурі державної влади, тим менше респондентів вважають необхідним те, щоб його займали жінки. Сучасне українське суспільство, в силу особливостей розвитку

та ментальності, не готове до того, щоб державну владу найвищого рівня здійснювала жінка.

При відповіді на питання «Чи важливо для Вас, якої статі кандидат у депутати?»: 12% - вважають таку роботу лише для чоловіків; 16% - необхідно більше жінок; 70% - не важливо. Але при відповіді на питання «Чи важливо для Вас, якої статі кандидат у Президенти?»: 34% - вважають таку роботу лише для чоловіків; 2% - що це повинна бути жінка; 62% - не важливо.

Отже, статеві відмінності набувають більшого значення при виборах Президента. Різко збільшується кількість тих, які вважають, що це повинен бути обов'язково чоловік, хоча переважна більшість не робить статеві відмінності визначальними при виборі кандидата. Таким чином, підтверджується загальний висновок соціологів, що з підвищенням рівня освіти все менш важливою стає відмінність у статі кандидатів.

Студентське середовище не підтримує ідею «паритетної демократії». За твердженням Н.В.Лавріненка, паритетна демократія – це така форма суспільних стосунків у політико-правовій сфері, за якої жінкам гарантується рівний з чоловіками статус на підставі фактичного представництва на всіх рівнях влади [35].

Якщо проаналізувати відповіді респондентів відносно їх статевої приналежності, то виявляється, що неважливо якої статі кандидат у Президенти для 76% жінок і 51% чоловіків, за те, що це робота лише для чоловіків, виступають 22% жінок і 46% чоловіків, і тільки відповідно 3% чоловіків і 2% жінок вважають, що кандидатом у Президенти повинна бути жінка. Таким чином, студентки більш толерантніші до статі кандидата у Президенти, але не підтримують ідеї про те, що це повинна бути обов'язково жінка. Поряд з тим, що в сучасній українській політиці небагато яскравих жінок-політиків, можна погодитись з думкою Н.Лавріненка про те, що у свідомості самих жінок міцно вкоренився стереотип про жіночу неповноцінність у політиці, державній діяльності, взагалі у будь-якій діяльності, що непов'язана з біологічними та соціальними функціями матері та дружини [36].

На електоральну поведінку студентства, як і всіх виборців, впливають статеві особливості.

Як відмічають науковці інституту політики під керівництвом М.Томенка, стать є одним із тих чинників, які змушують по-різному сприймати і відчувати оточуюче середовище, чи то суспільство і державу загалом, чи мікросередовище власної сім'ї і оселі. Тому гендерні відмінності у відповідях є очікуваними і передбачуваними, мають патріархальний характер як українського суспільства в цілому, так і домінуючого типу української сім'ї, а також міцно укорінених гендерних стереотипів [37].

В той же час, не можна говорити про якість радикальної відмінності в процесі голосування, що виникають між чоловіками і жінками.

Ентоні Гідденс відмічає, що здобуття жінками права голосу не мало великого впливу на природу політичного життя. Жінки, як і чоловіки, голосують залежно від партійних симпатій і політичних орієнтацій, хоча між жінками-виборцями та чоловіками-виборцями існують безперечні відмінності. Жінки виборці порівняно з чоловіками більше тяжіють до консервативних поглядів, про що свідчить число голосів за праві партії [38].

Аналізуючи електоральну поведінку студентства, можна виділити певні особливості, що виникають на основі їх статевої відмінностей.

Спостерігається різна оцінка суті і значення виборів. Серед чоловіків більше тих, хто оцінює вибори з позицій форми реалізації свого виборчого права (відповідно 9% чоловіків і 3% жінок). В той же час, серед студенток набагато вищі очікування, пов'язані з виборами. 67% жінок і лише 55% чоловіків характеризують вибори як подію, від якої залежить доля держави, з виборами пов'язана надія на краще. При однаковому рівні готовності прийняти участь у виборах Президента України восени 1999 року, серед жінок вищий відсоток тих, хто відмовляється від участі у голосуванні (серед чоловіків – 5%, серед жінок – 9%).

Визначаючи причини активності у виборчій кампанії, для студенток вищим за студентів є прагнення перешкодити тому кандидатові, якого вони вважають

недостойним (27% проти 15%), при мінімальному бажанні (1%) одержати матеріальну вигоду. Це ставлення можна розглядати як підтвердження більшої емоційності жінок в їхній поведінці взагалі і електоральній зокрема.

В той же час, для жінок характерний нижчий рівень довіри і відповідно вищий недовіри інституціям державної влади. Причому найбільше вони довіряють Президентіві (частково і повністю довіряє 55% (чоловіки 57%), а найбільше не довіряють Верховній раді (частково і повністю не довіряють 80% жінок і 70% чоловіків).

В процесі проведення дослідження виявилось, що студенти різної статі мають різні пріоритети щодо значимості характеристик, притаманних кандидатам.

Для жінок найважливішою є принциповість, порядність, наполегливість у відстоювання власних поглядів (51%), для чоловіків – це тільки на третьому місці щодо значимості (42%). В той же час, найважливіша характеристика, якій віддають перевагу чоловіки – досвід громадсько-політичної роботи (53%), займає тільки четверту позицію в симпатіях жінок (31%).

Значимість передвиборної програми визнають 14% жінок і 21% чоловіків. Серйозна відмінність спостерігається в оцінці рівня загальної та політичної культури, її враховує 35% жінок і 20% чоловіків. Найнижчу значимість має зовнішність кандидата – всього 3% голосів, в чому одностайні обидві статі. При домінуванні значимості особистісних характеристик кандидатів над програмними документами та партійністю, в студенток переважає емоційно-психологічне сприйняття особистості кандидата, хоча не настільки, щоб надавати якийсь суттєвий пріоритет його зовнішності.

Таблиця 2.2

**Розподіл відповідей на питання: “Що є вирішальним при виборі кандидата?” серед чоловіків та жінок у %
(респонденти могли позначити не більше трьох відповідей)**

Основні характеристики кандидатів	У %	
	Чоловіки	Жінки

Партійність	14	16
Передвиборна програма	21	14
Рівень загальної та політичної культури	20	35
Досвід громадсько-політичної роботи	53	31
Професійна компетентність	43	35
Зовнішність	3	3
Вміння знаходити спільну мову з опонентами	20	16
Вміння виступати перед великою аудиторією	5	7
Добре володіння державною мовою	20	19
Принциповість, порядність, наполегливість у відстоюванні власних поглядів	42	51
Фах	12	7
Рівень матеріального добробуту	9	4
Інше	1	1

Щодо підтримки конкретних кандидатів у Президенти, найвищий рейтинг у Л. Кучми – 50% чоловіків і 54% жінок. Є.Марчука підтримували 13% чоловіків і 20% жінок. В той же час, серед жінок набагато нижчий відсоток тих, хто не визначився зі своїми симпатіями – всього 9% (серед чоловіків 18%).

При майже однаковому ставленні до впливу політичних партій на прийняття електоральних рішень (66% чоловіків і 63% жінок відповіли, що при своєму виборі не будуть орієнтуватися на думку жодної партії) спостерігається суттєва відмінність в самоідентифікації студентів різної статі з певним політико-ідеологічним напрямком. Не визначились з тим, політиків яких переконань підтримують 17% чоловіків і 32% жінок. Підтверджується ідея про те, що виборці-жінки набагато важче ідентифікують себе з певним ідеологічним напрямком. Нижчий рівень

партійно-ідеологічної самовизначеності студенток дозволяє говорити про нижчий рівень їх активності в електоральному процесі.

Як вважає О.Вишняк, як і в ситуації вибору певних політичних сил, так і в самому факті участі в голосуванні, теорія партійно-ідеологічної ідентифікації пояснює поведінку “активного виборщика”, а теорія раціонального вибору (економічного голосування) – малополітизованої, партійно-ідеологічно не ідентифікованої частини виборців, які зважують значимість участі у виборах, розраховують їх можливий вплив на їх особисте життя [39].

В той же час, для студенток більш прийнятною формою захисту своїх політичних переконань та інститутів є участь у виборах, діяльності молодіжних та громадських організацій. Відповідаючи на запитання: “В яких формах політичної активності Ви могли б взяти участь з метою захисту своїх інтересів і політичних переконань?” – жінки пріоритет віддали виборам (61% голосів), діяльності молодіжних організацій (48% голосів), діяльності громадських організацій (16% голосів). У мужчин співпадають дві перші позиції (вибори 50%, діяльність молодіжних організацій – 30%), але на третьому місці (14%) – участь в страйках та акціях громадської непокори (жінки – 12%) і вищий відсоток тих, хто вважає можливим захист своїх інтересів за допомогою голосування 8% проти 3% серед жінок. Серед студентів-мужчин спостерігається більш високий відсоток осіб, що вважають можливим використання більш радикальних форм політичної активності, але все-таки вибори, безумовно є домінуючою формою політичної активності для більшої половини студентства (Рис. 2.3.).

Таблиця 2.3

**Розподіл відповідей на запитання: “В яких формах політичної активності Ви могли б взяти участь з метою захисту своїх інтересів і політичних переконань?” серед чоловіків і жінок (у %)
(респонденти могли позначити всі форми, що їм імпонують)**

Форми політичної активності	У %	
	Чоловіки	жінки

Вибори	50	61
Участь в діяльності політичних партій	9	10
Участь в діяльності громадських організацій	10	16
Участь в діяльності молодіжних організацій	30	48
Участь в мітингах, народних віче	11	9
Участь в страйках, акціях громадської непокори	14	12
Участь в голодуваннях	8	3
Участь в інших формах	2	1
Не визначився	23	13

В той же час, серед мужчин більший відсоток осіб, які не визначились із тими формами політичної активності, які вони прагнули б використати.

В процесі дослідження прослідковується більш самокритичне ставлення студенток до свого рівня знань щодо виборчого законодавства. Тільки 13% жінок вважають себе добре обізнаними з нормами Закону України “Про вибори Президента України” від 05.03.99р. (чоловіків 24%). Більшість оцінює свої знання як недостатні –62%, зовсім необізнані – 23% (у чоловіків відповідно 56% і 20%). Тому 42% студенток важко відповісти на запитання, що означає для них інститут Президента в Україні (серед чоловіків лише 30% таких відповідей). Таким чином, можна відмітити нижчий рівень знань у студенток щодо законодавства, що регулює вибори. Як наслідок цього, 53% з них вважають за необхідне здійснення освітніх програм для виборців і тільки 4% їх необхідність заперечує (серед чоловіків відповідно 50% і 10%).

Розходження між чоловіками і жінками щодо джерел електоральної інформації, зацікавленістю політикою, терміну щодо прийняття рішення про участь у виборах та ін. в середовищі студентської молоді є несуттєвими.

В той же час не можна не підкреслити традиційно вищий вплив на жінок з боку сім'ї, що проявляється і в процесі електоральної поведінки. Прикладом цього можна вважати те, що 37% студенток відповіли, що найбільш допомагає їм, якщо вони вагаються чи йти на вибори, приклад членів сім'ї, знайомих (серед чоловіків – 29%).

Чоловіків навпаки, найбільше мобілізують по відношенні до виборів заклики громадськості (36%).

Простежуючи гендерні особливості в електоральній поведінці студентської молоді, можна зробити наступні узагальнення:

- для студенток характерний більш емоційний підхід щодо виборів, оцінка їх з позицій очікування.

Згідно теорії очікування, крім безпосередньої мотивації, на людину впливає стан очікування того, що намічена нею стратегія поведінки зрештою приведе саме до визначеного в ідеальній системі координат результату [40];

- при виборі кандидата студентки надають перевагу особистісним характеристикам, пов'язаним з морально-діловими якостями і загальним рівнем культури. Значна увага до володіння кандидатом державною мовою, як і для чоловіків, може розглядатись через регіональні особливості Західної України;

- студентське жіноцтво важче ідентифікує себе з певним політико-ідеологічним напрямком, що проявляється в значній частці тих, які не визначились. Для більш як третини студенток, які пов'язують себе з певним ідеологічним напрямком, характерний “раціональний вибір”;

- вибори залишаються основною формою реалізації студентками своїх політичних переконань та інтересів. Також більш прийнятними вважаються участь в діяльності громадських та молодіжних організацій;

- серед студенток нижчий рівень знань щодо виборчого законодавства, що можна вважати наслідком дещо нижчого рівня зацікавленості політикою;

Наведені відмінності менш різкі і суттєві у порівнянні із розбіжностями в інших вікових і освітніх групах.

Якщо виділити типовий характер поведінки студентки у процесі виборчої кампанії, то можна її охарактеризувати, як більш емоційне сприйняття самих виборів та кандидатів на них і разом з тим більш раціональне голосування в процесі самого вибору.

Аналіз соціально-демографічних чинників, що визначають електоральну поведінку студентської молоді, неповний без виділення її особливостей як окремої гомогенної групи в структурі сучасної української молоді. Вікові особливості та специфіка основного виду діяльності – навчання, безумовно опосередковано визначає зміст та характер виборчої діяльності. Саме в середовищі студентства активно відбувається процес політичної соціалізації особистості. Він може розглядатися на основі 2 аспектів:

- політичне дозрівання індивіда, розвиток власного погляду на політичні відносини, формування своїх орієнтацій і їх вибір;
- сприйняття від попередніх поколінь політичних поглядів, ідей, уявлень та норм, їх оцінка, відбір та засвоєння.

В ході свого індивідуального розвитку кожен стикається з необхідністю вибирати себе – згоджуватися зі своїми рідними чи педагогами, сприймати офіційні підручники чи газети або виробляти критичне відношення до дійсності. Лояльність чи непокірність до пануючих політичних установок - це те, що характерне для особистості в юнацькі роки.

Особливість сучасної студентської молоді в тому, що вона проходить процес становлення вже в новій, хоч і до кінця несформованій, соціально-політичній системі, не маючи ностальгії за “світлим комуністичним минулим”.

Тому серед студентства таке несприйняття комуністичної ідеології та командно-адміністративної системи господарювання. Тільки 2% респондентів підтримують комуністичну партію і жоден не виступає за повернення до командно-адміністративної системи.

Дослідження електоральної поведінки студентів показують, що серед студентів відчутно проявляється тенденція до зниження колективістських засад і, навпаки,

зростає індивідуалізм, відокремленість [41]. Наслідком цього можна розглядати і низьку залученість до участі в політичних партіях, і посилення індивідуалізму в процесі виборчої кампанії щодо активізації електоральної поведінки (26% респондентів відповіли, що вони визначають чи йти на вибори чи – ні тільки на основі внутрішніх потреб, прагнень чи переконань).

В той же час, студентство зберігає і значний потенціал щодо підтримки більш радикальних форм політичної участі. Дослідження Інституту проблем молоді показали, що до різних форм “політичної боротьби”, таких як: економічні страйки, санкціоновані мітинги, політичні голосування, схвально ставляться, в першу чергу, студенти та службовці з вищою освітою [42]. Дослідження, проведені дисертантом, показали, що до таких форм політичної участі прихильно ставляться 28% респондентів.

Російський вчений Р.Мілошев, говорить про те, що в духовному житті молодих росіян, появилися відповідні уявлення, які заохочують до здійснення асоціального життя: крайно індивідуалістські, анархістські або ліворадикальні погляди, орієнтовані або на соціальний паразитизм, або на вічний переділ власності або скинення всякої влади [43].

Під час опитування, здійсненого в процесі дисертаційного дослідження, хоч і поодинокими були відповіді про те, що допускається можливість “взяти зброю в руки” для захисту своїх інтересів, чи відкрито заявлялося про “кримінальні доходи” або декларувалась прихильність до секти “сатанистів”, що однозначно носить антисоціальний характер.

Матеріал, викладений в II розділі дисертації, дає підстави зробити наступні висновки та узагальнення:

- особливості електоральної поведінки студентської молоді є відображення трансформативного характеру сучасного українського суспільства і вивчення її не може базуватись тільки на основі якоїсь однієї теорії електоральної поведінки. Тут необхідно враховувати весь комплекс факторів та характеристик, використовуючи запропонований відомим російським соціологом В.А.Ядовим політеоретичний

підхід в інтерпретації та поясненні фактів “з допомогою певної теорії ми як би пояснюємо деяку “частину” спостерігаємих явищ і далі додаємо інші пояснення, що в кінцевому випадку дозволяє сподіватись на ... майже повне пояснення [44].

Використання ідеї О.І.Вишняка дає можливість визначити, що теорія партійно-ідеологічної ідентифікації пояснює поведінку “активного виборщика”, а теорія раціонального вибору (економічне голосування) – малополітизованої, партійно неідентифікованої частини виборців, які зважують значимість участі у виборах, розраховуючи їх можливий вплив на особисте життя. В процесі виборчої активності і у випадку електорального вибору певних політичних сил і кандидатів, має місце дворівневий процес: активна, політично визначена частина виборців голосує партійно-ідеологічно, а політично незаангажована – раціонально і “економічно”[45].

Студентська молодь може розглядатись в якості певної гомогенної групи молоді - особливої гетерогенної суспільно-диференційованої спільноти. Криза системи вищої освіти в Україні, пов’язана з її фактичною платністю (офіційною і неофіційною), привела до різних можливостей щодо її здобуття для різних суспільних верств. Тому студентство не є зеркальним відображенням соціальної структури сучасного українського суспільства, в першу чергу, його найбільш неіснуючих соціальних груп. Приналежність студентства до більш заможних (якщо так можна висловитись) соціальних груп відображається на його поведінці, в тому числі і електоральній.

В студентському середовищі домінують ринкові орієнтації, що в певній мірі визначає мотивацію електорального вибору. Низький рівень підтримки ідеї повернення до командно-адміністративної економічної системи.

Власний соціальний статус студентство оцінює завищено, не пов’язуючи його з рівнем задоволення матеріальних потреб. В той же час, студенти з низьким рівнем життя є електоральною базою для політиків радикальних ідеологічних переконань.

Вибори залишаються основною формою політичної участі для більшої частини студентства, лише близько 2% бере участь в діяльності політичних партій. В той же

час спостерігається потенційна можливість більш широкого залучення студентства до членства в політичних партіях і молодіжних організаціях.

Рішення політичних партій на підтримку того чи іншого кандидата на виборах не є вирішальним мотивом для більшої частини студентства.

Біля третини опитаних не ідентифікують себе з певним політико-ідеологічним напрямком, що безумовно знижує рівень електоральної активності. Високий рівень підтримки національно-демократичної ідеології та партій цього спрямування і значимість такої риси характеру кандидата на виборах як вільне володіння державною мовою безумовно можна віднести до регіональних особливостей Львівської та Івано-Франківської областей.

Більшість студентів не ідентифікують себе як особливу соціально-демографічну групу, якій притаманні специфічні соціальні, політичні та економічні інтереси, хоч економічні проблеми можуть бути серйозним чинником підвищення їх соціальної активності, в тому числі і політичної. Студентство більш терпимо відноситься до статевих характеристик кандидатів на виборах, хоча не підтримує ідеї так званої “паритетної демократії”. Гендерні особливості проявляються в більш емоційному сприйнятті студентками виборів взагалі і особистості кандидата зокрема, а також нижчим рівнем партійно-ідеологічної ідентифікації.

Соціально-психологічні характеристики студентства опосередковано впливають на характер і форми їх політичної участі, в тому числі електоральної поведінки.

Незважаючи на те, що студентський електорат займає невисоку частку в загальній кількості виборців ($\approx 5\%$), дослідження особливостей рівня електоральної активності бачиться важливим через:

- аналіз сутнісних характеристик нового покоління, яке сформувалось в період незалежної України і буде визначати її майбутнє;
- особливостей студентства, яке через свій динамізм і активність має значний потенціал щодо залучення його до різних форм політичної активності;

- вивчення студентства з позицій аналізу нової політичної еліти, що зароджується і визначатиме майбутній політичний розвиток України.

РОЗДІЛ III.

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ В УМОВАХ ЗМІШАНОЇ ВИБОРЧОЇ СИСТЕМИ.

3. 1. Підвищення рівня політичної культури студентської молоді як основна умова активізації її виборчої поведінки.

Політичну культуру можна охарактеризувати як сукупність поглядів, переконань, орієнтацій і зразків поведінки, що визначають відношення людей до політичної сфери життя суспільства, рівень і направленість їх політичної активності. Рівень політичної культури електорату в цілому і окремих соціально-демографічних груп визначає характер електоральної поведінки та її рівень.

Аналіз електоральної поведінки студентської молоді, проведений в процесі дисертаційного дослідження, показує, що в значній мірі рівень залученості студентства до різних етапів виборчої діяльності є відображенням рівня його політичної культури. Низький відсоток електорально-активного студентства, низька залученість до діяльності політичних партій та громадських організацій, значна кількість осіб, що не визначились з своїми політико-ідеологічними симпатіями та формами політичної участі визначається недостатнім рівнем освоєння демократичної політичної культури. В той же час даний стан політичної культури безпосередньо пов'язаний з нерозвиненістю демократичних політичних інститутів і недостатньою ефективністю діяльності владних структур і низькими темпами економічних перетворень. В контексті дослідження політичної культури студентської молоді необхідно враховувати процеси політичної соціалізації, які проходять в студентському середовищі і, в значній мірі, визначають його політичну культуру.

Студентство є відображенням потенціальних можливостей суспільства, саме за рахунок сучасних студентів буде в майбутньому формуватися політична еліта суспільства.

Характеризуючи політичну культуру населення, виділяють такі показники її рівня розвитку:

1) рівень задоволеності і політичної довіри – характеристики емоційного відношення населення до органів влади, партій і політичних лідерів;

2) політична інформованість і компетентність – показники загального відношення до політики, політичних знань і можливості компетентно оцінювати ті чи інші політичні альтернативи;

3) політична активність і залученість – міра участі населення в різних формах суспільно-політичного життя (членство в партіях, громадських організаціях, участь у виборах, контактах з представниками влади і опозиційних сил і т. д.);

4) політична ефективність і готовність до соціального протесту – характеристики уявлень людей про власну можливість впливати на соціальні процеси і політичні рішення або законним шляхом, або у формі нелегітимної протидії владі;

5) політична ідентифікація – рівень залученості людини до певних політичних одиниць (нація, держава, партія і т.д.), до яких він відчуває прив'язаність, лояльність чи обов'язок;

6) національна і соціально-класова толерантність – рівень терпимості до представників інших національностей та соціальних груп [1].

Політична культура – це галузь ціннісно-сислової детермінації поведінки людей по відношенню до певних політичних явищ.

Отже, виходячи із суті політичної культури, її можна розглядати як певний комплекс знань (істинних чи хибних) про політику та її суб'єкти, емоцій і оцінок, які створюють цілісну систему і визначають відношення до політичної сфери і рівень та направленість політичної активності.

Таким чином, підвищення рівня політичної культури можливе шляхом безпосереднього впливу на знання, емоції та оцінки її носіїв.

Показники політичної інформованості і компетентності дуже важливі щодо визначення рівня політичної культури студентства, як соціально-демографічної

групи, яка знаходиться в стадії політичної соціалізації, тільки починає залучатись до різних форм політичної активності, не має зовсім або має невеликий електоральний досвід.

Дисертаційне дослідження показує, що студенти критично оцінюють рівень знань щодо законодавства, яке регулює виборчий процес. 60% респондентів недостатньо і 27% зовсім необізнані із Законом України “Про вибори народних депутатів” від 24.09.97р., із нормами Закону України “Про вибори Президента України” недостатньо обізнані 57% і зовсім необізнані 22% респондентів. Як наслідок 35% опитаних не можуть відповісти про те, що означає для них інститут Президента в Україні. Не може бути активної електоральної поведінки, якщо вона не базується на знаннях щодо виборів взагалі і інститутів державної влади, які обираються. Недостатність або відсутність знань є свідченням некомпетентного і невідповідального вибору. 26% студентів відповідаючи на запитання щодо порушень в день виборів до Верховної Ради 29.03.98р. відповіли, що не знають, що взагалі вважається порушенням виборчого законодавства, а що ні. В той же час, 47% не знають про право виборців голосувати достроково. Визначаючи, яка система найкраща для України, 21% не можуть відповісти, бо не знають відмінностей між мажоритарною, пропорційною і змішаною системами, а 30% не визначились, яка виборча система найкраща.

Таким чином, половина респондентів не усвідомлюють суть виборчої системи і значення її впровадження для демократизації політичного життя України.

Причому, у відповідях студентів відчувається розуміння недостатності знань про політичні відносини взагалі і вибори зокрема. В квітні 62% і в жовтні 58% респондентів підтримували необхідність проведення спеціальних освітніх програм для виборців. Таким чином, більша частина опитаних розуміє необхідність одержання знань про виборчий процес, що повинно сприяти свідомому, компетентному і відповідальному електоральному вибору. Не відкидаючи роль і значення спеціальних освітніх програм для виборців, бачиться важливим і вплив навчальних дисциплін на формування цілісних знань щодо

політичної сфери життя суспільства в цілому і виборів зокрема. Саме навчання взагалі і вивчення навчальних дисциплін суспільно-гуманітарного циклу особливо повинне забезпечити здійснення активного і цілеспрямованого процесу політичної соціалізації сучасного українського студентства. Від того, наскільки ефективним буде навчальний процес, залежить не лише рівень професійної підготовки майбутнього спеціаліста, але й рівень його політичної інформованості і компетентності, що визначатиме його політичну залученість та активність.

Під час дисертаційного дослідження вивчалось відношення студентів до ролі навчальних дисциплін суспільно-гуманітарного циклу у формуванні знань щодо політичної сфери і виборів зокрема (Рис.3.1.).

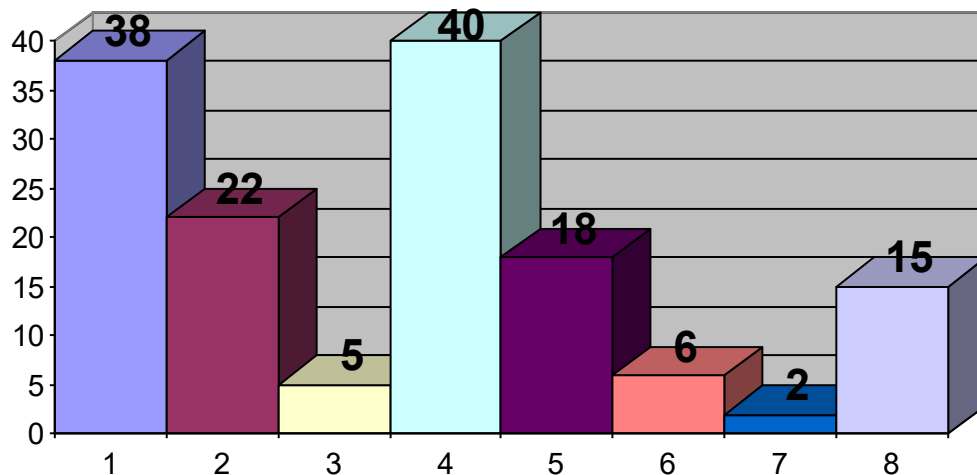


Рис.3.1. Розподіл відповідей на питання: “Вивчення яких навчальних дисциплін допомагає Вам розуміти політичне життя України і орієнтуватись в ньому” (у %)

(респонденти могли дати кілька відповідей)

1) історії України; 2) політекономії; 3) українознавства; 4) політології; 5) соціології; 6) філософії; 7) інших; 8) ніяких.

Звичайно, різна роль навчальних дисциплін у формуванні політичних знань про сучасне життя в Україні, і тут закономірним виглядає найвищий рівень політології,

але тривожить 14% відповідей про те, що жодна навчальна дисципліна не допомагає розуміти політичне життя України.

Конкретизуючи дослідження цього питання: “Чи достатньо знань про політичне життя та вибори Ви одержуєте в процесі вивчення навчальних дисциплін.

Одержані відповіді розділились наступним чином: так, повністю – 12%; недостатньо – 4%; не зовсім, вони відстають від реалій сьогодення – 34%, мало пов’язані з практичним життям – 36%; важко відповісти – 14%.

Отже, переважаюча більшість вважає рівень викладання суспільно-політичних у вузах надмірно теоретизованим, таким, що недостатньо пов’язаний з конкретними реаліями суспільного розвитку України. Це можна розглядати і як спадщину традицій радянської вищої школи, коли теоретичні знання мало відповідали дійсності. Звичайно, вивчення суспільно-політичних дисциплін не може забезпечувати одержання повних знань студентами про політичну дійсність, так як передбачається самостійна робота студентів, сприйняття інформації засобів масової комунікації.

В той же час, як відмічає В.Козак – нині інформація в ЗМІ на політичні теми потребує досить високого рівня політичної свідомості та інформованості, що робить їх не завжди зрозумілою для певної частини громадян [2].

Виникнення ситуації відриву системи освіти від практичного життя можна розглядати і як наслідок глобальної кризи освіти. Як відмічає В.М.Піча, насамперед йдеться про кризу соціалізації. Класична система освіти менш за все здатна забезпечити опанування молоддю всієї множини соціальних ролей [3]. Але таке становище є відображенням типового для нашого суспільства відношення до освіти: висока інструментальна цінність освіти як засобу соціального просування при незначній змістовній цінності одержаних знань і обмежених пізнавальних інтересів. Звідси і відповідний рівень культури особистості, яка просто не справляється з потоком інформації, яку продукує демократична культура [4].

Недостатня роль освіти у формуванні політичної культури студентства є наслідком як глобальної кризи системи освіти, так і наслідком відношення до неї в

тоталітарному суспільстві. Деполітизація системи навчання у вищій школі не повинна супроводжуватись ігноруванням і відособленням від реалій політичного життя. Бачиться необхідність більшої конкретизації навчальних програм по суспільно-гуманітарних дисциплінах щодо їх наближеності до конкретних політичних процесів на Україні, пов'язаних з трансформацією політичної системи.

Саме навчальні дисципліни повинні відігравати значну, якщо не основну, роль у формуванні демократичної політичної культури студентства.

В системі аналізу ролі всіх суспільно-гуманітарних наук у підвищенні рівня політичної інформованості та компетентності студентства, бачиться необхідним конкретизувати роль соціології в цьому процесі. З 1993 року курс соціології є обов'язковим для вивчення у всіх вищих навчальних закладах різних рівнів акредитації. Самі студенти в процесі дослідження визначили їй 4 місце по впливу на формування знань щодо політичного життя України (18% голосів). В той же час, на побутовому рівні соціологія входить в масову свідомість через різноманітні соціологічні дослідження, активність яких особливо висока у період виборчих кампаній.

Різноманітні засоби масової інформації систематично використовують різноманітні дані соціологічних досліджень, в першу чергу опитувань громадської думки. Більше того, навіть самі мас-медіа прагнуть проводити свої опитування (особливо на телебаченні, коли виходять так звані інтерактивні програми). Різноманітні і неоднозначні дослідження викликають відповідну реакцію студентства (Рис. 3.2.).

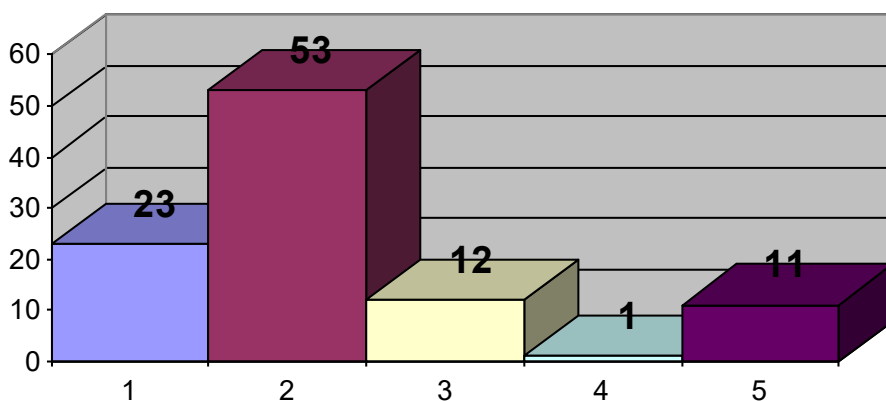


Рис.3.2. Розподіл відповідей на питання: “Чи впливають на формування думки щодо політиків і виборів дані соціологічних досліджень (у% до всіх, що відповіли)”

1) звертаю і враховую; 2) звертаю увагу, але це ніяк не впливає на мою думку; 3) не звертаю увагу зовсім; 4) інше; 5) важко відповісти.

Більше половини респондентів звертають увагу на соціологічні дослідження, але не дають їм суттєвого значення.

Це, по суті, є відображенням загальної ситуації в українському суспільстві пов’язаної з: а) недостатнім розумінням інститутами державної влади і громадянами ролі соціології взагалі і вичення громадської думки зокрема в демократизації суспільства; б) непоодиноким випадкам кон’юктурних і дилетанських досліджень, які підривають авторитет соціологічної науки в цілому.

Звичайно, в сучасний період соціологічна спільнота робить серйозні зусилля, направлені на зміцнення статусу, авторитету і об’єктивності соціологічної науки, відмежування від різних “псевдосоціологічних” досліджень. Але в той же час стоїть проблема демократизації інститутів політичної влади через сприяння, врахування і використання ними громадської думки, а також підвищення політичної культури самого населення з метою формування цієї думки.

Необхідно пам’ятати про те, що сама система вивчення громадської думки є дієвим механізмом контролю за діяльністю політичних інститутів і процесом прийняття і реалізації політичних рішень. Соціологічні дослідження в процесі виборів і після них (так зване опитування на виході) можна розглядати як форму громадського контролю за об’єктивністю і демократичністю виборів, позбавлення їх від фальсифікації.

Завданням соціології, як навчального курсу в системі вищої школи, є поширення знань, які би дозволяли студентству розуміти можливості і роль соціології в процесах демократизації суспільства.

Підвищення рівня політичної інформованості і компетентності студентської молоді, поряд з посиленням ефективності і практичної спрямованості навчальних

дисциплін, можливе за рахунок поширення на студентство освітніх програм для виборців. Громадська просвіта виборців передбачає роз'яснення їм таких засадничих питань: чому так важливо голосувати; чому голосування має бути таємним і з яких причин необхідно забезпечувати безпеку тих, хто голосує, чому результати голосування повинні поважатись та ін. Громадська просвіта також повинна допомогти виборцям розрізняти політичних конкурентів, щоб вони могли зробити компетентний, усвідомлений вибір. Освітні програми спрямовуються на підвищення електоральної активності громадян не лише у день виборів, а й під час усієї виборчої кампанії, у період між виборами. Освітні програми для виборців є ефективним засобом політичної соціалізації особистості, оскільки стимулюють залученість до виборів на різних їх етапах. Саме ці програми мають на меті компенсувати недостатній електоральний досвід, притаманний студентству.

Використовуючи світовий досвід, в Україні поширюються освітні програми для виборців через діяльність недержавних установ, так і через роз'яснювальну роботу органів державної влади. Значний вклад в розвиток освіти виборців вносить Комітет Виборців України, утворений в 1994р., який зосереджує діяльність на розвитку громадської активності і свідомості виборців, його активісти спостерігають за проведенням виборів. Причому, переважна більшість серед активістів КВУ – це теперішні і вчорашні студенти. Освітні програми здійснюють ще й інші установи (наприклад, фонд “Українська перспектива”).

Потреба освітніх програм на етапі системної трансформації українського суспільства є ще й тому, що мало студентів є членами об'єднань громадян, або вважають, що котрась з політичних партій чи громадських організацій представляють їх інтереси. За такої ситуації проведення виборів за мажоритарно-пропорційною виборчою системою вимагатиме масштабних освітніх програм, які б допомогли виборцям зробити компетентний вибір за партійними списками.

Звичайно, освітні програми повинні мати адресний характер і, по відношенню до студентства, поєднуватись з навчальними дисциплінами (особливо політичного спрямування), а також із виховним процесом роботи навчального закладу.

В той же час, 59% респондентів відповіли, що їм невідомо про те, що в Україні здійснюються спеціальні освітні програми для виборців, хоча 58% підтримує їх, заперечує необхідність таких програм 7% і вагається з відповіддю 32%. Можна говорити про недостатній рівень просвітницької діяльності серед виборців-студентів і відчутну зацікавленість останніх в їх активізації.

В комплексному поєднанні вивчення навчальних дисциплін і освітніх програм для виборців, студентство матиме можливість підвищити рівень політичної інформованості та компетентності, що сприятиме підвищенню виборчої активності через здійснення відповідального та свідомого електорального вибору. Засвоєння знань щодо виборчого процесу може бути стимулом залучення студентства до різних форм виборчої активності, враховуючи досить високий рівень мобільності цієї соціально-демографічної групи. Цікавими бачаться заходи, що мають на меті закріпити одержані знання за допомогою певної ігрової форми. З таких позицій можна розглядати Всеукраїнську молодіжну акцію “Студентські вибори Президента”, яка проходила 29 вересня 1999 року Комітетом молодих виборців України [5]. Поряд з певними недоліками у проведенні акції та деяким рекламним характером її проведення, не можна не відмітити позитивні аспекти. Студенти, яким виповнилося 18 років мали можливість ознайомитися із самою процедурою голосування, сама акція мала метою підкреслити як значення виборів, як визначального інституту демократії, так і значення студентства, як тієї частки суспільства, яка визначає потенційні можливості майбутнього розвитку. Значна масовість акції (а було розповсюджено 500 тисяч бюлетнів) тільки підвищила її значимість. При певній недосконалості проведення “Студентських виборів Президента” 29.09.99р., це перша масова електоральна акція в масштабах України, яка дала можливість змодельовати майбутні (31.10)

вибори Президента України і ознайомити студентство з самою процедурою голосування. Заходи, пов'язані з виборами у “Студентській республіці”, мали регіональний характер, хоча це також спроба в такій формі донести знання до студентства щодо виборів взагалі. Весь цей комплекс заходів, безумовно, повинен

стимулювати збільшення знань щодо виборів в студентському середовищі. А саме, коли виборці мають відповідні знання, як вважає П.Мерло, з'являється можливість більшого вибору і воля народу одержує адекватне вираження [6].

Одержані знання та практичні навички повинні формувати в студентському середовищі демократичну політичну культуру, підвищувати її рівень. Як вказує Є.Головаха – для того, щоб демократія набула в суспільстві статус реально діючої системи влади, необхідне не тільки розуміння більшістю населення її основних принципів, але і згода людей жити у відповідності з цими принципами – самостійно, зі всією повнотою відповідальності, без постійної опіки всевладної і всезнаючої влади. Далеко не завжди і далеко не у всьому такий спосіб життя створює людині емоційний комфорт. За право вибору приходиться розплачуватися відповідальністю, за свободу – невизначеністю, за рівність можливостей – критичною оцінкою своїх здібностей [7].

Поряд з підвищенням рівня політичної інформованості і компетентності, удосконалення політичної культури студентства пов'язане із зростанням його політичної активності і залученості.

Політична активність і залученість проявляється через рівень участі в різних формах суспільно-політичного життя – членство в партіях, громадських організаціях, участь у виборах і т.д.

Важливим фактором підвищення політичної культури студентської молоді може розглядатися зростання залученості до громадських, в тому числі молодіжних організацій. Подальша індивідуалізація і приватизація життя в сучасному суспільстві не означає, що повинна зменшуватись кількість громадських організацій різного плану. Навпаки, демократія передбачає об'єднання громадян в різноманітні культурні, освітні, дозвільні, релігійні та ін. організації, які би забезпечили реалізацію потреб громадян і захист їх інтересів. Саме такі об'єднання є складовими елементами громадянського суспільства, з розвитком останнього, їх кількість зростає. Так ще на початку 80-х років в США майже 3/4 дорослого населення були членами однієї або декількох добровільних асоціацій [8]. Вхідження до громадських

організацій сприяє підвищенню соціально-політичної активності особистості, сприяє підвищенню електоральної активності. В той же час, спостерігається пасивне ставлення студентства до різноманітних об'єднань громадян. Під час дисертаційного дослідження 87% респондентів відповіли, що ніколи не приймали участь у зборах об'єднань громадян і тільки 1% їх відвідують постійно (2% - часто і 10% - ніколи). Низьким авторитетом і підтримкою користуються і молодіжні організації. В основному, це вина самих об'єднань, більшість з яких – своєрідні “апаратно-кабінетні об'єднання певного кола молодіжних функціонерів, що згуртувались навколо молодіжного лідера, котрий орієнтується на ті чи інші політичні сили та, підтримуючи їх, отримує для себе і для своїх сподвижників певні дивіденти” [9].

Низький рівень залученості студентської молоді до громадських, в тому числі молодіжних організацій, пов'язаний з неефективністю діяльності останніх, неспроможність перейти від програм та лозунгів до конкретних дій. Також погана матеріально-фінансова база організацій не сприяє залученню до них. Така ситуація може привести до того, що молодь не матиме власних інституціалізованих структур, які б цивілізованим шляхом відстоювали її інтереси. Не маючи таких громадсько-політичних утворень, молодь, у період загострення конфліктів і різкого погіршення її становища, може стати об'єктом маніпуляції з боку сил, чужих до її справжніх інтересів та схильних до силових методів розв'язання конфліктів [10].

В той же час, в студентському середовищі спостерігається серйозна потенційна зацікавленість щодо молодіжних і громадських організацій. Визначаючи ті форми активності, які б давали можливість захищати політичні переконання та інтереси студентів, 38% респондентів вважають придатним для цього участь в діяльності молодіжних організацій і 13% участь в діяльності громадських організацій. Така зацікавленість набагато вища за реальну кількість учасників громадських об'єднань. Тому необхідним бачиться підвищення активності відповідних об'єднань з метою залучення студентства до своїх рядів, подолання “споживацького” ставлення до

молоді, коли нею цікавляться тільки з метою одержання електоральної підтримки в сам період виборів.

А коли вибори закінчуються, зразу про молодь взагалі і студентство зокрема забувають. Підвищення політичної активності і залученості студентської молоді шляхом входження її до громадських об'єднань пов'язана з активною, цілеспрямованою діяльністю відповідних об'єднань, відображенням ними потреб та інтересів студентства, відповідного стилю діяльності, надання пріоритетів, щодо розв'язання проблем студентської зайнятості, задоволення культурно-побутових та дозвільних інтересів. Звичайно і діяльність органів державної влади та управління повинна спрямовуватись на всіляку підтримку просоціальних громадських, в тому числі і молодіжних, об'єднань, які стоять на позиціях побудови демократичної, правової і соціальної Української держави. Тільки спільні зусилля громадських і державних інститутів дадуть можливість сприяти системі вищої освіти у формуванні громадськості у студентства. Громадянськість полягає в осмисленні себе як учасника державного життя, ідентифікації зі своєю країною, її історією, її державними завданнями і цілями, готовності прийняти на себе всі обов'язки громадянина цієї держави і виконувати права надані Конституцією [11].

Саме громадянськість характеризує політичну активну особистість, яка реалізує себе в різних формах політичної активності і електоральна поведінка якої формується на основі внутрішніх переконань та прагнень, громадянського обов'язку, а не бажання вибрати менше з двох зол, не допустити повторних виборів, щоб не витратити державні гроші і т.д., мотивів, які, на жаль, досить поширені в сучасному суспільстві і активно використовуються сучасними виборчими технологіями.

В той же час, як вважає М.Олійник, студенти, хоча усвідомлюють свою відповідальність за голосування на виборах, відчувають свою неспроможність щодо вирішення та розв'язання кризових ситуацій, які виникли в нашій країні.

В той же час, сьогоднішня молодь розуміє свою відповідальність перед майбутнім [12].

Підвищення рівня політичної культури студентської молоді пов'язане із зростанням політичної довіри до органів влади, політичних партій та лідерів. Одним із засобів підвищення довіри до політичних інститутів є забезпечення громадської довіри до самого інституту виборів. Довіра до виборів можлива при наявності в державі можливостей для реалізації прав і свобод людини в електоральному процесі. Неоднозначне ставлення до виборів в студентському середовищі (Рис.3.3)

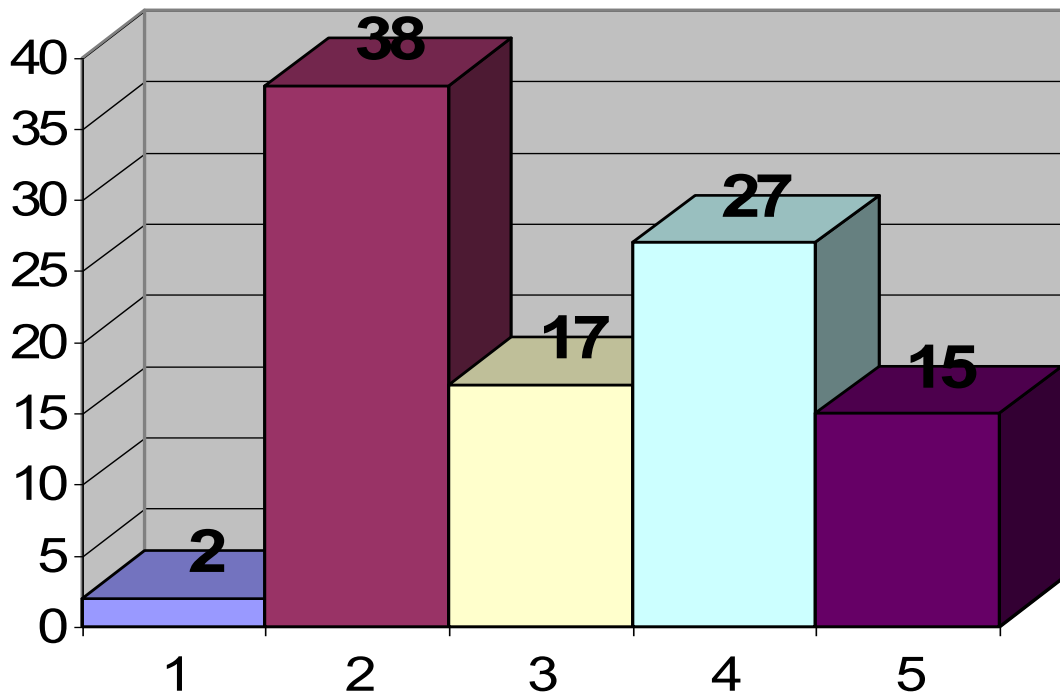


Рис. 3.3. Розподіл відповідей на запитання: “Чи вважаєте Ви, що вибори в Україні відбувається чесно, без фальсифікацій та підтасовок” (у 10% до загальної кількості)

1) так; 2) ні; 3) скоріше так, як ні; 4) скоріше ні, як так; 5) важко відповісти.

Більшість студентів, які опитувались, вважають, що вибори на Україні відбуваються з порушеннями. Звідси, незважаючи на низький рівень абсентеїзму ($\approx 7\%$), домінує пасивне і байдуже ставлення до голосування.

Як вважає П.Мерло, для створення громадської довіри громадян до виборів потрібні:

- переконаність електорату щодо важливості виборів, а також, що результати голосування поважатимуться, таємниця голосування забезпечуватиметься;

- відкритість виборчого процесу для контролю громадянами та організаціями;
- утворення ефективного та безпристрасного адміністративного апарату для проведення виборів, який би діяв по принципах відкритості та прозорості;
- залучення у повному обсязі до виборчого процесу політичних конкурентів;
- забезпечення участі у контролі за ходом виборів незалежних спостерігачів, які заслуговують на довіру [13].

Можна додати ще необхідність ефективного виборчого законодавства, яке унеможливило б різноманітні зловживання в процесі виборів представниками влади і неухильне дотримання законів.

Довіра до інституту виборів забезпечує легітимацію органів влади, підвищує довіру до них, впливаючи на підвищення рівня політичної культури громадян.

Щодо студентів, то дисертаційне дослідження показало високі очікування щодо виборів і прихильність до легітимних форм політичної участі. Зростання довіри до виборів сприятиме зростанню виборчої активності студентства, посиленню залученості до всіх етапів виборчого процесу.

Таким чином, підвищення політичної культури студентської молоді виступає основною умовою активізації її виборчої поведінки.

Можна виділити наступні шляхи такого підвищення:

- 1) підвищення рівня політичної інформованості та компетентності студентства через удосконалення викладання навчальних дисциплін суспільно-гуманітарного циклу, зміни освітніх програм шляхом їх більшої наближеності до реалій політичного життя України та посилення динамізму;
- 2) поєднання навчання із використанням освітніх програм для виборців, які здійснюють недержавні некомерційні організації;
- 3) використання одержаних знань в процесі практичних заходів (наприклад, моделювання виборів);
- 4) активізація роботи громадських об'єднань з метою підвищення залученості студентства до своєї діяльності, формування у студентському середовищі ідей громадянства;

5) підвищення рівня довіри до органів влади, партій та політичних лідерів через підвищення довіри до самого інституту виборів за рахунок зростання їх демократичності та прозорості.

Безумовно, основною проблемою в цьому плані є підвищення ефективності роботи самих інститутів державної влади на шляху утвердження демократичної політичної системи і подолання соціально-економічної кризи сучасного українського суспільства.

3. 2. Роль політичних партій і блоків, політичних рухів у підвищенні рівня політичної активності студентського електорату.

Політичні партії, блоки та політичні рухи відіграють важливу роль в політичному житті кожної країни. Особливо важлива їх діяльність в перехідних суспільствах, де відбувається трансформація політичної системи, адже саме за рахунок неї визначається сам напрямок і характер трансформації. Залучаючи громадян до політичної діяльності, конкуруючи на виборах з метою одержання найбільшої кількості голосів, політичні партії та блоки тим самим забезпечують реалізацію в суспільстві принципів представницької демократії. Сильні політичні партії є умовою існування сильної демократичної держави. Одними із основних засобів зміцнення політичних партій та рухів є: а) залучення в свої ряди нових членів (в першу чергу молодь); б) завоювання свого електорату, який би дав можливість одержати перемогу на виборах.

В той же час, в сучасному українському житті при значній кількості партій, ефективність їх діяльності залишає бажати кращого. Вони залишаються маловпливовими інертними, користуються низьким рівнем підтримки з боку населення. Партії все більше носять клановий чи груповий характер, захищаючи інтереси окремих груп політиків чи підприємців.

Як наслідок, в студентському середовищі низький рівень довіри до партій, лише 1% респондентів приймають участь в їх діяльності. Хоча дослідження показали, що існує потенційна можливість значно збільшити кількість партійців в студентському середовищі.

10% респондентів відповіли, що вважають для себе можливою участь в політичних партіях з метою захисту своїх політичних переконань і економічних інтересів. Якщо врахувати, що в розвинутих країнах, наприклад у Франції, членами партій є 2-3% від загального числа виборців, а в США на політичні партії припадає 5-7% американців[14], досить значна кількість студентів могла б бути залучена до партійної діяльності.

Політичні партії не використовують своїх можливостей щодо розширення своєї кількості за рахунок студентства, що давало би можливість подолати загальну тенденцію щодо зростання віку членів партії. Залучення студентства до політичних партій та рухів сприяло б посиленню політико-ідеологічної ідентифікації і тим самим підвищенню рівня політичної активності, в тому числі і електоральної. Як стверджує Ю.Шевченко, щоб знайти орієнтири у невизначеному світі політики, пересічний виборець використовує два види засобів, які спрощують вибір – оцінку власного економічного положення і ідеологічну ідентифікацію [15].

Саме входження до політичних партій є важливим засобом політичної соціалізації молодого людини.

Більш широке залучення студентства до членства в політичних партіях та блоках має вирішити ще надзвичайно важливе завдання – формування нової політичної еліти країни. Ротація еліти, її оновлення необхідна умова підвищення рівня довіри електорату до політичних партій та владних структур. Сучасна політична еліта в Україні не виконує своїх завдань і як відмічає М.Шульга на сьогодні у населення України склався переважно негативний образ правлячої еліти. З цієї причини еліта не відтворює всіх тих важливих соціальних ролей та функцій, які вона виконує в стабільному суспільстві – ролі референтної групи, ролі взірця суспільної поведінки, ролі морально-психологічного мобілізатора і провідника мас. Втрачена довіра маси до еліти. У цих умовах неможливий діалог між правлячими колами й основною масою населення [16].

Ефективне оновлення правлячої, в тому числі, політичної, еліти можливе за рахунок нового покоління, яке сформується в умовах незалежної України і яке не має багажу, що залишився від тоталітарної системи. І це, в першу чергу, люди, що зараз здобувають вищу освіту і проходять процес політичної соціалізації.

Треба відмітити, що в сучасному політичному житті, спостерігаються активні спроби з боку патрій щодо залучення в свої ряди молоді взагалі і студентства, як найбільш активної частини, зокрема. Багато партій, прагнучи наблизитись до молоді, створюють різноманітні молодіжні відділення, як

наприклад, Молодий Рух, Християнська молодь, Республіканська Християнська молодь і т. д. Такі молодіжні відділення є спробою зробити партійну структуру більш гнучкою і забезпечити певну автономність і самоврядність молодіжному крилу партії. В той же час, такі молодіжні відділення нерідко виступають за більшу незалежність, виступають за власними оцінками тих чи інших політичних подій – як-от, наприклад, діяльність Українського комсомолу.

Звичайно, відмічаючи важливість процесів партизації студентської молоді, не можна не відмітити, що деякі партії можуть долучати студентство до різних деструктивних дій щодо держави і суспільства. Як вказує М.І.Михальченко, хоча політичні організації і рухи пом'якшують найбільш гострі суспільні проблеми, знижують руйнівну силу неорганізованого натовпу, але інколи, об'єднуючи ірраціональну і агресивну масу, мають великі шанси спрямувати політичні рухи на помсту владі, державі, суспільству. І невідомо, що гірше – некерований соціальний вибух чи керовані дії на розвал країни [17].

Регіональні особливості Західної України проявляються в тому, що комуністична і соціалістична партії користуються низькою підтримкою серед студентства (на рівні 3-4%) і тому не бачиться реальною загроза активізації участі студентів в діяльності, направлених на повернення до Радянського Союзу і відновлення командно-адміністративної економіки. Значно вища вірогідність поповнення за рахунок студентства партій крайнеправого спрямування, які проповідують радикалізм як у завданнях так і способах їх розв'язання (зокрема УНА-УНСО, СНПУ). Тому завданням навчальних закладів, сім'ї, громадськості є пропаганда серед студентства ідеалів гуманізму, толерантності, загальнолюдських цінностей без чого не може існувати демократична система.

Необхідна всіляка підтримка партій демократичного державницького спрямування щодо поширення їх впливу в студентському середовищі.

Думається, що спостерігається можливість розширення кількості членів партій серед студентів, що підтверджують дані дослідження. В той же час, це все-таки був не такий високий відсоток (десь до 5-6%).

Основним засобом залучення студентської молоді до електоральної активності повинна бути активна, цілеспрямована, адресна робота політичних партій в цьому середовищі.

Необхідно, щоб через різноманітні партійні заходи та міроприємства молоді люди засвоювали певні норми і цінності і залучались до політичної активності. Іншими словами, шлях до політичної, а значить і електоральної активності, може лежати через стимулювання і пробудження активності в культурній, просвітницькій, спортивній, екологічній, краєзнавчій діяльності, яка здійснюється на основі певного ідеологічного гасла. Наприклад, боротьба за збереження навколишнього середовища є одним із засобів побудови квітучої “зеленої України”, а краєзнавча діяльність – як спроба відновлення історичної пам’яті і засудження злочинів комуністичного минулого. В той же час, такі заходи повинні ухилятися від зайвої формалізації, парадності і помпезності. Різноманітні форми суспільної активності сприяють соціалізації молоді особистості і стимулюють її до політичної участі з метою реалізації своїх ідеалів і захисту інтересів.

Досвід останніх місцевих, парламентських та президентських виборів показав, що політичні партії та блоки у свему прагненні вплинути на молодь і заручитись її підтримкою, найбільш прийнятним вважали проведення різноманітних концертних заходів. Запрошувались відомі і не дуже відомі виконавці, які за партійні гроші виступали перед глядачами, тим самим прямо або опосередковано закликаючи підтримати ту чи іншу партію або партійний блок. Численні концерти місцевих і заїзджих “зірок” під час виборчої кампанії і Київського міського голови сприяли тільки кращому проведенню вільного часу молодими виборцями, а не забезпеченню перемоги одного із кандидатів. Молодь прийшла на концерти, але не прийшла на виборчі дільниці. Заходи такого типу не можуть бути єдиним і найбільш оптимальним засобом боротьби за голоси молодих виборців. Необхідна ціла система ідеологічно вивіренних, цілісних та ефективних заходів, які проводяться не лише за кілька тижнів до голосування, а охоплюють період між виборами і саму виборчу кампанію.

Необхідно політичній партії доказати, що вона не лише задовільнить дозвільні потреби студентства, а захистить його інтереси і забезпечить більш повне і якісне задоволення потреб. Бачиться невикористаними засобами такі як, створення фондів при партіях для фінансування навчання найбільш талановитої молоді, партійних стипендій, фінансування програм щодо освітнього обміну студентами, вклад в покращення матеріально-технічної бази вузів і т.д.

Такі заходи показали б, що партія чи блок піклується про студентство, а значить про майбутнє держави, а не згадує про нього тільки в період виборів.

Саме споживацьке ставлення до молоді, коли до неї під час виборів апелюють, а після – забувають, і стимулює політичну апатію та нігілізм. Як відмічає Ю.Пахомов, політична пасивність молоді стоїть на заваді формуванню нової генерації політиків, що не обтяжені помилками минулого, а в кінцевому підсумку – формуванню демократичної правової держави, побудові громадянського суспільства [18].

Підвищення авторитету політичних партій і розширення електоральної бази в студентському середовищі потребує безпосередньої участі партій у вирішенні нагальних проблем, в першу чергу, економічного плану. Важливим засобом було б опікування партіями служб молодіжної зайнятості, бюро по працевлаштуванню у вільний від навчання час. Саме з тих студентів, яким допомогли в свій час найти той чи інший підробіток, можна було б рекрутувати активних, мобільних і відданих пропагандистів і агітаторів під час виборчої кампанії. Тим більше це сприяло б залученню на свою сторону батьків та рідних студентів, що значно розширює електоральну базу партії чи руху. Недаремно однією з провідних ідей Президентської кампанії Буша-молодшого в 2000р. в США є реформування системи вищої освіти і державна підтримка щодо можливості її одержання різними соціальними групами населення.

Залучення студентського електорату до підтримки тієї чи іншої партії, пов'язане також із пропагандою партійної ідеології та агітацією за певних осіб-кандидатів, що на даних виборах виступають її носіями. Поширення партійної

передвиборної програми повинно, на нашу думку, базуватись на наступних принципах:

1) повага до виборців. Коли агітація за ту чи іншу партію супроводжується високомірним і самовпевненим відношенням до виборця, це відразу викликає спротив і несприйняття. Як вказує професор Каліфорнійського університету Річард Андерсен, повага до виборця – одна з основних умов успішної виборчої кампанії. Саме цього не вистачало на виборах 1993 в Росії “Выбору России”, який звертався до населення дещо високомірним тоном того, що не сумнівається в своїй перемозі [19];

2) адресний підхід, конкретизований щодо певної групи виборців. Це спостерігалось у виборчій кампанії по виборах Президента України в жовтні-листопаді 1999 року діючого Президента Л.Кучми. Відбувалися конкретні звернення до студентства, як майбутнього нації, здійснювалися пропагандистські акції на кшталт “студентських виборів”, було проведено збільшення стипендій. Ці та інші заходи привели до високого рівня підтримки Л.Кучми серед студентства;

3) доступність, лаконічність і простота сприйняття програми партії чи партійного блоку.

Партійна ідеологія трансформується щодо конкретних проблем, їх оцінки та способів вирішення для полегшення спілкування з масовою аудиторією. Практика певної “примітивізації” викладу тієї чи іншої ідеологічної концепції партії поширена в розвинутих демократичних країнах. Г.Ділігенський вказує, що в США кандидати в президенти, як правило, подають політичну дійсність в більш спрощеному вигляді, пропонують набагато примітивніші, однозначні рішення, ніж коли ті ж діячі стають президентами. В даному випадку кажуться імперативи боротьби за владу: у більшості виборців немає ні бажання, ні здібностей розбиратись в менш-більш складних, вимагаючих розумової напруги концепціях, їм важливіше вловити головний напрямок політичних програм кандидатів, їх “загальний дух”, а він скоріше передається з допомогою найпростіших однозначних формул [20];

4) новизна і неординарність. Особливо актуальним виступає для студентського електорату. Політична соціалізація студентства відбувається в умовах певного ціннісного вакууму. Старі комуністичні ідеали віджили, нові міфологеми не сформовані і невизначені. Демократія як самоціль і самоцінність, так як і національне відродження, в значній мірі затерті і дискредитовані практичними шляхами їх побудови і утворення, які здійснюють сучасні політичні інституції.

Тим важливіше вміння політичних партій та партійних блоків сформувавши новий підхід щодо трактовки і обґрунтування конкретних політичних цілей. Бачиться цікавим в цьому плані досвід Партії Зелених України на парламентських виборах березня 1998 року, яка за рахунок ефективної реклами, пропаганди цінностей, пов'язаних з екологією, пододала 4% бар'єр щодо представництва у Верховній Раді України. Саме за цю партію віддало свої голоси багато молоді, в тому числі і студентство. В зв'язку з відкритістю сучасного українського суспільства, значним інформаційним (особливо культурним) впливом з боку Заходу, сильними іміграційними настроями в середовищі українського студентства, відбувається певна ескалація західних цінностей, в тому числі і політичних. Не випадково, обґрунтовуючи ту чи іншу ідею, як найважливіший аргумент розглядають її втілення в тій чи іншій країні Заходу. Проблема порівняння свого суспільного становища із становищем ровесників в інших, переважно високорозвинутих країнах, з однієї сторони є умовою виникнення завищених соціальних вимог та очікувань студентства, з іншої, приводить до низького рівня підтримки комуністичних та соціалістичних політичних поглядів. Ці настрої особливо сильно в наслідок географічних, культурних, історичних та ін. особливостей, проявляються на території Західної України;

5) максимальне наближення до цільової аудиторії. Поширення партійної ідеології буде більш ефективним, коли здійснюватиметься безпосередньо по місцю навчання і компактного проживання студентства (в гуртожитках). Пропаганда певних політичних ідей та цілей може пов'язуватись із заходами культурного, освітнього чи дозвільного характеру. Причому недостатньо обмежуватись тільки

концертами під логотипом тієї чи іншої партії, необхідно пропагувати певну ідею чи цінність, кожен захід повинен мати конкретну ідею – логічне обґрунтування. Як свідчить досвід Українських виборів (особливо Київського міського голови в травні 1999р.), звичайні концерти, які б грандіозні вони не були, неефективні щодо політичного впливу. Молодь сприймає їх тільки як безкоштовне видовище, яке ні до чого не зобов'язує. В той же час, високою ефективністю характеризується залучення самих студентів до політичної пропаганди. Саме вони, як ніхто інший, здатні доступно і авторитетно довести до свідомості пересічного виборця особливості цілей і завдань політичної партії чи партійного блоку. Такий підхід йде в руслі сучасних особливостей виборчої кампанії. Як відмічають російські вчені, якщо раніше метою публічного виступу кандидата було формування позитивного іміджу, позитивного відношення аудиторії, то зараз ставиться завдання залучення його активних прихильників, які прагнуть переконати своїх друзів, знайомих підтримувати даного кандидата чи партію [21].

В той же час, поширення партійної ідеології затруднюється загальним становищем у суспільстві. Відсутність всеохоплюючих ідей, загальних цілей діяльності і неясність перспектив дезорганізують людей, позбавляють їх віри, яка дозволяє знайти себе в соціумі, робить життя соціально значимим. Відсутність ідеалів, віри ускладнює завдання ідеологічного впливу. Трудно пробиватись через броню рівнодушності, апатії і невіри [22].

Розглядаючи можливості партійного впливу на підвищення політичної активності студентства, необхідно врахувати різні можливості партій щодо реалізації цих завдань. Далеко не всі партії в Україні здатні активно пропагувати свою ідеологію і залучати виборців на власну підтримку. Як відмічає О.Нельга, який безпосередньо працює в Центральній виборчій комісії, більшість українських партій не здатні активно боротись за виборця. За даними Мінюсту, напередодні парламентських виборів навесні 1998 року було 53 політичні партії, напередодні президентських виборів восени 1999 року – 76, а станом на 01.02.2000 вже 92. Але ж не всі вони спроможні на таку політичну дію, як участь у виборчому процесі. А

саме: якщо під час парламентських виборів 1998р. із 53-х партій наважились отримати підписні листи лише 44 політичні партії, а зареєструвати у ЦВК своїх кандидатів змогли лише 40 (тобто 21 партія і 9 виборчих блоків, до яких увійшло загалом 19 партій). У президентських виборах 1999р. в передвиборчий марафон вступили всього 12 партій і один виборчий блок, а змогли виконати вимоги закону (зібрати загалом не менше 1 млн. підписів) лише 5 партій і один виборчий блок. Наведені факти свідчать, що багато політичних партій України, усвідомлюючи свою слабкість, відсутність соціальної бази, а звідси і значною мірою і свою штучність, взагалі відмовилися від активної, самостійної участі у виборчому процесі [23].

Таким чином, в силу особливостей сучасної української політичної системи, успіх на залучення електорату на свою сторону, підвищення його активності, мають не окремі політичні партії, а партійні блоки, що об'єднують у собі партії того чи іншого політичного спектру. Причому зараз, внаслідок виникнення нових партій лівого спрямування, порушується традиційна електоральна база Комуністичної та Соціалістичної партій, що спонукає шукати шляхів щодо утворення певних політичних об'єднань. Партії крайнього спрямування (як лівого так і правого) не можна однозначно вважати корисними і конструктивними в процесі побудови демократичного суспільства. Як вказує М.Михальченко, хоча політичні рухи і організації пом'якшують найбільш гострі суспільні проблеми, знижують руйнівну силу неорганізованого натовпу, але інколи, об'єднуючи ірраціональну і агресивну масу, мають великі шанси спрямувати політичні рухи на помсту владі, державі, суспільству. І невідомо, що гірше – некерований соціальний вибух чи керовані дії на розвал країни [24].

Все-таки завданням інститутів освіти, сім'ї, культури є поширення серед студентів загальнолюдських, демократичних цінностей, засвоєння яких сприяло б політичній соціалізації в напрямку побудови демократичного, соціального і правового суспільства в Україні.

Звичайно, високою метою є утвердження в середовищі студентської молоді пасіонарності. Пасіонарність – це поняття, що ним відомий російський історик та

етнограф Л.Гумільов позначав здатність людини чи певної групи людей підпорядковувати власне життя, власну діяльність досягненню ідеальних (навіть якщо вони ілюзорні) цілей, часто нехтуючи задоволенням власних реальних матеріальних потреб [25].

Дослідження Українського інституту соціальних досліджень виявили, що так званий “рівень пасіонарності” найвищий у представників національно-демократичного спрямування. Люди з високим рівнем пасіонарності, зазвичай, згуртовуються довкола нової соціальної ідеї, яка має для них самодостатнє значення, а не служить задоволенню власних потреб [26].

Саме нова соціальна ідея може бути фактором згуртування студентського електорату і підвищення його активності.

Продукування партією нової ідеї повинна супроводжуватись ефективною діяльністю, тому, що не “гола” пропаганда певних ідеологічних поглядів, а саме успіхи в економічній політиці партії, що керує урядом чи президентською адміністрацією, визначають її успіх чи провал на наступних виборах [27].

Як відмічає французький вчений Жан Бодуен, насиченість політичної кон’юнктури є значним фактором, що визначає вподобання на виборах. Вона розглядається на основі таких проявів:

- ефект політичних ставок: дослідники звертають увагу на ефект вирішальних ставок, які можуть вплинути на розподіл голосів виборців, менше будуть голосувати за програму якоїсь партії в цілому, ніж за якісь певні її пункти: для США – це війна у В’єтнамі, політичні права, програма боротьби зі СНІДом, місце жінки в суспільстві тощо;

- ефект лідерів: при вивченні поведінки виборців велике значення приділяється ролі лідерів харизматичного типу, особливість і вчинки яких зможуть змінити усталену поведінку на виборах: так з 1958-го по 1968 рік генерал де Голль згуртував довкола себе тих, хто ніколи не голосував за правих; таке явище також звичне в маленьких комунах, де нерідко навколо “видатного мера “ групується значна кількість виборців;

- ефект засобів масової інформації: дослідження виборів засвідчують також побічну роль засобів масової інформації, телебачення, наголошуючи на вигідних темах і висуваючи на перший план діячів, а не їхні ідеї, воно подвоює два попередні ефекти [28].

Таким чином, підвищити активності виборців і залучити їх на свою сторону політичні партії можуть за рахунок ефективного поєднання партійної пропаганди, особистісних рис партійних лідерів і використання засобів масової інформації, в тому числі партійних.

Політичні партії, особливо в конкурентних системах, відіграють основну роль у координації і розвитку боротьби за владу:

- перш за все, вони виконують “програмуючу функцію”, пропонуючи виборцям і кандидатом перелік можливих вільних варіантів, серед яких вони можуть здійснити свій свідомий вибір;

- у цій якості вони виступають основними силами, які беруть участь у політичних дебатах і, таким чином, сприяють політизації вибору, який раніше залежав від особистої політичної спрямованості або специфічних політичних умов [29].

Підвищення авторитету партій, розширення їх впливу на електорат взагалі і студентство зокрема, пов’язане із змінами в самих партіях. Не можна не згодитися з О.Семківим, що життєздатність кожної партії, їхня масовість і стосунки в партійній системі залежатимуть від того, наскільки її ідейно-програмні настанови сприятимуть здійсненню радикальних політичних і економічних реформ по утвердженню незалежної демократичної України, у формуванні громадянського суспільства, наскільки враховані економічний, соціальний та ідейний плюралізм суспільства [30].

Реалії політичного життя сучасної України вимагають об’єднання зусиль ідейно близьких партій в партійні блоки та об’єднання з метою завоювання свого виборця і підвищення електоральної активності взагалі. Ці процеси досить активні зараз і все більше посилюватимуться з наближенням нових виборів до Верховної Ради.

Важливе значення має послідовність діяльності партій щодо залучення молоді і особливо студентства на свою сторону. Кон'юктурність і споживацький підхід підриває і авторитет партій, і шкодить трансформації суспільства в цілому.

Колишній лідер студентського голодування в жовтні 1990р., а тепер народний депутат України О.Доній говорить про фактичну зраду національним-демократичним партіям студентства. Використавши тиск голодуючих студентів на тодішню владу, Народна Рада не підтримала вимогу перевиборів Верховної Ради, а пізніше сприяла прийняттю змін і доповнень до Закону "Про вибори", підвищивши віковий ценз на виборах до Верховної Ради до 25 років. Всім студентським ватажкам просто закрили можливість перетворити студентський рух на політичне явище [31].

По суті, не знайшла підтримки студентська ініціатива щодо дострокових перевиборів Верховної Ради України, що негативно позначилось на подальших процесах демократизації України і підірвало політичну активність та політичну самоідентифікацію студентства.

Таким чином, в умовах трансформації сучасного Українського суспільства, політичні партії відіграють значну роль у підвищенні електоральної активності студентства. Ця активність підвищується за рахунок:

- біль широкого залучення студентства в партійні ряди;
- використання студентської активності в різноманітних політичних, в тому числі, і виборчих акціях;
- поширення партійної ідеології в студентському середовищі;
- підвищення авторитету політичних партій через залучення до практичного вирішення проблем студентства (побут, розмір стипендії, працевлаштування та ін.);

Підвищення електоральної активності студентства дасть можливість :

а) залучити на свою сторону одну із найбільш мобільних та динамічних соціальних груп;

б) сприяти процесу політичної соціалізації студентства;

в) розширювати електоральну базу партії чи партійного блоку шляхом опосередкованого впливу через студентів на їх рідних та близьких;

г) ініціювати формування нової політичної еліти нового демократичного суспільства.

3.3. Вплив засобів масової інформації та політичної реклами на електоральну поведінку студентської молоді.

Засоби масової інформації відіграють надзвичайно важливу роль в сучасному суспільстві, яке і називають інформаційним. Як відмічає Жан Бодуен, сучасне суспільство охоплене найрізноманітнішими засобами масової інформації, є породженням специфічного “постіндустріального” суспільства. Поєднання інформатики і засобів зв’язку, небувалий спалах медіа і мереж зв’язку породжують своєрідне “комунікативне” перенасичення [32].

Засоби масової інформації (мас-медіа) – це розгалужена мережа установ, що займаються збором, обробкою та поширенням інформації. У цю мережу входять теле- і радіопрограми, газети, журнали, інформаційні агентства, кінодокументалістика, особливе місце займає Інтернет. В процесі функціонування засоби масової інформації здійснюють двобічний зв’язок між комунікатором (тим, хто надає інформацію) і реципієнтом (тим, хто її сприймає), іншими словами відбувається своєрідне спілкування, але не особистісне, як у повсякденній практиці, а з допомогою масових форм зв’язку [33].

Таким чином, в сучасному суспільстві і виникає певна “публічна сфера” – у буквальному сенсі “структура, що говорить”, галузь соціальної рефлексії, здійснюваної не лише в межах легітимних форм літературного виробництва (науки, мистецтва, журналістики, політичної риторики), а й пересічними громадянами. Це простір, де народжується і кристалізується суспільна думка [34].

Засоби масової інформації конституюють і очолюють публічну сферу. Існування цієї сфери має змінний характер активності, але саме вибори до законодавчої і виконавчої гілки державної влади її незмінно збуджують та активізують.

Присутність виборів у публічній сфері здійснюється на основі тих особливостей та закономірностей, які притаманні мас-медіа. Причому самі правила і

механізми склалися під впливом особливостей подвійного типу: властивих культурі і притаманних медіа [35].

На характер і роль засобів масової інформації в передвиборній кампанії впливає культура суспільства і сам рівень розвитку мас-медіа. Не можна не згодитись з Н.Костенко, що становище і роль засобів масової інформації в Україні дуже суттєво відрізняється від становища в розвинутих країнах (країнах ліберальної демократії). В Україні медіа, особливо недержавні, комерціалізовані, але здебільшого непублічні, тобто вони радше презентують себе, а не публіку, вони не на стороні влади, але і не на стороні публіки. І тому перебувають в ситуації ніби подвійної емансипації – від влади і від публічності, отже, вони значною мірою самодостатні.

Разом з тим, дух комерції і претензії на самодостатність проникає, як в державні медіа, так і в партійні, і як в першому випадку, не наближує їх до публіки [36].

Незважаючи на комерціалізацію і в деякій мірі самодостатність українських мас-медіа, їх вплив на залученість громадян до політики взагалі і виборів зокрема, є досить значний.

Вплив мас-медіа залежить від того, наскільки виражений інтерес політичних суб'єктів, що використовують публічну сферу в своїх цілях, відповідають ціннісним орієнтаціям залучаємої публіки [37].

Засоби масової інформації формують і визначають публічну сферу, через яку відбувається взаємодія між владою і громадянами, які її обирають. Мас-медіа є засобом залучення населення до політичного життя через сприйняття політичної інформації, долучення до політичних процесів, які відбуваються в суспільстві. Важлива роль їх також пов'язана із впливом на процеси політичної соціалізації молодого покоління. В.Матвієнко відмічає, що в значній мірі саме антикомуністична пропаганда в засобах масової інформації вплинула на формування у частини молоді страху перед можливістю повернення до старого режиму [38]. Пропагуючи певні політичні погляди та ідеї, мас-медіа сприяють їх поширенню і засвоєнню, стимулюючи той чи інший електоральний вибір громадян.

Можна відмітити значний вплив засобів масової інформації на електоральну поведінку студентської молоді. В першу чергу вони є джерелом електоральної інформації. В процесі дослідження виявилось, що 69% респондентів одержували інформацію про кандидатів за допомогою їх виступів по телебаченню, 45% - читали про кандидатів у пресі, 28% - слухали виступи кандидатів по радіо. Саме сприйняття повідомлень ЗМІ дало можливість більшій половині респондентів сформуванню своєї думки про кандидатів на виборах.

Домінуючий характер телебачення пов'язаний з особливостями сучасного інформаційного простору. Як вважають спеціалісти, наприкінці ХХ ст. у світі відбувається “революція аудіовізуальних мас-медіа”. Головні ознаки цієї революції такі:

- телебачення посідає домінуюче місце у системі мас-медіа;
- виникає і закріплюється Інтернет;
- відбувається медіатизація символічних суспільних зв'язків;
- телебачення стає всезагальним [39].

Телебачення входить в повсякденне життя українських громадян. Згідно з даними різноманітних досліджень 90-х років, аудиторією телебачення є практично все доросле населення України. Дивитися телепередачі – стає обов'язковою щоденною практикою населення [40].

Єдиним джерелом інформації, що може конкурувати із ЗМІ залишається сім'я. 43% респондентів відповіли, що вони обговорювали кандидатів на виборах у сім'ї. Забезпечуючи політичну поінформованість студентства в значній мірі, мас-медіа цілком закономірно, здійснюють активний і дієвий вплив на рівень електоральної активності і сам вибір в процесі голосування. 57% респондентів заявили, що найбільш допомогло їм зробити вибір телебачення, 30% - преса, 11% - радіо. Щодо впливу на електоральний вибір, лідером також залишається телебачення. Це становище, поряд із загальним охопленням телебачення населення України, пов'язане також із особливістю сприйняття візуальної інформації. Відомий спеціаліст в сфері мас-медіа Г.Почепцов відмічає, що громадяни схильні більше

виріти візуальній інформації і вона довше зберігається. Вона дає можливість зробити неособистісні знання особистісними, приводить до співпереживання [41].

Масове вторгнення нових медіа одразу ж викликало суперечки щодо їх відповідності демократичній моделі суспільства. Деякі автори слідом за Лазерсфельдом висунули ідею про те, що телебачення не слід розглядати як перешкоду політичному плюралізму; в той же час інші автори вбачають тут можливість “захоплення інформаційного простору” (Норо, Мінк) або говорять про технотронне суспільство (З.Бжезинський).

З іншого боку, представники неомарксизму Франкфуртської школи (Адорно, Хорнгаймер, Хабермас) песимістично дивляться на вторгнення засобів медіа: вони ніби-то тільки й те роблять, що підтримують логіку маніпулювання свідомістю, яку намагається загострити капіталізм; на думку Хабермаса, політика перестає бути спільним простором для раціональних дискусій, вона стала просто спектаклем, на який запрошують громадян, щоб споживати, як будь-який інший товар [42].

Незважаючи на різні погляди щодо ідеологічної ролі телебачення безсумнівним вважається його вплив на формування політичних симпатій і, як наслідок, на електоральний вибір. Коли особам сташого віку, як правило, телебачення дає можливість викристалізувати свої переконання, то для студентства телебачення виступає джерелом політичної інформації, долучення до проблем політики, а значить і важливим засобом політичної соціалізації, впливає на електоральний вибір в процесі голосування.

Преса сьогодні посідає більш несталу позицію, ніж телебачення, як джерело політичного інформування студентської молоді. 45% респондентів відповіли, що вони дізнавались про кандидатів на виборах, читаючи про них у пресі і лише в 30% преса була тим джерелом, яке допомогло зробити електоральний вибір. Зменшення ролі преси у формуванні електоральних симпатій пов'язана із зміною самого її становища у суспільстві. Уявлення щодо регулярності читання газет помітно змінилося порівняно з періодом кінця 80-х років. Взірєць починати день з перегляду декількох газет втрачено для більшості населення, що пов'язано насамперед з

необхідністю значних фінансових витрат. Передплата на газети істотно зменшилась, і на сьогодні їх читають у кращому випадку декілька разів на тиждень. Преса не стільки об'єднує населення в свою аудиторію, стільки диференціює його залежно від звертання до цього джерела [43].

Звернення до преси пов'язана із пошуками тієї інформації, яка або не поступає по каналах телебачення в силу різних причин, або в силу її недостатності. Преса, на даний час, в українському суспільстві є джерелом більшого плюралізму в політичних симпатіях, ніж канали телебачення. Хоча, в силу особливостей, притаманних молоді, для неї більш сприйнятливими все-таки є телебачення та Інтернет.

Реалії політичного життя, особливо в період виборів, заставляють говорити не про пресу взагалі, а про політичну пресу, як один із потоків передвиборчої компанії. Під цю категорію підпадає: партійна періодика, офіційні державні видання; газети, які відкрито чи без оголошення підтримують певний політичний блок; видання, які політизуються ситуативно, на фоні очікуваного інтересу до політичних тем. Інформація політичного характеру розрахована не стільки на те, щоб залучити “некомпетентні” в політичному виборі шари електората, скільки на посилення установки аудиторії [44].

Показовим у цьому плані є співвідношення преси і агітаційних матеріалів (листівок, плакатів) в поширенні політичної інформації серед студентства і впливі на прийняття електорального вибору. Листівки і плакати дають значно більше інформації про кандидатів на виборах – для 51% респондентів (преса всього для 45%), але на електоральний вибір впливають набагато менше тільки для 11% (преса – для 30%). Таким чином, іде сприйняття агітаційних листівок та плакатів, але впливають на вибір і визначають його тільки ті матеріали, що відповідають політико-ідеологічним симпатіям студентської молоді.

Радіо значно поступається у впливі іншим мас-медіа. Тільки 28% респондентів відповіли, що одержали інформацію про кандидатів на виборах через радіо і для 11% ця інформація сприяла здійсненню ними електорального вибору. Хоча із

значним поширенням FM станцій в сучасному інформаційному просторі, їх високу активність щодо поширення ігрових та музичних програм, в першу чергу, в молодіжному середовищі, доступності радіоприймачів і можливості їх широкого використання (в побуті, транспорті, під час відпочинку), можна прогнозувати зростання впливу цього каналу інформації на політичну інформованість студентства. Хоча більшість FM станцій є комерційними, включення в передвиборчу діяльність для них виступатиме засобом одержання нових доходів.

Особливе місце в системі електоральних медіа займає Інтернет Розвиток єдиної світової інформаційної павутини, глобалізація інформаційних потоків справляє величезний вплив на розвиток людства в умовах, коли саме інформація стає домінуючим об'єктом власності, відчуження якої не означає її втрату. Низький рівень інформаційних технологій на Україні не дозволяє, поки що, говорити про значимий і серйозний вплив Інтернету на політичну взагалі і електоральну зокрема поведінку всього українського електорату і особливо студентства. В той же час, можна відмітити такі основні тенденції сучасного суспільного життя, пов'язані з розвитком Інтернету в Україні:

- 1) В середовищі молоді, і в першу чергу студентської, спостерігається різке зростання зацікавленості комп'ютерними технологіями та Інтернетом.

Саме у вищих навчальних закладах студенти мають можливість здобути знання в галузі інформатики і, в більшості, одержати доступ до використання комп'ютерної техніки.

Навики користування ПК є зараз чи не основною (поряд із знаннями іноземної мови) вимогою щодо найму на роботу для молодого спеціаліста. Це звичайно, стимулює розвиток комп'ютерної грамотності студентства і зацікавлення в ній. В той же час, долучення до Інтернету є важливим засобом одержання нових знань і взагалі формою проведення вільного часу, про що свідчать численні інтернет-кафе, що бурхливо розвиваються в даний час. Можна прогнозувати значне поширення політичної, в тому числі електоральної, інформації в студентське

середовище через Інтернет завдяки електронним виданням і сайтам як політичних партій, рухів, так і окремих державних і політичних діячів;

2) Інтернет змінює інформаційне поле сучасного українського суспільства, його публічну сферу. Саме розвиток Інтернету ставить особливі вимоги до всіх інших мас-медіа.

Як вказує Г.Почепцов, ми затримуємо свій власний розвиток, як країни, не розкріпачуючи своє власне телебачення, не враховуючи того, що будь-яка інформація може сьогодні пройти по Інтернету. Тому телебачення повинне бути якісно іншим гравцем на інформаційній і політичній арені, приймаючи її абсолютно нові реалії нашого життя. Для політичної комунікації Інтернет надав небачені досі можливості [45].

Незважаючи на невелику кількість постійних користувачів Інтернету в Україні (менше 1% дорослого населення України,- для прикладу США їх 76%), розвиток віртуальних ЗМІ відбувається дуже динамічно. На початок 2001р. понад 320 газет і часописів розміщено в Українському сегменті Інтернету, при цьому деякі з них не мають друкованого аналога. Офіційна українська влада визнає, що основним завданням у сфері розвитку національної складової мережі Інтернет є забезпечення конституційних прав людини та громадянина на вільне збирання, збереження, використання і розповсюдження своїх поглядів і переконань [46].

Реалізуючи можливість доступу до інформації, Інтернет безумовно здійснює відчутний вплив на прийняття електоральних рішень.

Багато аналітиків відмічають, що в листопадових 2000 року виборах президента США вперше за історію виборчих кампаній всемогутньому телебаченню був протиставлений Інтернет. Саме всевітня інформаційна сітка дала можливість республіканцям і їх прибічникам відчути себе традиційною “моральною більшістю” [47].

Передбачаючи значне зростання кількості користувачів Інтернету в Україні, в першу чергу серед осіб з вищою освітою і студентів, можна очікувати посилення

впливу всесвітньої інформаційної мережі на рівень електоральної активності і прийняття виборчих рішень.

Більше того, можливості Інтернету в перспективі можуть дати змогу безпосередньо спілкуватись виборцям зі своїми представниками.

Через веб-сайти органів виконавчої, законодавчої влади та місцевого самоврядування може бути налагоджене живе спілкування з виборцями, яке матиме оперативний характер.

Кожен громадянин дістає змогу дізнаватися подробиці діяльності відповідних органів влади, знайомитися з їхніми планами роботи, безпосередньо взаємодіяти з ними інформаційно без черг і зайвої бюрократії. Така взаємодія безумовно є важливим фактором підвищення політичної залученості особистості і підвищення рівня довіри до органів влади за рахунок їх відкритості і прозорості у прийнятті рішень.

Просування України по шляху побудови інформаційного суспільства передбачає підвищення рівня освіченості в сфері інформаційних технологій, одержання практичних навичок щодо користування всесвітньою інформаційною мережею, що можна вважати одним із основних завдань теперішньої системи вищої освіти. Безумовне зростання залученості до користування мережею Інтернет приводитиме до посилення її зворотнього впливу на формування рівня знань молоді людини в різних сферах суспільного життя, в тому числі і щодо політичних відносин і електоральної діяльності.

Масовість і всеохоплюючий характер мас-медіа, активність яких в період виборів суттєво підвищується, приводить до опосередкованого залучення громадян до виборчої кампанії. Саме за рахунок засобів масової інформації в Україні в період виборів встановлюється взаємозв'язок між владою і виборцями. Особливості розвитку сучасної публічної сфери, про які вже говорилося вище, не дають можливості виборцям одержати повну і об'єктивну інформацію як про всі перепитії виборчої кампанії, так і про кандидатів та їх програми.

В процесі опитування виявилось, що 40% респондентів заявили про недостатню поінформованість щодо кандидатів на виборах і лише 11% заявили про свою добру поінформованість. Різні можливості щодо доступу до ЗМІ, адміністративний контроль над ними, обмежують рівень політичної інформованості студентського електорату щодо всіх кандидатів на виборах, тим самим позбавляють можливості порівняння і об'єктивної оцінки якостей кандидатів, що затруднює компетентність електорального вибору і затруднює його свідоме та компетентне здійснення.

В той же час, вплив мас-медіа є значним фактором, що забезпечує підвищення рівня електоральної активності студентської молоді.

29% респондентів відповіли, що спонукають їх до участі у виборах, якщо вони вагаються, саме заклики громадськості, що поширюються через ЗМІ.

Таким чином за рахунок впливу мас-медіа і поширення передвиборчої агітації та пропаганди підвищується рівень електоральної активності студентства, тим самим зменшуючи прояви абсентеїзму.

В умовах ідеологічної заангажованості та економічної залежності від окремих партійно-політичних груп засобів масової інформації, їх завданням в процесі виборчої кампанії стає не прагнення донести об'єктивну і найбільш повну інформацію щодо кандидатів на виборах та їх програм до кожного виборця, а навпаки, нав'язати певний електоральний вибір. Частими є випадки цілеспрямованих піарівських кампаній, направлених на дискредитацію як конкретного кандидата, так і партії чи партійного блоку. Вибори Київського міського голови 30 травня 1999 були яскравим прикладом широкого використання "агресивних" чи "брудних технологій", які здійснювались окремими засобами масової інформації. Розповсюджувалась негативна інформація про одного із кандидатів – Г.Омельченка – у формі телесюжетів, підтасовувались дані соціологічних досліджень про рейтинг кандидатів, які публікували досить невідомі соціологічні фірми.

Такі технології зазнали поразки, проявивши себе як неефективні й протиприродні.

Безумовним є неоднозначний вплив негативної інформації, що поширюється через мас-медіа на виборця.

Показником в цьому відношенні бачиться аналіз відповідей студентів на запитання про ставлення до пліток, інтриг, сенсацій довкола кандидата. Відповіді респондентів розподілилися слідуєчим чином:

30% - бере їх до уваги і враховує при виборі;

12% - така інформація відбиває бажання йти на вибори та віддавати за когось свій голос;

22% - вважає це спробами дискредитувати кандидатів конкурентами, а тому не бере їх до уваги;

24% - таку інформацію не сприймає взагалі;

8% - це зміцнює бажання підтримати саме цього кандидата.

Таким чином, тільки третина опитаних позитивно реагує на негативну інформацію, враховуючи її в своєму виборі, 12% така інформація спонукає до відмови від участі у виборах, а для більш як половини (52%) одержання такої інформації тільки підсилює прагнення проголосувати за свого кандидата.

Таким чином широке використання виборчих технологій, побудованих на активному просуванні негативної інформації з метою дискредитації конкурента на виборах, в студентському середовищі викликає наступні наслідки:

- засвоюється і готує адекватну поведінку, в певній мірі для 30% респондентів;

- приводить до зростання абсентеїстських настроїв, пов'язаних із сприйняттям виборів як "брудної справи".

Якщо твердо відмовляються від участі у виборах 7% респондентів, то внаслідок цього їх стає вже 12%;

- більше половини (52%) таку інформацію не сприймає і засвоєння такої інформації підштовхує їх до поведінки, протилежній очікуванням.

Така реакція є відображенням становища масової свідомості сучасного українського суспільства. З однієї сторони, як відмічає багато дослідників, масова

свідомість вже загартована будь-яким негативом, оскільки пострадянський період побудований саме на ньому, в той же час як радянський – на чистому позитиві [48].

Величезна маса негативної інформації, яка поширюється колами мас-медіа більш як 10 останніх років, привела до “імунітету” громадян, її несприйняття. Набагато краще засвоюється зараз саме позитивна і конструктивна інформація.

З іншої сторони, ЗМІ за даними Центрами “Демократичні ініціативи” протягом останніх років довіряє лише 20-23% населення [49].

Недовіра до мас-медіа звичайна і приводить до недовіри і несприйняття негативної інформації, яку вони поширюють. В той же час, як відмічає Г.Почепцов, в виборчих технологіях часто використовується такий прийом як “капля”: подаючи постійно міні-негатив можна зруйнувати любий позитивний образ [50].

Відмічаючи вплив мас-медіа на електоральну поведінку студентства, їх активність та формування електоральних симпатій і електорального вибору, необхідно відмітити, що рівень розвитку ЗМІ не відповідає тим завданням, які вони повинні виконувати в демократичному суспільстві. Відсутня реальна свобода мас-медіа, в залежності від чиновництва опинилась переважна більшість ЗМІ [51].

Самодостатність і вдосконаленість влади приводить до самодостатності, а не публічності засобів масової інформації.

Як справедливо відмічає М.Томенко, що в результаті останніх президентських виборів Україна підтвердила аксіому більшості посткомуністичних країн про те, що влада є найоптимальнішою виборчою технологією[52].

Мас-медіа в процесі українських виборів, конституюючи публічну сферу, поки що забезпечують тільки односторонній зв’язок - від влади до виборців з метою поширення певних ідей, позицій та електоральних рішень, не реалізуючи зв’язок зворотній – від виборців – до влади.

Просування українського суспільства по шляху демократизації і побудови громадянського суспільства передбачає зміну мас-медіа шляхом поширення принципів свободи, плюралізму, публічності в їх діяльності.

На основі матеріалу, викладеного в III розділі, можна зробити наступні узагальнення:

- підвищення електоральної активності студентської молоді вимагає підвищення рівня її політичної культури через зростання політичної поінформованості та компетентності студентства за рахунок удосконалення викладання навчальних дисциплін суспільно-гуманітарного циклу, зміни освітніх програм шляхом їх більшої наближеності до реалій політичного життя України та посилення динамізму;

- в студентському середовищі спостерігається значний потенціал щодо посилення залученості до участі в діяльності політичних партій та суспільно-політичних організацій;

- політичні партії можуть активно впливати на підвищення електоральної активності студентства і розширення своєї виборчої бази через ефективну пропаганду партійної ідеології, генерацію нових соціальних ідей, постійну і цілеспрямовану роботу в студентському середовищі, пов'язану із вирішенням його конкретних проблем;

- студентська молодь в силу своїх особливостей може розглядатись як спільнота, що у випадку раціонального використання її можливостей активно впливатиме на виборчий процес, передвиборчу агітацію та пропаганду;

- забезпечення ефективної політичної соціалізації студентства можливе шляхом поєднання навчально-виховного процесу із освітніми програмами для виборців, які проводять недержавні некомерційні об'єднання. Причому особливе значення набуває оптимізація курсу викладання навчальних дисциплін суспільно-гуманітарного циклу шляхом посилення зв'язку з реаліями політичного життя сучасної України. Особливе місце займає поширення соціологічних знань в контексті усвідомлення важливості вивчення і врахування громадської думки населення України по різних аспектах політичного життя;

- засоби масової інформації є важливим каналом, який забезпечує включення студентства до політичного життя. За рахунок мас-медіа одержується

електоральна інформація про кандидатів, політичні партії та виборчі блоки, формуються виборчі симпатії, що впливає, в кінцевому результаті, на сам електоральний вибір. Домінуюче місце в системі мас-медіа займає телебачення, яке носить всеохоплюючий характер. Якщо телебачення об'єднує електорат за рахунок свого впливу, то преса носить диференційований характер (шукає свого читача);

- українські ЗМІ в значній мірі відособлені від громадян, носять самодостатній характер. Тому в багатьох випадках вони не забезпечують зворотній зв'язок від виборців (в тому числі студентів) до органів державної влади. В процесі виборів активно використовуються інформаційні компанії, направлені на досягнення певного електорального результату;

- в зв'язку із зростанням ролі інформаційних технологій у суспільному житті, Інтернет починає відігравати все більшу роль у формуванні політичних симпатій студентства і у можливості одержання потрібної інформації. Електронні ЗМІ, що поширюються в українському сегменті Інтернету, сприяють відкритості суспільства, поширенню різносторонньої інформації, яку важко адміністративно регламентувати, а значить неминуче сприятимуть зростанню ролі інформаційної мережі у формуванні і прийнятті електоральних рішень українського студентства.

ПРИМІТКИ

РОЗДІЛ І

1. Социологический энциклопедический словарь / Редактор-координатор Г.В.Осипов. – М.: Изд. группа ИНФА. М-Норма, 1998. –С.66.
2. Бодуен Ж. Вступ до політології. – К., 1995. – С.83.
3. Гаєвський Б.А. Сучасна українська політологія. – К., 1999. –С. 57.
4. Трипольський В. Демократія і влада // Віче. – 1997. - №1. – С.18-19.
5. Комаровський В.С. Демократия и выборы в России: теория и история вопроса // Социологические исследования. – 1996. - №6. – С.25.
6. Кіс І.Т. Вибірчі системи та їхні політичні наслідки // Нова політика. – 1996. - №2. – С..23.
7. Головаха Е.И. и др. Демократизация общества и развитие личности. От тоталитаризма к демократии / Е.И.Головаха, И.Э.Бекешкина, В.С.Небоженко. – АН Украины, Ин-т социологии. К.: Наукова думка, 1992. – С.76.
8. Конституція України. – К.,1996. – С.3-18.
9. Про вибори народних депутатів України: Закон України від 24 вересня 1997р. // Голос України. – 1997. – 27 жовтня. – С.4.
- 10.Про вибори народних депутатів України: Закон України від 24 вересня 1997р. // Голос України. – 1997. – 27 жовтня. – С.4.
- 11.Вятр Е. Социология политических отношений. – М., 1979. – С.118-119.
- 12.Див.: Социологические исследования. – 1996. - № 4- 5.
- 13.Соціологія. Короткий енциклопедичний словник / Під заг. ред. В.І.Воловича. – К., 1998. - С. 157.
- 14.Візниця Ю.В. Особливості українського електорату в процесі демократизації та становлення національної державності // Автореф. дис., канд. соц. наук. – К., 1993. – С.10.
- 15.Див.: Соціологія. Короткий енциклопедичний словник / Під заг. ред. В.І.Воловича. – К., 1998. – С.479.

16. Політологія / А. Колодій, В. Кравченко, Л. Климанська, Я. Космина. – К.: Ельга-Н. – 2000. – С.132.
17. Социологический энциклопедический словарь / Редактор-координатор Г.В.Осипов. – М., - 1998. – С.66.
18. Див.: Філософський словник / Під заг. ред. В.І.Шинкарука. – К., 1986. – С.16.
19. Див.: Словник української мови. – т.1. – К., 1970. – С.29.
20. Якуба О.О. Соціологія. Навчальний посібник. – Харків, 1996. – С.96-97.
21. Соціологія: короткий енциклопедичний словник / Під заг. ред. В.І.Воловича. – К.: Укр. Центр духовн. Культури, 1998. – С.9
22. Тадевосян Э.В. Словарь-справочник по социологии и политологии. – М.: Знание, 1996. – С.15.
23. Ядов В.А. Социальный тип личности // Коммунист. – 1998. - №10.
24. Uehlinger H.-M. Jugend und Stadt. Ubergange von der Burger-Aktivitat zur Illegelitat // Matz U., Sckmidchen G. Gewalt und Legitimitat. Opladen, 1998.- С.129-131.
25. Вятр Е. Социология политических отношений. – М., 1979. – С.118-119.
26. Campbell A., Corverse Ph., Miller W., Stokes P., The American Voter. – New York: Willey, 1960.
27. Downs A. An Ekonomic theory of Democracy. - New York: Hakper, 1957.
28. Дзюба Н. Деякі аспекти історії дослідження електоральної поведінки // Зб. наук. ст. Соціальні виміри суспільства, НАН України, Ін-т соціології. – К., 1999. – С.118.
29. Дзюба Н. Деякі аспекти історії дослідження електоральної поведінки // Зб. наук. ст. Соціальні виміри суспільства, НАН України, Ін-т соціології. – К., 1999. – С.119.
30. Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина української держави / Матеріали Всеукраїнської наукової конференції (29-31 травня 1995р., Київ). – К., 1995. – С.29.
31. Дой Т., Зиглер Л. Демократия для элиты.- М., 1984. – С.125-126.
32. Zuckerman A.S. Dying Political Scienses. An Introduction to Political Analysis.- Oxford, 1991.

33. Вятр Е. Социология политических отношений. – М., 1979. – С.121.
34. Вятр Е. Социология политических отношений. – М., 1979. – С.125-126.
35. Бодуен Ж. Вступ до політології. – К., 1995. – С.84-85.
36. Комаровский В.С. Демократия и выборы в России: теория и история вопроса // Социологические исследования. –1996. -№6.-С.19.
37. Михальченко М.І. Становлення нових політичних інститутів і національно-державний розвиток України. В кн.: Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Колективна монографія / Під ред. М.О.Шульги. – К., 1999. – С.311.
38. Михальченко М.І. Становлення нових політичних інститутів і національно-державний розвиток України. В кн.: Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Колективна монографія / Під ред. М.О.Шульги. – К., 1999. – С.303.
39. Сергеева Е.Я. О методологии исследования электорального поведения россиян // Социологические исследования . – 1996. - №7. – С.116 – 117.
40. Комаровский В.С. Типология избирателей // Социологические исследования. – 1990. - №1. – С.42.
41. Гіденс Е. Соціологія. – К., 1999. – С.489.
42. Дворецька Г.В. Соціологія: Навч. посібник. – К., 1999. – С.184.
43. Манхейм К. Диагноз нашего времени. – М., 1994. - С.443.
44. Смелзер Н. Социология. – М., 1994. – С.535.
45. День. – 1999. – 2 жовтня.
46. Ершов Ю.Г. Методологические проблемы типологизации исторического процесса // Типология социальных явлений. – Свердловск, 1982. – С.20-21.
47. Князева О.В. Електоральна поведінка як соціокультурне явище // Автореф. дис., канд. соц. наук. – Харків, 1996. – С.9.
48. Almond G., Powell G. Comparative Politics. A Deve Lompertal. Appodch. Boston: Little Brayn, 1996.
49. Див.: Політологія посткомунізму: Політ. аналіз посткомуністичних суспільств / Редкол. : В.Полохало (кер. авт. кол.) та ін. – К.: Політична думка, 1995. – С. 363 .

- 50.Афанасьев М.Н. Поведение избирателей и электоральная политика в России // Полис. – 1995. -№3.- С.111-114.
- 51.Козак В. Форми політичної участі громадян в державотворчих процесах / Розбудова держави. – 1998. - № 1/2 . – С. 85.
- 52.Гаджиев К.С.Введение в политическую науку. – М., 1997. – С.92.
- 53.Див.: Круглий стіл «Молодь і вибори» організований фондом «Демократичні ініціативи». – К., 1999. – С.2.
- 54.Штомпка П., Роберт Мертон: динамический функционализм // Современная американская социология / Под ре. В.Н.Добренкова. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – С.89.
55. Парсонс Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения // Теория и история экономических и социальных институтов и систем. – М.: Начало-Пресс, 1993. – С. 105.

РОЗДІЛ II

1. Бляхман Л.С. Перестройка экономического мышления. – М. – 1990. – с.20.
2. Маркс К., Энгельс Ф. Избранные сочинения // Т.2. – М.: Политиздат. – с.263.
3. Дзюба Н. Деякі аспекти історії дослідження електоральної поведінки // Зб. наук. ст. Соціальні виміри суспільства, НАН України, Ін-т соціології. – К., 1999. – с.124.
4. Черниш М.Ф. Соціальна мобільність та політичні орієнтації // Социологический журнал. - 1997. - №3.
5. Социология молодежи / под ред. В.Г.Лисовского, СПб. - 1996. - с.248.
6. Молодь України: для неї і про неї // Зб. наук. публікацій Укр. НДІ проблем молоді. -К. - 1993. - с.82.
7. Молодь України: для неї і про неї // Зб. наук. публікацій Укр. НДІ проблем молоді. - К. - 1993. - с.118.
8. Вишняк О.І. Електоральна соціологія: історія, теорії, методи. - К. - 2000. - с.172.
9. Приходько Т. Економічна поведінка молоді за ринкових умов // Розбудова держави. - 1998. - №11/12. - с.42.

10. Головаха Е.И. и др. Демократизация общества и развитие личности. От тоталитаризма к демократии / Е.И. Головаха, И.Э. Бекешкина, В.С. Небоженко. – АН Украины, Ин-т социологии. К.: Наукова думка, 1992. – с.72.
11. Макеев С. Процеси соціальної структуризації в сучасній Україні // Політична думка. - 1998. - №2. – с.33.
12. Макеев С. Процеси соціальної структуризації в сучасній Україні // Політична думка. - 1998. - №2. – с.34.
13. Петров О., Полторак В. Проблеми стратегічного планування президентської виборчої кампанії // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1999. - №3. – с.56.
14. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. – М., 1992. – с.72.
15. Тадевосян Э.И. Словарь-справочник по социологии и политологии. – М., 1996. – с.115.
16. Матусевич В. Політична культура: теоретико-методологічні проблеми дослідження // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. - № 4 -5. – с.82.
17. Головаха Є.І. Політична залученість населення: проінформованість, активність, компетентність // Політичні читання. – 1992. - №2. – с.18.
18. Комаровский В.С. Демократия и выборы в России: теория и история вопроса // Социологические исследования. –1996. -№6.-с.26.
19. Владыкина И.К., Плесовских С.Н. Феномен доверия и политической рекламы // Вестник Московского университета. Сер.18. Социология и политология. – 2000. - №1. – с.141.
20. Головаха Е.И. и др. Демократизация общества и развитие личности. От тоталитаризма к демократии / Е.И. Головаха, И.Э. Бекешкина, В.С. Небоженко. – АН Украины, Ин-т социологии. К.: Наукова думка, 1992. – с.99.
21. Див.: Круглий стіл «Молодь і вибори» організований фондом «Демократичні ініціативи». – К., 1999. – с.2.
22. Владыкина И.К., Плесовских С.Н. Феномен доверия и политической рекламы // Вестник Московского университета. Сер.18. Социология и политология. – 2000. - №1. – с.150.

23. Молодь України: для неї і про неї // Зб. наук. публікацій Укр. НДІ проблем молоді. - К. - 1993. - с.72.
24. Головаха Е.И. и др. Демократизация общества и развитие личности. От тоталитаризма к демократии / Е.И.Головаха, И.Э.Бекешкина, В.С.Небоженко. – АН Украины, Ин-т социологии. К.: Наукова думка, 1992. – с.95.
25. Михальченко М.І. Становлення нових політичних інститутів і національно-державний розвиток України / Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Колективна монографія / Під ред. М.О.Шульги. – К., 1999. – с.303.
26. Михальченко М.І. Становлення нових політичних інститутів і національно-державний розвиток України / Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Колективна монографія / Під ред. М.О.Шульги. – К., 1999. – с.304.
27. Петров О., Полторак В. Проблеми стратегічного планування президентської виборчої кампанії // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1999. - №3. – с.44.
28. Социология молодежи / под ред. В.Г.Лисовского, СПб. - 1996. - с.128.
29. Див.: Круглий стіл «Молодь і вибори» організований фондом «Демократичні ініціативи». – К., 1999. – с.2.
30. Слюсаревський М.М. Вивчення і прогнозування електоральної поведінки. Проблеми розвитку соціології на сучасному етапі (теоретичні та методичні питання) / Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. - К. – 1994. – с.228.
31. Шульга М.О. Особливості процесу зміни правлячих еліт у період системної трансформації суспільства. Українське суспільство на порозі третього тисячоліття / Кол. монографія під ред. М.О.Шульги. – К. – 1999. – с.335.
32. Саква Р. Режимная система и гражданское общество в России // Полис. – 1997. - №1. – с.63.
33. Сергеева Е.Я. О методологии исследования электорального поведения россиян // Социологические исследования. – 1996. - №7. – с.118.

34. Дзюба Н. Деякі аспекти історії дослідження електоральної поведінки // Соціальні виміри суспільства. Збірка робіт молодих науковців під ред. М.О.Шульги. – К. - 1999. – с.117.
35. Лавріненко Н.В. Гендерний аспект структур влади / Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Кол. монографія під ред. М.О.Шульги. – К. – 1999. – с.338.
36. Лавріненко Н.В. Гендерний аспект структур влади / Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Кол. монографія під ред. М.О.Шульги. – К. – 1999. – с.382.
37. Україна – 1999. Підсумки року. Інформаційно-аналітична доповідь. – К. - 2000. – с.57.
38. Гіденс Е. Соціологія. – К. - 1999. – с.413.
39. Вишняк О.І. Електоральна соціологія: історія, теорії, методи. – К. – 2000. – с.175.
40. Яковенко А. Вплив суспільних чинників на студентську молодь (мотиваційний аспект) // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2000. – №1. - с. 83.
41. Молодь України: для неї і про неї // Зб. наук. публікацій Укр. НДІ проблем молоді. - К. - 1993. - с.48.
42. Молодь України: для неї і про неї // Зб. наук. публікацій Укр. НДІ проблем молоді. - К. - 1993. - с.46.
43. Милошев Ф.Н. Духовная жизнь молодых россиян: что впереди (прогноз социолога) // Вестник Московского университета. Сер.18. Социология и политология. – М. – 1999. - №3. – с.65.
44. Ядов В.А. Два рассуждения о теоретических предпочтениях // Социологический журнал. – 1995. - №2. – с.70.
45. Вишняк О.І. Електоральна соціологія: історія, теорії, методи. – К. – 2000. – с.175.

РОЗДІЛ III

1. Политическая культура населения Украины: результаты социологических исследований. – К.-1993.-с.4.

2. Козак В. Форми політичної участі громадян в державотворчих процесах //Розбудова держави. – 1998. -№ 1-2. –с.35.
3. Соціологія. Матеріали до лекційного курсу / За ред. В.М.Пічі.- К.-1996.-с.163.
4. Головаха Е.И. и др. Демократизация общества и развитие личности. От тоталитаризма к демократии / Е.И.Головаха, И.Э.Бекешкина, В.С.Небоженко. – АН Украины, Ин-т социологии. К.: Наукова думка, 1992. – с.111.
5. День. – 1999. – 2 жовтня.
6. Мерло П. Електоральная практика, права человека и общественное доверие и демократической системе // Полис. –1995.-№ 4.-с.129-130.
- 7.Общественное мнение о демократии и перспективах ее развития в Украине. Политическая культура населения Украины: результаты социологических исследований. – К.-1993.-с.13.
8. Общественное мнение о демократии и перспективах ее развития в Украине. Политическая культура населения Украины: результаты социологических исследований. – К.-1993.-с.23.
9. Молоде покоління нової України: аналіз соціального паритету. – К.- 1995. – с.61.
10. Пахомов Ю. Політична культура посттоталітарної доби // Політологічні читання. – 1992.- № 2. – с.73.
11. Политическая социология. Учебное пособие для вузов / Отв. Ред. Г.П.Сопов. – Ростов Н/Д. –1997. – с. 235.
12. Олійник М. Соціальні уявлення студентство про демократію / Соціальні виміри суспільства. Збірка молодих науковців. Випуск 3 / Відп. ред. М.О.Шульга. – К. – 1999. – с.168.
13. Мерло П. Електоральная практика, права человека и общественное доверие в демократической системе // Полис. –1995.-№ 4.-с.126.
14. Головаха Е.И. Политическая информированность, компетентность и активность населения / Политическая культура населения Украины. Результаты социологических исследований. –К. – 1993. –с.25.

15. Шевченко Ю.В. Между экспрессией и рациональностью: об изучении электорального поведения в России // Полис. – 1998. № 1. С.132.
16. Шульга М.О. Особливості процесу зміни правлячих еліт у період системної трансформації суспільства. В кн.: Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Колективна монографія / Під ред. М.О.Шульги. – К. – 1999. – с.353.
17. Михальченко М.І. Становлення нових політичних інститутів і національно-державний розвиток України. В кн.: Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Колективна монографія / Під ред. М.О.Шульги – К. – 1999. – с.313.
18. Пахомов Ю. Політична культура постоталітарної доби // Політичні читання. – 1992. - № 2. –с. 73.
19. Почепцов Г. Политические кампании / Выборчі технології. Збірник матеріалів. Упорядник В.Цюн. –К. – 1998. – с.181.
20. Почепцов Г. Политические кампании / Выборчі технології. Збірник матеріалів. Упорядник В.Цюн. – К. – 1998. – с.184.
21. Владыкина И.К., Плесовских С.Н. Феномен доверия и политическая реклама // Вестник Московского университета сер. 18. Социология и политология. – 2000. - № 1.- с.141.
22. Владыкина И.К., Плесовских С.Н. Феномен доверия и политическая реклама // Вестник Московского университета сер. 18. Социология и политология. – 2000. - № 1.- с.152.
23. Нельга О. Соціологія виборчого процесу: проблеми становлення // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2000. - № 2. – с.131.
24. Михальченко М.І. Становлення нових політичних інститутів і національно-державний розвиток України. В кн.: Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Колективна монографія / Під ред. М.О.Шульги – К. – 1999. – с.313.
25. Гумилев Л.Н. География этноса и исторический период. – Л.: Наука. – 1990.– с.33.
26. Яременко О., Міщенко М. Політичні уподобання українців як чинник впливу на політичні процеси // Політична думка. – 2000. -№ 1. – с.11.

27. Вишняк О.І. Електоральна соціологія: історія, теорія, методи. – К. – 2000. - с.163.
28. Бодуен Жан Вступ до політології. – К. – 1995. – с.91-92.
29. Бодуен Жан Вступ до політології. – К. – 1995. – с.98.
30. Політологія / За ред. О.І.Семківа. – Л. – 1993. - с.309.
31. Політика і культура - № 37. – 2000. – с.13.
32. Бодуен Жан Вступ до політології. – К. – 1995. – с.114.
33. Політологія / За ред. О.І.Семківа. – Л. – 1993. - с.417.
34. Костенко Н. Макеєв С. Вибори і медіа: легалізуючи публічну сферу // Соціологія: теорія, методи, маркетинг – 1999. - № 1. – с.79.
35. Костенко Н. Макеєв С. Вибори і медіа: легалізуючи публічну сферу // Соціологія: теорія, методи, маркетинг – 1999. - № 1. – с.83.
36. Медіа в виборах: между политикой и культурой / Под ред. Н.Костенко. – К.- 1999. – с.29.
37. Медіа в виборах: между политикой и культурой / Под ред. Н.Костенко. – К.- 1999. – с.19.
38. Матвієнко В. Самовідчуття громадян за рік до президентських виборів // День. –1998. –31 жовтня.
39. Ручка А.О., Костенко Н.В., Скокова Л.Г. Мас-медіа і культура в контексті соцієнтальних перетворень. В кн.: Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Колективна монографія /Під ред. М.О.Шульги. – К. – 1999. - с.547.
40. Ручка А.О., Костенко Н.В., Скокова Л.Г. Мас-медіа і культура в контексті соцієнтальних перетворень. В кн.: Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Колективна монографія /Під ред. М.О.Шульги. – К. – 1999. - с.554.
41. Почепцов Г. Человеку-горе следует стать человеком мышью, чтобы победить на выборах // Зеркало недели. –1998. – 15 января.
42. Бодуен Жан Вступ до політології. – К. – 1995. – с.115.
43. Ручка А.О., Костенко Н.В., Скокова Л.Г. Мас-медіа і культура в контексті

- соцієнтальних перетворень. В кн.: Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Колективна монографія /Під ред. М.О.Шульги. – К. – 1999. - с.557.
44. Медиа в виборах: между политикой и культурой / Под ред. Н.Костенко. – К.- 1999. – с.57-58.
45. Почепцов Г., Жолковський К. Як добре бути кандидатом... в американські президенти // День. – 2000. – 27 жовтня.
46. Баранов О. Про український Інтернет // Дзеркало тижня . – 2001. - № 5. – 3 лютого.
47. Хабаров Я. Вибори в США: президенти и их тени // Совершенно секретно. – 2000. - № 12.
48. Почепцов Г., Макєєв С., Кулик С. Операція “брудні вуха”: що було, що буде, на чому серце заспокоїться // День. – 2000. – 9 грудня.
- 49.. Ручка А.О., Костенко Н.В., Скокова Л.Г. Мас-медіа і культура в контексті соцієнтальних перетворень.В кн.: Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Колективна монографія /Під ред. М.О.Шульги. – К. – 1999. - с.561.
50. Почепцов Г. Человеку-горе следует стать человеком мышью, чтобы победить на выборах // Зеркало недели. –1998. – 15 января.
51. Хмелько В., Паніото В. Критерій недореформ. Конкурувати з чиновниками можуть лише заможні люди // День. – 2000. – 9 грудня.
52. Томенко М. Вибори Президента України: підсумки та уроки. Політичний календар: інформаційно-аналітичний огляд. Україна. – 1999: підсумки року. –К. – 2000. –с.21.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алмонд Г. Политическая наука: история дисциплины // Полис.- 1997.-№ 6. - С.174-183.
2. Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура и стабильность демократии // Полис. – 1992.- № 2. – С.25-31.
3. Андрищенко Е.Г., Дмитриев А.В., Тощенко Ж.Т. Опросы и выборы 1995 года (опыт социологического анализа) // Социс.- 1996.- № 6.- С.3-18.
4. Анискевич А.С. Массы и лидеры в условиях перехода от диктатуры к демократии // Вестник МГУ, Сер. 12, Соц.-полит. исслед. – М.- 1992. – С.35-39.
5. Артертан Ф.К. Використання опитувань громадської думки у виборчих кампаніях // Вибори в Сполучених Штатах Америки 1996 (Вик. Ред. Дж. Кларк).- К: Міжнародна фундація виборчих систем, 1996. – С. 19-23.
6. А если второй тур // Киевские новости.- 1999.- 17 сентября.
7. Арон Р. Демократия и тоталитаризм. – М.: Изд-во полит. Л-ры, 1994. – 320 с.
8. Афанасьев М.Н. Поведение избирателей и электоральная политика в России // Полис. – 1995. -№ 3.- С.105-116.
9. Баранов О. Про український Інтернет // Дзеркало тижня . – 2001. - № 5. – 3
10. Баранов С.Д. Финансирование избирательных кампаний и группы давления // Вестник МГУ. – Серия 18. Социология и политология .- 1998. - № 4. – С. 83-90.
11. Баталов Э.Я. Политическая культура современного американского общества. – М.: Наука, 1990. – 252 с.
12. Бебик В.М. Як стати популярним, перемагати на виборах і утриматися на політичному Олімпі.(Соціопсихологія і технологія політ. боротьби).- К.: Абрис, 1993.- 128 с.
13. Бебик В.М. Політичний маркетинг // Політологічні читання.- 1995.- № 1. С.198-214.
14. Бебик В. Хто виборцям миліший? // Голос України.- 1994.- 11 березня.

15. Бекешкіна І. Вибори і виборці // Вибори-94. Збірник інформаційно-аналітичних матеріалів. Прес-центр «Вибори-94».-1994.-№ 1. – С.4-5.
16. Бекешкіна І. Вибори-98 як процес політичного самовизначення населення // Політичний портрет України. – 1998. - № 21. С.18-28.
17. Березина Е.В. О точности пргноза результатов голосования // Социс. 1995. - № 2.- С.98-104.
18. Бирюков Н.И. Возможно ли в современной России прогнозировать массовое электоральное поведение? // Полис. –1997. - №1. - С.113-114.
19. Білоус А. Виборча система України: проблеми і перспективи вибору // Політичні читання . – 1992. - № 2. – С.46-52.
20. Білоус А. Виборчі системи: світовий досвід на українському ґрунті // Трибуна. – 1993. - № 8-9.- С.22-23.
21. Блондые Л. Изучение общественного мнения // Политика и общество во Франции. Пер. с фр. – М. Отдел печати посольства Франции. – 1993. – С.38-53.
22. Бодуен Ж. Вступ до політології / Пер. з фр. – К.: Основи, 1995. –С.83-130.
23. Бойко К.Г. Институт Геллапа // США: экономика, политика и идеология. – 1972. - № 2. – С. 111-116.
24. Бойко К.Г., Успенская Л.М. Американский электорат: новые тенденции (науч.-аналит. обзор) / РАН ИНИОН. – М, 1992. – 45 с.
25. Бойков В.Є. Социально-политические факторы развития российского общества // Социс. – 1995. - №11. - С. 43-52.
26. Брим Р., Косова Л. Президентские выборы – окончательный диагноз? // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. – 1996. - № 5. –С. 19-21.
27. Брюелл Є. Архаичны, но адаптивны. О политических партиях США // Полис. – 1996. - № 3. – С.94-107.
28. Будилова Е.В., Гордан Л.А., Терехин А.Г. Электораты ведущих партий и движений на выборах 1995г. (многомерный статистический анализ)

- // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. – 1996. - № 2. – С. 18-24.
29. Бурдые П. Социология политики / Пер. с фр. – М. : Социо-Логос, 1993. – 333с.
30. Ваган И.С. Интересы электората и партийные программы // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 12. Политические науки. – 1995. - № 1.- С.71-72.
31. Васютинський В. З досвіду психосемантичного вивчення масової політичної свідомості громадян України // Українські варіанти. –1997.- № 1.- С. 13-19.
32. Васютинський В. Про особливості електорального самовизначення громадян України // Українські варіанти. – 1998. - № 1. – С.37.- 41.
33. Вибори-98 у громадській думці населення України. – 1998. - № 21. – С.68-95.
34. Вибори до Верховної Ради України: досвід та уроки / В.Г.Кремінь, Є.Г.Базакін, А.О.Білоус та ін. – К.: НІСД, 1994. – 70 с.
35. Викторов В.В. Факторы, влияющие на формирование избирательных предпочтений (по данным опроса в трех регионах Российской Федерации) // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. – 1996. - № 4. – С. 20-24.
36. Вишняк А.Н. Отношение населения Украины к общественно-политическим организациям, партиям и их лидерам // Молодежь Украины: ожидания, ориентации, поведение. – К. : Наукова думка, 1993. – С.6-18.
37. Вишняк А.Н. Массовое сознание молодежи: содержание, структура, методика изучения // Формирование мировоззренческой культуры молодежи / отв. ред. В.Г.Табачковский. – К.: Наукова думка, 1990. – С.253-262.
38. Вишняк О. Вибори-98: прогнози і реальність // Розбудова держави. – 1998. - № 5/6. – С.8-15.
39. Вишняк О. Електоральна поведінка українців і росіян: партійна усталеність та межі ідеологічного голосування. // Розбудова держави. – 1999. - № 1/6. - С.33-37.
40. Вишняк О. Динаміка аудиторії засобів масової інформації (1994-1999)

// Українське суспільство; моніторинг соціальних змін (1994-1999); інформаційно-аналітичні матеріали. – К.: Інститут соціології НАНУ, 1999. – С.159-163.

41. Вишняк О. Електоральна соціологія: історія, теорія, методи. – К.: Ін-т соціології НАНУ, 2000. – 310с.
42. Візниця Ю.В. Особливості українського електорату в процесі демократизації та становлення національної державності // Автореф. дис. канд. соц. наук. – К., 1993. –22с.
43. Владыкина И.К., Плесовских С.Н. Феномен доверия и политическая реклама // Вестник Московского университета сер. 18. Социология и политология. – 2000. - № 1.- С.141-152.
44. Войтенко В. Люди і вибори: нариси з історії політичної арифметики. К.: Довіра, 1995. – 120с.
45. Вятр Е. Социология политических отношений / Пер. с польск. – М.: Прогрес, 1979. – 463с.
46. Гаджиев К.С. Введение в политическую науку: Учеб. для вузов. – М.: Логос, 1997. – 541с.
47. Гаєвський Б.А. Сучасна українська політологія.– К.,1999.– 57с.
48. Ганчев Д. Изучение и формирование общественного мнения / Пер. с болгар.- М.: Мысль, 1983. – 208с.
49. Говра Д.П., Соколов Н.В. Исследования политических ориентаций // Социс. – 1999. - № 1. –С.66-77.
50. Гаврилов С. Предпочтения украинского электората // Независимая газета. – 1999. – 21 октября.
51. Галкин А.А. Расстановка политических сил в электоральном преломлении: латентные факторы потенциального сдвига // Полис.- 1997. - № 1. – С.114-116.
52. Гельман В.Л. Избирательные кампании в России: испытание электоральной формулы // Полис. – 1996. – № 2. – С.84-100.
53. Гіденс Ентоні Соціологія. – К. - 1999. – 700с.

54. Головаха Е.И. и др. Демократизация общества и развитие личности. От тоталитаризма к демократии / Е.И.Головаха, И.Э.Бекешкина, В.С.Небоженко. – АН Украины, Ин-т социологии. К.: Наукова думка, 1992. – 124с.
55. Головаха Є. Партії очима виборців [в Україні] // Сучасність. – 1992. - № 7.- С.67-79.
56. Головаха Є. Політична залученість населення: проінформованість, активність, компетентність // Політичні читання. – 1992. - № 2. – С.18-28.
57. Головаха Є., Пухляк В. Політична соціалізація в посткомуністичній Україні // Політична думка. – 1994. - № 2. – С.26-27.
58. Головаха Е.И. Трансформирующееся общество. Опыт социологического мониторинга в Украине. – К.: Ин-т социологии НАНУ, 1996. – 142с.
59. Головаха Є. Самотній натовп. Недовір'я, непевність, незадоволення – головні риси соціального самопочуття українців. // День. – 1998р. – 3 вересня.
60. Головаха Є.І., Паніна Н.В. Загальна характеристика та динаміка соціального самопочуття населення України. В кн.: Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Кол. Монографія. / Під ред. М.О.Шульги. – К.: Ін-т соціології НАНУ, 1999. – С.410-423.
61. Головаха Е.И. Президентские выборы в Украине в социологическом ракурсе // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 1999. - № 6. – С.13-17.
62. Горбачик А. Политические ориентации и социальное самочувствие населения Украины // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. – 1998. - № 5. – С.15-18.
63. Голосов Г.В. Сравнительная политология. Учебник. – Новосибирск: из-во Новосибирского университета, 1996. – 186с.
64. Голосов Г.В. Форматы партийных систем в новых демократиях: институциональные факторы неустойчивости и фрагментации // Полис. – 1998. № 1. – С. 106-121.

- 65.Гоулд Ф. Стратегическое планирование избирательных кампаний // Полис. – 1993. - № 4. С. 134-145.
- 66.Громадська думка і політика. За матеріалами семінару 21-23 листопада 1997 року. – К.: Фонд “Демократичні ініціативи”, 1997. – 69с.
- 67.Громова Р.Г. Анализ причин выбора респондентами политических партий // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. – 1996. - № 3. – С. 16-19.
- 68.Грушин Б.А. Массовое сознание: опыт определения и проблемы исследования. – М.: Политиздат, 1987. – 367с.
- 69.Гумилев Л.Н. География этноса и исторический период. – Л.: Наука, 1990. – С.33-43
- 70.Гуревич Л.Я. Особенности электорального поведения граждан Казахстана // Социологические исследования. – 1994. - № 5. – С. 64-71.
- 71.Давыдова А.А. Репрезентативность выборки // Социс. – 1990. - № 1. – С. 115-121.
- 72.Давыдова А.А. Динамика роли участвующих в выборах: стохастическая модель // Социс. – 1995. - № 2. – С. 62-84.
- 73.Дой Т., Зиглер Л. Демократия для элиты.- М.: Юрид. лит-ра, 1984. – 320с.
- 74.Даль Р. Природа политического процесса // Социально-политические науки. – 1990. - № 10. – С.45-54.
- 75.Дворецька Г.В. Соціологія: Навч. посібник. – К., 1999. – 338с.
76. Демидов А.Н. Политическая деятельность: философский анализ факторов детерминации / Под. ред. А.А.Федосеева. – Саратов: из-во Саратовского университета, 1987. – 127 с.
- 77.Демидов А.Н. Секреты избирателя // Социс. – 1989. - № 1. – С.29-35.
- 78.Демидов А.Н. Можно ли предсказать результаты голосования?
// Социологический журнал. – 1994. - № 3. – С.138-144.
- 79.Денисенко В.М. Умови формування громадянського суспільства та критерії його визначення / Вісн. Львів. Ун-ту. Серія сусп. наук. – 1995. – Вип. 32. – Львів, 1995. – С.90-93.

- 80.Джилос М. Лицо тоталитаризма. – М.: Новости, 1992. – 539с.
- 81.Дзюба Н. Деякі аспекти історії дослідження електоральної поведінки // Зб. наук. ст. Соціальні виміри суспільства, НАН України, Ін-т соціології. – К., 1999. – с.110-121.
- 82.Дмитриев А.В. Политическая социология США. Очерки. – Ленинград: из-во Ленинградского ун-та, 1971. – 84с.
- 83.Дмитриев А.В., Тощенко Ж.Т. Социологический опрос и политика // Социс. – 1994. - № 5. - С. 45-51.
- 84.Довгань А.О. Влада і ми: Діяльність депутатів в оцінці виборців // Філософ. і соціол. думка. – 1991. - № 11. – С.45-46.
- 85.Дубицкая В.П., Тарарухина М.Н. Какого политика можно продать? // Социс. – 1998. - № 10. – С.118-127.
- 86.Житенев В.А. Политическая культура: опыт формирования и проблемы. – М.: Политиздат, 1990. – 140с.
- 87.Жмириков А.Н. Как победить на выборах: психотехника эффективного проведения избирательных кампаний: Научн.-практ. пособие. – Обинск: Титул, 1995. – 194с.
- 88.Жук П. Деякі особливості електоральної соціології // Українські варіанти. – 1998. - № 2. – С.30-33.
- 89.Журавлев А. Выборы в органы законодательной власти: предварительные итоги и территориальная специфика // Власть. – 1998. - № 2. – С.31-35.
- 90.Журавский В.С. Политический процесс в Украине: анализ, поиски, решения / Отв. ред. И.Тимошенко. – К.: УФІМБ, 1995. – 123с.
- 91.Зоркая И.А. Президентские выборы: электоральные установки россиян в апреле 1996 // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. – 1996. - № 3. – С.11-17.
- 92.Злобіна О.Г., Тихонович В.О. Особистість сьогодні: адаптація до суспільної нестабільності / НАН України, Ін-т соціології. – К.: Ін-т соціології, 1996. – 98с.

93. Зубов Л.Б., Колосов В.А. Что ищет Россия? Ценностные ориентации российских избирателей 12 декабря 1993 года // Полис. – 1994. - № 1. – С.93-112.
94. Ершов Ю.Г. Методологические проблемы типологизации исторического процесса // Типология социальных явлений. – Свердловск, 1982. – С.20-21.
95. Иваницкий В. Избирательные блоки // Диалог. – 1990. - № 3. – С.47-52.
96. Избирательное право в вопросах и ответах / РАН Институт государства и права. – М, 1995. – 84с.
97. Избирательное право и выборы. – М.: Наука, 1990. – 90 с.
98. Ильясов Ф.И. Политический маркетинг или как “продать” вождя // Полис. – 1997. - № 5. – С.99-106.
99. Капранов И.В. Биполярная модель российского электорального пространства // Вестник МГУ. Серия 18. Социология и политология. – 1998. - № 4. – С.52-68.
100. Каревіна О. Економічні інтереси та соціально-економічні орієнтації населення України на етапі переходу до нового соціально-економічного устрою // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. - № 4/5.- С.176-186.
101. Кесельман Л., Мацкевич М. Масова комунікація і виборча кампанія // Філософ. і соціол. думка. – 1994. – № 9-10. – С.25-56.
102. Кесельман Л.Е. Выборы Президента (некоторые проблемы прогнозирования) // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения.
103. Кіс Т.І. Виборчі системи та їх політичні наслідки // Нова політика. – 1996. - № 2. – С.23-21. – 1996. - № 4. – С.11-30.
104. Клямнин И.М. До и после парламентских выборов // Полис. – 1993. - № 6. – С.40-53.
105. Князев В.М. Соціальна технологія і управління політичними процесами в Україні. – К.: НІСД, 1995. – 35 с.
106. Князева О.В. Електоральна поведінка як соціокультурне явище // Автореф. дис., канд. соц. наук. – Харків, 1996. – 24 с.
107. Ковлер А.Н. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт / РАН Ин-т государства и права. – М. – 1995.

108. Ковлер А.И., Смирнов В.В. Демократия и участие в политике: критич. очерки истории и теории. – М.: Наука, 1986. – 190 с.
109. Козак В. Форми політичної участі громадян в державотворчих процесах / Розбудова держави. – 1998. - № 1-2 . – с. 85.
110. Колодій А.Ф. Політичний спектр: про деякі критерії “правих” і “лівих” політичних сил в посткомуністичних країнах // Філософ. і соціол. думка. – 1995. - № 9-10. - С.3-24.
111. Колодій А.Ф. Соціальні основи демократії: досвід індустріально розвинутих країн і деякі сучасні проблеми в Україні // Український час. – 1993. - № 1. – С.16-18.
112. Комаровский В.С. Типология избирателей // Социс. – 1990. –№ 3. – С.42-47.
113. Комаровский В.С. Демократия и выборы в России: теория и история вопроса // Социологические исследования. –1996. -№6.-С.19-28.
114. Комаровский В.С. Политический выбор избирателей //Социс. – 1992. - № 3. – С. 23-33.
115. Конституція України. – К.: Укр. правнича фундація. - 1996. – 63с.
116. Королько В. Основи публік релейшенз: Посібник. – К.: Ін-т соціології НАН України, 1997. – 334с.
117. Костенко Н., Макеев С. Вибори і медіа: легалізуючи публічну сферу // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1999. - № 1. – С.78- 93.
118. Кравченко В.В., Пухтинський М.О. Науково-практичний коментар Закону України “Про вибори народних депутатів України”. – К.: Фонд сприяння місцевому самоврядуванню України, 1997. – 192 с.
119. Кравчук Л., Доній О. Студентську революцію зрадили не комуністи, а націонал-демократи // Політика і культура. – 2000. – 10-16 жовтня. – С. 11-13.
120. Красиков Б.И. Теория власти и властных отношений // Социально-политический журнал. – 1994. - № 3-6.

121. Краткий политический словарь / Аборенков В.П., Абова Т.Е., Аверкин А.Г. и др.; 6-е изд. доп. – М.: Политиздат, 1989. – 623 с.
122. Кремень В. Основні напрямки трансформації політичної системи України // Вісн. Укр. Акад. – 1996. - № 1. – С. 5-13.
123. Кречул Ю.І. Накази виборців – елемент імперативного депутатського мандата // В зб. “Правова держава”. – Вип.2. – К.: Наукова думка, 1992. – С.91-95.
124. Крылова В.С. Поведение избирателей в освещении французской политологии // Политические отношения. – М.: Изд-во полит. л-ры, 1976. – С. 166-177.
125. Кухта Б., Теплоухова Н. Політичні еліти і лідерство: Навч. посібник. – Львів: Кальварія, 1995. – 200 с.
126. Куценко О. Имидж кандидата в депутаты // Современное общество. – 1994. – С.76-83.
127. Кущерець В.І. Опитування і вибори: зарубіжна практика // Філософ. і соціал. думка. – 1991. - № 3. – С. 29-38.
128. Лавриненко В.Г., Сетов Р.О. Як перемогти на виборах. Науково-методичний збірник. Час. 1. – К.: Укр. НДІ проблем молоді, 1993. – 59 с.
129. Лавріненко Н.В. Гендерний аспект структур влади / Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Кол. монографія /Під ред. М.О.Шульги. – К.: Ін-т соціології НАН України, 1999. –С.380-398.
130. Лазоренко О.В., Лазоренко О.О. Теорія політології: Для тих, хто прагне успіху. Навч. посібник. – К.: Вища школа, 1996. – С.86-115.
131. Ларцев В. Выборы в Украине – схватка экономических кланов // Киевские ведомости. – 1998. – 16 апреля.
132. Левчин Д.А. Особенности подготовки и проведения избирательных кампаний «от двери к двери» / Вестн. Моск. ун-та. Сер.12. Политические науки. – 1995. - № 3. С.52-66.
133. Левада Ю. Структура российского электорального пространства // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. – 1996. - № 3. – С.16-19.

134. Левада Ю. О. Комплексы общественного мнения (статья первая) // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. – 1996. - № 6. – С.7-12.
135. Левада Ю.О. Людина, натовп і маса в громадській думці // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. - № 1-2. – С.80-92.
136. Левада Ю. Активы и ресурсы общественного мнения // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. – 1998. - № 4. - - С.7-12.
137. Липсет С. Политическая социология // Американская социология. Перспективы. Проблемы. Методы. – М.: Прогрес, 1972. – С.203-219.
138. Липсет С. Американская демократия // Сравнительная социология. Избранные переводы. – М.: Академия, 1995. – С. 99-156.
139. Литвин В., Нечипоренко Г. Політична опозиція. Деякі аспекти світового досвіду та сучасної української практики // Політика і час. – 1994. - № 1. – С.51-62.
140. Лысенко В.И. Выборы в представительные органы в новой Европе: политологический опыт и тенденции 80-90х годов / РАН Ин-т государства и права. – М.: Наука, 1994. – 140 с.
141. Любарев А.С. Корреляционный анализ результатов парламентских выборов 1995 года // Полис. – 1996. - № 2. – С. 31-36.
142. Макеев С. Легітимація політичних домагань у виборчій кампанії (щодо “симулякрів” соціальної структури України) // Політична думка.- 1994. - № 3. – С.31-36.
143. Макеев С. Процеси соціальної структуризації в сучасній Україні // Політична думка. - 1998. - №2. – С. 58-70.
144. Макеев С., Саламатов В. Політична географія України. За підсумками виборів 29 березня 1998 року. // Політичний портрет України. – 1998. – 1998. - № 21. – С.18-28.

145. Макфол М. Осмысление парламентских выборов 1993г. // Полис. – 1994. - № 5. – С.124-127.
146. Малярчук М. Партії та електорат в Україні і західних демократіях // Нова політика. – 1996. - № 6. – С.31-33.
147. Манхейм К. Диагноз нашего времени. – М. - 1994. –С.443-450.
148. Маркс К., Энгельс Ф. Избранные сочинения // Т.2. – М.: Политиздат. – С.263-268.
149. Мартинюк И.О. Выборы в зеркале общественного мнения // Философская и социологическая мысль. – 1989. - № 9. – С.26-28.
150. Марченко Г.В. Россия между выборами (социологический анализ и прогноз состояния электората) // Полис. – 1996. – № 2. – С.101-115.
151. Матвієнко В. Самовідчуття громадян за рік до президентських виборів // День. –1998. –31 жовтня.
152. Матвиенко В.Я. Социологический анализ в политике. – К.: Вища школа, 1995. – 350 с.
153. Матусевич В.А. Проблемы исследования электорального поведения / В зб. Проблеми розвитку соціології на сучасному етапі (теоретичні та методичні питання). Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – К.: Ін-т соціології НАН України, – 1994. – С.224-227.
154. Матусевич В., Осовський В. Електоральна поведінка : техніка соціологічного дослідження // Філософ. та наук. думка. – 1994. - № 11-12.- С.96-103.
155. Матусевич В. Політична культура: теоретико-методологічні проблеми дослідження // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. - № 4 -5. – С.72-84.
156. Медиа в выборах: между политикой и культурой / Под ред. Н.Костенко. – К.: Ин-т социологии НАН Украины, 1999. – 215 с.
157. Мерло П. Избирательные кампании и проблемы их подготовки: “Ровное игровое поле” и демократические выборы // Полис. – 1995. - № 4. – С.131-138.

158. Мерло П. Электоральная практика, права человека и общественное доверие к демократической системе // Полис. –1995.- № 4.- С.123-130.
159. Мерфин Р. Технология избирательных кампаний в США // Полис. – 1991. - № 3. – С.125 – 132.
160. Миллс Р. Властвующая элита. – М.: Прогресс, 1961. – 542 с.
161. Милошев Ф.Н. Духовная жизнь молодых россиян: что впереди (прогноз социолога) // Вестник Московского университета. Сер.18. Социология и политология. – М. – 1999. - №3. – с.65.
162. Михальченко М.І. та ін. Соціально-політична трансформація України: реальність, міфологеми, проблеми вибору /М.І.Михальченко,В.С.Журавський, В.В.Танчер; НАН України, Ін-т соціології. – К.: Лотос, 1997. – 178с.
163. Михальченко М.І. Становлення нових політичних інститутів і національно-державний розвиток України / Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Колективна монографія / Під ред. М.О.Шульги. – К.: Ін-т соціології НАН України, 1999. – С. 287-322.
164. Міцкевич Е, Файерстоун У. Телебачення і вибори. – К.: Вік ЛТД, 1995. – 50с.
165. Молодежь Украины: ожидания, ориентации, поведение /В.Е.Пилипенко, А.И.Вишняк, Е.А.Донченко и др. – АН Украины, Ин-т социологии. – К.: Наукова думка, 1993. – 159с.
166. Молодь України: для неї і про неї // Зб. наук. публікацій Укр. НДІ проблем молоді. -К. - 1993. - С.82-95.
167. Молодь України: стан, проблеми, шляхи розв'язання: Зб. Наук. матеріалів Укр. НДІ проблем молоді за підсумками вик. наук. проектів і прогр. у 1993 / Укр. НДІ пробл. молоді; Редкол.: Балакірева О.М. та ін. – К.: АCADEMPRESS, 1994. – Вип. 3. – 1994. – 143 с.
168. Молодь і вибори / Матеріали круглого столу, орг. фондом “Демократичні ініціативи” та провідними соціологічними центрами України. –К.: Український Інститут соціальних досліджень. - 4 жовтня 1999р.

169. Назарова И.Б. Непроведение опроса и отказ от интервью //Социологический журнал. – 1998. - № 1-2. – С. 161-167.
170. Небоженко В.С. Выборы: ожидания и результаты // Философская и социологическая мысль. – 1989. - № 8. – С. 35-37.
171. Небоженко В.С. Соціальна напруженість і конфлікти в українському суспільстві. – К.: Абрис, 1994. – 64 с.
172. Неверов Г. Прогнозы и факты. К итогам выборов Верховного Совета Украины 29 марта 1998г. // Новости NEWS . – 1998. – 3 апреля.
173. Нельга О. Соціологія виборчого процесу: проблеми становлення //Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2000. - № 2. – С.131-140.
174. Ноэль Е. Массовые опросы. Введение в методику демократии. – М.: Прогресс. – 1979. – 294 с.
175. Ноэль-Нойман Е. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. – М.: Прогресс-Академия, Весь мир, 1996. – 352 с.
176. Общественное мнение и власть: механизмы взаимодействия / АН Украины, Ин-т социологии; Отв. ред. А.А.Ручка. – К.: Наук. думка, 1993. – 136 с.
177. Одарич С. Феномен партійності за умов непартійних виборів в Україні // Верховна Рада України: парадигми і парадокси. Вип. 1. – К.: Фонд “Українська перспектива”, 1995. – С.5-10.
178. Окара А. Где два украинца – там три гетьмана. Передвыборная президентская кампания в Украине не открыла принципиально новых избирательных технологий // Независимая газета. – 1999. – 17 ноября.
179. Ослон А., Петренко Е. Факторы электорального поведения: от опросов к моделям // Вопросы социологии. – 1994. - № 5. – С. 3-26.
180. Осовський В. Воля народу: [До підсумків Всеукраїнського референдуму і президентських виборів] // Політика і час. – 1992. - № 1. – С. 11-19.
181. Осовський В.Л. Громадська думка: спроба соціологічної інтерпретації. – К.: Ін-т соціології НАНУ, 1999. – 137 с.

182. Оссовський В.Л. Стан громадської думки в Україні: case study. / Україна на порозі третього тисячоліття. Колективна монографія / Під ред. М.О.Шульги. – К.: Ін-т соціології НАН України, 1999. – С. 356-380.
183. Паламарчук В.М. Соціальна трансформація суспільства і національні інтереси України. – К.: НІСД, 1995. – 32 с.
184. Паніна Н. Яким депутатам ми віддаємо перевагу / Політичний портрет України. – 1995. - № 8. – С. 6-9.
185. Панина Н.В. Технология социологического исследования. К.: Ин-т социологии НАН Украины. – 1998. – 270 с.
186. Паниотто В. Социология последнего дня. Победу Кучмы на выборах 1999 года не предсказали потому, что она родилась в последний момент. // День. – 1997. – 19 ноября.
187. Паниотто В.С. С чем едят социологические прогнозы? // День. – 1998. – 21 апреля.
188. Парламент України: вибори – 98 (документи, статистика, бібліографія) Авт. кан. Є.Адючин, І.Воронов, Ю.Ганджуров та ін. – К.: Парламентське видавництво, 1998. – 423 с.
189. Пастухов В.Б. Перспективы посткоммунистического консерватизма и президентские выборы (конспект ситуации) // Полис. – 1996. - № 2. – С. 75-83.
190. Пахомов Ю. Політична культура посттоталітарної доби // Політологічні читання. – 1992. - № 2. – С. 39-45.
191. Петренко Е. Телевидение и парламентские выборы 1995 года // Открытая политика. – 1996. - № 4. – С. 52-57.
192. Петров О.В. Социологические избирательные технологии. – Днепропетровск: Арт-Пресс, 1998. – 164 с.
193. Петров О, Полтораки В. Опитувальні технології у виборчій кампанії // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1999. - № 4-5. – С. 56-75.

194. Петров О, Полтораков В. Опитувальні технології у виборчій кампанії // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1999. - № 3. – С. 41-66.
195. Петровская М.М. Общественное мнение США: опросы и политика. – М.: Наука, 1997. – 233 с.
196. Петровская М.М. США: политика сквозь призму опросов. – М.: Международные, 1992. – 272 с.
197. Петрунько О.В. Мотиви відчуження сучасної молоді України від активної політичної діяльності // Педагогіка і психологія . – 1996. - № 1. – С. 98-101.
198. Піча В.М., Стеблич Б.А. Соціологія політики. – Львів, 1994. – 20 с.
199. Пищулин К.П. Политическое лидерство и электоральный процесс // Полис. – 1998. - № 5. – С. 145-152.
200. Погребинський М. Чим більше молоді прийде на вибори, тим менше шансів у лівих // Україна молода. – 1999. – 9 квітня.
201. Погребинський М., Толпичо А. Сменить нельзя оставить. Именно по такому принципу Украина избирает Президента // Независимая газета. – 1999. – 29 октября.
202. Пойченко А. Выборы. Технология успеха // Віче. – 1993. – 12. – С. 98-109.
202. Политическая культура населения Украины: результаты социологических исследований / Е.И.Головаха, Н.В.Панина, Ю.И.Пахомов, Н.Н.Чурилов, И.В.Буров – К.: Наукова думка, 1993.- 136 с.
203. Політичні партії України / Вкладачі Андрущак І., Марченко Ю., Тесленко С. – К.: Тов. “К.І.С.”, 1998. – 702 с.
204. Політологія / За ред. О.І. Семківа. – Львів: Світ, 1994. – 532.
205. Політологія посткомунізму: політ. аналіз посткомуністичних суспільств: [Редкол.: В.Полохало (керівник автор. колективу) та ін.] К.: Політична думка, 1995. – 363 с.
206. Політичний календар. Інформаційно-аналітичний огляд. – 1999. - № 12. – К.: Інститут політики. – 85 с.

207. Попов Н.П. Динамика политических взглядов американцев // Социологические исследования. – 1980. - № 4. – С. 151-160.
208. Попов І.І. Про роботу з електоратом. Специфіка виборчої поведінки молоді // Уряду України, Президенту, законодавчій, виконавчій владі. Політична культура і політичні партії України. Аналітичні розробки, пропозиції наукових та практичних працівників / Керівник авторського колективу А.І.Комарова, О.М.Рудакевич. – Т. 6. – К., 1997. – С. 436-439.
209. Потульницький В.А. Теорія української політології: курс лекцій. – К.: Либідь, 1993. – 192 с.
210. Приходько Т. Економічна поведінка молоді за ринкових умов // Розбудова держави. - 1998. - №11-12. – С. 35-48.
211. Про вибори народних депутатів України: Закон України від 24 вересня 1997р. // Голос України. – 1997. – 27 жовтня. – С. 4-10.
212. Про вибори Президента України: Закон України від 5 липня 1991 // Відомості Верховної Ради України. – 1991. - № 33. – С. 488.
213. Про відкликання народного депутата України: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1995. - № 41. – С. 299.
214. Про внесення змін до Закону України “ Про вибори народних депутатів України” від 30 грудня 1997 // Урядовий кур’єр. – 1998. – 20 січня. - № 12. – С.3.
215. Про становище молоді в Україні (за підсумками 1998 року). Щорічна доповідь Президентові України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України / Ред. колегія В.І.Довженко, Т.В.Безулик та ін. – К.: Держкосім’ямолодь; УІСД. – 1999. – С.79-87.
216. Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина української держави / Матеріали Всеукраїнської наукової конференції (29-31 травня 1995р., Київ). – К., 1995. – С.29-45.
217. Почепцов Г., Жолковський К. Як добре бути кандидатом в американські президенти! // День. – 2000. – 27 жовтня.

- 218.Почепцов Г. Человеку-горе следует стать человеком мышью, чтобы победить на выборах // Зеркало недели. – 1998. – 20 января.
- 219.Почепцов Г. Інформаційний простір: захист чи напад? // День. – 2000. – 14 жовтня.
- 220.Почепцов Г., Макеев С. Операція “брудні вуха”: що було, що буде і на чому серце заспокоїться // День. – 2000. – 9 грудня.
- 221.Психологія масової політичної свідомості та поведінки / Відп. ред. В.О.Васютинський. – К.: Вид-во “ДОК-К”, 1997. - № 5. – С. 3-16.
- 222.Пугачев В.П. Средства массовой коммуникации в современном политическом процессе // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Политические науки. – 1995. - № 5. – С. 3-16.
- 223.Пшизова С.И. Какую партийную модель воспринимает наше общество // Полис. – 1994. - № 4. – С.104.
- 224.Регицький В. Джерела суспільно-політичної активності // Вісник АН України. – 1993. - № 5. – С. 36-48.
- 225.Романюк А.С. Методологічний аналіз внутріпартійних конфліктів в Україні // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. сусп. наук. – 1993. – Вип. 31. – Львів; 1993. – С. 41-47.
- 226.Романюк А., Черниш Н. Схід-Захід: компроміс чи конфронтація: [Дослідження впливу політ. партій України] // Філософ. і соціол. думка. – 1994. - № 3-4. С. 104-116.
- 227.Ротман Д.Г. Электоральное исследование: сущность и технология // Социс. – 1998. - № 9. С. 61-69.
- 228.Ротман Д.Г., Дуб Е.Г., Тарнавский А.А. Некоторые аспекты прогнозирования электорального поведения // Социология (Минск). – 1998. - № 3. – С. 79-81.
- 229.Рудич Ф.М. Политическая ситуация в Украине накануне президентских выборов // Социально-гуманитарные знания. – 1999. - № 3. – С. 24-36.
- 230.Рукавишников В., Халман Л., Естер Л. Политическая культура и социальные изменения. Международное сравнение. – М.: Совпадения, 1988. – 366 с.

231. Ручка А.А. Общественное мнение и власть: механизм взаимодействия /Отв. ред. Ручка А.А. – К.: Наукова думка, 1993. – 136 с.
232. Ручка А., Вишняк А., Козловский О. Макроуровень образования. Результаты экспертного социологического исследования «Рейтинг ВУЗ-ов-97» // Персонал. – 1998. - № 3. – С. 87-91.
233. Ручка А.О., Костенко Н.В., Скокова Л.Г. Мас-медіа і культура в контексті соцієнтальних перетворень / Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Кол. монографія / Під ред. М.О.Шульги. – К.: Ін-т соціології НАН України, 1999. – С. 541-590.
234. Рябов С.Г. Державна влада: проблеми авторитету і легітимності: монографія / Рада Нац. безпеки і оборони України, Нац. Ін-т стратегічних досліджень. – К.: НІСД, 1996. – 116 с.
235. Рябов С.Г., Томенко М.В. Основи теорії політики: навч. посібник для вищих навч. закладів. – К.: Тандем, 1996. – С. 171-172.
236. Рябчук М. Демократія та “партія влади” в Україні: перспективи соціально-політичного розвитку // Політична думка. – 1994. - № 3. – С. 37-43.
237. Седов Л.А. Материал к анализу электорального поведения граждан России // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. – 1996. - № 5. – С. 12-14.
238. Седов Л.А. В лабиринте электоратов // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. – 1998. - № 6. – С. 17-21.
239. Сергеева Е.Я. О методологии исследований электорального поведения россиян // Социс. – 1996. - № 7. – С. 115-118.
240. Скабара Р. Проблеми електоральної географії великого міста (на прикладі Львова) // Студії політологічного центру “Генеза”. – 1997. - № 2. – С. 20-26.
241. Скиба В. Твій вибір виборцю: [Філософські роздуми] // Віче. – 1994. - № 2. – С. 24-34.
242. Слісаренко І. Різновиди політологічних прогнозів на сторінках української преси // Вісн. Київ. ун-ту. Сер. Журналістика. – 1995. – Вип. 2. – С. 80-85.

243. Слюсаревський М.М. Вивчення і прогнозування електоральної поведінки. Проблеми розвитку соціології на сучасному етапі (теоретичні та методичні питання) / Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. - К. - 1994. - С.228- 234.
244. Слюсаревський М.М., Федоришин О.Б., Царюк Л.А. Деякі аспекти використання листівок у передвиборній боротьбі // Філософ. і соціол. думка. - 1992. - № 1. - С. 8-15.
245. Смелзер Н. Социология / Пер. с англ. - М.: «Феникс», 1994. - С. 521-636.
246. Снісаренко Л.Ю. Право відкликання: історія і досвід / В зб. «Правова держава». - Вип. 2. - К.: Наукова думка, 1992. - С. 182-188.
247. Сорос Д.Ж. Утвердження демократії / пер. з англ. - К.: Основи, 1993. - 143 с.
248. Соседский А. Опросы и публика // Социс. - 1996. - № 6. - С. 132-135.
249. Социальный облик молодежи (на материалах Украинской ССР) / Отв. ред. А.Н. Вишняк, Н.Н. Чурилов. - К.: Наукова думка, 1990. - 216 с.
250. Соціологія: Курс лекцій / В.М.Піча, О.М.Семашко, Н.Й.Черниш та ін. За редакцією В.М.Пічі. - К.: Заповіт, 1996. - 366 с.
251. Соціологія: короткий енциклопедичний словник. Уклад.: В.І.Волович, В.І.Тарасенко, М.В.Захарченко та ін.; Під заг.ред. В.І.Воловича. - К.: Укр. центр. Духовн. Культури, 1998. - 736 с.
252. Социологическое обеспечение избирательных кампаний // Социологические исследования. - 1996. - № 5. - С. 80-90.
253. Социология молодежи: Учебник / Под. ред. В.Т.Лисовского. - СПб: С-Петербург.Ун-т, 1996. - 460 с.
254. Страхов А.П. Особенности политического поведения избирателей: политико-культурный аспект // Вестник МГУ. Серия 12. Политические науки. - 1998. - № 3. - С. 17-35.
255. Судаков В. Реальные рейтинги или манипуляция общественным сознанием // Независимость. - 1998. - 11 марта.

256. Тавокин Социологические прогнозы электорального поведения // Социс. – 1996. - № 7. – С. 15-20.
257. Тадевосян Э.В. Словарь-справочник по социологии и политологии. – М.: Знание, 1996. – 272 с.
258. Танчер В., Карась О., Кучеренко О. Політичні партії та рухи у світлі “ситуації постмодернізму” – К.: “Демократичні ініціативи”, 1997. – 44 с.
259. Толпыго А.К. Украинские политические идеологии // Полис. – 1994. - № 1. – С. 113-120.
260. Томенко М. Особливості національної виборчої кампанії // Політичний портрет України. – 1999. - № 21. – С. 6-17.
261. Томенко М. Політичні технології у виборчій кампанії Президента // Політична думка. – 1999. - № 3. – С. 38-43.
262. Трипольський В. Демократія і влада // Віче. – 1997. - № 1. – С. 7-21.
263. Україна посткомуністична: суперечності та перспективи соціально-політичного розвитку // Вісн. НАН України. – 1994. - № 4. – С. 92-101.
264. Фетисов А.С. Политическая власть: проблемы легитимности // Социально-политический журнал. – 1995. - № 3. – С. 101-112.
265. Хініч М., Хмелько В., Ордешук П. Просторовий аналіз парламентських виборів 1998 року в Україні // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1999. - № 2. – С. 21-44.
266. Хмелько В. Партийные системы формируют механизм политической ответственности // День. – 1998. – 7 марта.
267. Хмелько В. Выборы-99: электоральный выбор населения // Выборы-99. Бюлетень № 1. – К.: Фонд “Демократичні ініціативи”, 1999. – С. 16-18.
268. Холодковський К. Соціальне коріння ідейно-політичної диференціації російського суспільства // Політична думка. – 1998. – № 2. – С. 23-44.
269. Хмелько В., Паніотто В. Критерії “недореформ”. Конкурувати з чиновниками можуть лише заможні люди. // День. – 2000. – 9 грудня.

270. Черниш М.Ф. Социальная мобильность и политические ориентации // Социологический журнал. – 1997. - № 3. – С. 5-19.
271. Черниш Н. Усіх нас можна поділити на дві партії: із зарплатою та без неї // Експрес. – 1998. – 9 травня.
272. Чурилов М., Стегній О. Моніторинг електоральних орієнтацій // Вибори-99. Бюлетень № 1. – К.: Фонд “Демократичні ініціативи”, 1999. – С. 19-20.
273. Шаповал В. Зарубіжний парламентаризм. – К.: Основи, 1993. – 137 с.
274. Шверн Р. Теории рационального выбора: аналитический обзор // Социологический журнал. – 1995. - № 2. – С. 43-57.
275. Шведа Ю. Ідеологічні особливості партійної системи в Україні // Українські варіанти. – 1997. - № 1. – С. 20-27.
276. Шевель І. Соціологічне забезпечення виборчих кампаній // Розбудова держави. – 1998. - № 9-10. – С. 65-71.
277. Шиляр Л. Змішана виборча система: досвід посттоталітарних країн // Час/Time. 1996. – 7 червня.
278. Шульга М.О. Особливості процесу зміни правлячих еліт у період системної трансформації суспільства /Українське суспільство на порозі третього тисячоліття / Кол. монографія під ред. М.О.Шульги. – К. – 1999. – С.322-356.
279. Энциклопедический социологический словарь / Общ. ред. Г.В.Осипова. – М.: ИСПИРАН, 1995. – 939 с.
280. Ядов В.А. Два рассуждения о теоретических предпочтениях // Социологический журнал. – 1995. - № 2. – С. 70-72.
281. Яременко О., Балакірева О. Електоральні орієнтації населення України: жовтень 1999 // Вибори-99. Бюлетень № 1. – К.: Фонд “Демократичні ініціативи”, 1999. – С. 22-29.
282. Яременко О., Міщенко М. Політичні уподобання українців як чинник впливу на політичні процеси // Політична думка. – 2000. - № 1. – С. 11-18.
283. Zuckerman A.S. Dying Political Scienses. An Introduction to Political Analysis.- Oxford, 1991.

- 284.Uehlinger H.-M. Jugend und Stadt. Übergänge von der Bürger-Aktivität zur Illegalität
// Matz U., Sckmidchen G. Gewalt und Legitimität. Opladen, 1998.- C.129-131.
- 285.Campbell A., Corverse Ph., Miller W., Stokes P., The American Voter. – New
York: Willey, 1960.
- 286.Downs A. An Ekonomic theory of Democracy. - New York: Hakper, 1957.

ДОДАТОК

АНКЕТА

ШАНОВНИЙ УЧАСНИК СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Мета дослідження – вивчити і проаналізувати поведінку студентської молоді в процесі виборів, фактори, які впливають на її вибір при голосуванні. Результати досліджень використовуватимуться з науково-практичною метою.

Запитання супроводжуються кодами можливих відповідей. Помітьте, будь ласка, той, з яким погоджуєтесь. Якщо жодна із запропонованих відповідей не співпадає з Вашою думкою, напишіть свій варіант.

Анкета анонімна. Просимо обов'язково відповісти на всі її питання. Наукова цінність дослідження залежатиме від щирості Ваших відповідей, за яку наперед вдячні.

1. Що означають для Вас вибори?

- 01- це форма реалізації мого виборчого права;
- 02- це подія, від якої залежить доля держави, з виборами пов'язані надії на краще;
- 03- це вияв боротьби за владу між групами політиків, яким далекі інтереси народу;
- 04- проста формальність, не маю ілюзій, що з ними відбудуться зміни на краще;
- 05- інше (напишіть)- _____

2. На яких засадах, на Вашу думку, реально проходять вибори в Україні?

(позначте усі ті позиції, з якими погоджуєтесь)

- 06- вільного та рівоправного висування кандидатів;
- 07- гласності та відкритості;
- 08- рівності всіх кандидатів у проведенні виборчої кампанії;

- 09- упередженості до деяких кандидатів з боку державних органів, установ та організацій, органів місцевого самоврядування;
- 10- кандидати мають різні можливості щодо проведення виборчої кампанії.

3. Чи брали Ви участь в останніх виборах до Верховної Ради України та місцевих органів влади, які відбулися 29.03.98р.

- 11- так;
- 12- ні.

4. Якщо Ви не брали участь у виборах, то в зв'язку з якою причиною?

- 13 - із незалежних від мене причин (хвороба, від'їзд);
- 14- мій голос однаково нічого не вирішує;
- 15- втратив (-ла) довіру до депутатів;
- 16- мої близькі не голосували і я не пішов (-ла);
- 17- не бачив (-ла) гідних депутатів;
- 18- для мене голосування – це марна втрата часу.

5. Якщо Ви брали участь в попередніх виборах (липень 1994р.) Президента України, то за кого Ви голосували?

- 19-за Л.Д.Кучму;
- 20-за Л.М.Кравчука;
- 21-ні за кого.

6. Що означає для Вас інститут Президента в Україні?

- 22-гарант Конституції України і глава виконавчої влади;
- 23-формальна посада, яка не має суттєвого впливу на соціально-економічний розвиток країни;
- 24-непотрібна структура, яку потрібно скасувати;
- 25-його повноваження треба розширити;
- 26-важко відповісти.

7. Чи будете Ви брати участь в майбутніх виборах Президента?

- 27-так;
- 28-ні;
- 29-буду, якщо побачу гідного кандидата.

8. Коли Ви вирішуйте, підете голосувати чи ні?

- 30-задовго до дня виборів;
- 31-за один-два дні до виборів;
- 32-у день виборів.

9. Якщо Ви вагаєтесь йти на вибори чи ні, що допомагатиме Вам вирішити це?

- 33-приклад членів сім'ї, знайомих;
- 34-заклики громадськості про необхідність участі у виборах;
- 35-інше (що саме)-_____

10. Чому, на Вашу думку, чимало виборців не голосують?

- 36-втрачена віра у спроможність органів влади вирішити загальнодержавні та місцеві проблеми;
- 37-немає довіри до кандидатів;
- 38-громадяни не цікавляться політикою;
- 39-виборці не вірять, що за допомогою виборів можна змінити ситуацію на краще;
- 40-серед кандидатів немає гідних обрання людей;
- 41-інше (напишіть)-_____

11. Чи знаєте Ви, що в Україні проводяться спеціальні освітні програми для виборців?

- 42-так;
- 43-ні.

12. Чи вважаєте Ви, що є потреба в таких програмах?

- 44-так;
- 45-ні;
- 46-важко відповісти.

13. Чи довіряєте Ви таким інституціям державної влади? (просимо відповісти по кожній позиції)

№, Інституція державної влади	Довіряю	Скоріше довіряю, ніж довіряю	Скоріше не довіряю, ніж довіряю	Не довіряю
1.Верховна Рада України	47	48	49	50
2.Президент України	51	52	53	54

3.Кабінет Міністрів України	55	56	57	58
4.Місцеві органи державної влади	59	60	61	62

14. До яких форм виборчої активності Ви були залучені під час останніх виборів?

(позначте усі форми)

- 63- брав (-ла) участь у зборі підписів на підтримку партії, партійного блоку, кандидата;
- 64- розповсюджував агітаційні матеріали;
- 65- входив (-ла) до групи підтримки кандидата;
- 66- був (-ла) спостерігачем на виборчій дільниці;
- 67- лише голосував (-ла);
- 68- у жодній;
- 69- в інших (напишіть в яких)- _____

15. Що було причиною Вашої активності у виборчій кампанії?

- 70- прагнення реалізувати свої політичні переконання;
- 71- бажання підтримати конкретну людину – кандидата в силу її людських і ділових якостей;
- 72- прагнення перешкодити тому кандидату, якого я вважаю недостойним;
- 73- бажання одержати матеріальну вигоду;
- 74- бажання змінити існуючу владу;
- 75- інші (напишіть).

16. Як саме Ви дізнались про кандидатів у депутати?

(позначте всі форми)

- 76- дивився (-лась) виступи кандидатів по телебаченню;
- 77- слухав (-ла) виступи кандидатів по радіо;
- 78- читав (-ла) про кандидатів у пресі;
- 79 – читав (-ла) агітаційні листівки та інші матеріали;
- 80- був (-ла) учасником передвиборних мітингів;
- 81- безпосередньо спілкувався (-лась) з кандидатами;
- 82- безпосередньо спілкувався (-лась) з членами команди кандидата;
- 83- був (-ла) на зустрічах з кандидатом за місцем проживання;
- 84- був (-ла) на зустрічах з кандидатом за місцем проживання;
- 85- обговорював (-ла) кандидатури на зборах об'єднань громадян, членом яких є;
- 86- обговорював (-ла) кандидатури у сім'ї;
- 87- інше (напишіть як саме)- _____

17. Чи обізнані Ви із законодавством України про вибори (Законом України “Про вибори народних депутатів” від 24.09.97)?

- 88- добре обізнаний (-на);
- 89- недостатньо обізнаний (-на);
- 90- зовсім не обізнаний (-на).

18. Чи знаєте Ви про право виборців проголосувати достроково і чи використовували це право?

- 91- знаю і використовував (-ла);
- 92- знаю, але не виникало потреби голосувати достроково;
- 93- знаю, але не використовував (-ла), бо це зайві клопоти;
- 94- не знаю про це нічого.

19. Чи обізнані Ви з функціями виборчих комісій?

- 95- так;
- 96- ні;
- 97- не цікавився їхніми функціями;
- 98- важко відповісти.

20. За який час до виборів Ви знаєте, за кого будете голосувати?

- 99- у дні висування та реєстрації кандидатів;
- 100- за один-два дні до виборів;
- 101- на виборчій дільниці у день голосування.

21. Прийшовши на вибори Ви переважно:

- 102- робите вибір кандидата;
- 103- викреслюєте усіх кандидатів зі списку,

22. Чи траплялось голосувати за когось?

- 104- ні, бо не хочу порушувати закон;
- 105- ні, бо не було необхідності;
- 106- хотів (-ла) проголосувати, але не дозволили члени виборчої комісії;
- 107- так, і мені не забороняли.

23. Ви завжди голосуєте особисто?

- 108- так;
- 109- не завжди;
- 110- за мене завжди хтось голосує.

24. Чи помічали Ви порушення на виборчій дільниці під час голосування?

111- так;

112- ні;

113- важко відповісти, бо не знаю, що є порушення, а що ні.

25. Спробуйте пригадати, які з перелічених порушень Ви бачили у день виборів?

114- заклики бойкутувати вибори;

115- агітація за кандидата;

116- окрім себе виборці голосували ще за когось;

117- видача одному виборцеві більше бюлетнів, ніж потрібно;

118- видача виборцям бюлетнів без документів, що підтверджують їх особу;

119- протиправне втручання зацікавлених осіб в процес голосування;

120- підкуп виборців кандидатом або членами його команди;

121- неодноразова видача бюлетнів одному й тому ж виборцю;

122- тиск на виборців, порушення їх права на вільне волевиявлення;

123- порушення таємності голосування;

124- інші порушення (напишіть)-_____

26. Якщо Ви помітили порушення, то чи оскаржували їх?

125- так;

126- ні.

27. Чи вважаєте Ви, що на день виборів були достатньо поінформовані про усіх кандидатів по Вашому виборчому округу?

127- так;

128- ні;

129- важко відповісти.

28. Охарактеризуйте рівень Вашої інформованості про кандидатів на день виборів?

130- добре поінформований (-а) про усіх кандидатів свого виборчого округу;

131- поверхово інформований (-а) про усіх кандидатів;

132- інформований (-а) про окремих кандидатів;

133- з прізвищами кандидатів ознайомився (-лась) в день виборів з тексту виборчого бюлетня.

29. Яке з джерел інформації найбільше допомогло Вам робити свій вибір?

- 134- телебачення (державне чи комерційне - підкресліть);
- 135- радіо (державне чи комерційне - підкресліть);
- 136- преса;
- 137- листівки-плакати;
- 138- зустрічі з членами команди кандидата;
- 139- безпосередні зустрічі з кандидатами;
- 140- рекомендації друзів-знайомих;
- 141- обговорення кандидатур на зборах чи об'єднаннях громадян, членами яких Ви є;
- 142- інше (напишіть)- _____

30. Ваше ставлення до пліток, інтриг, сенсацій довкола кандидатів?

- 143- беру їх до уваги, бо “диму без вогню не буває”, вони впливають на мій вибір;
- 144- така інформація відбиває у мене бажання йти на вибори та віддавати за когось свій голос;
- 145- вважаю це спробами дискредитувати кандидатів конкурентами, а тому не беру їх до уваги;
- 146- таку інформацію не сприймаю взагалі;
- 147- це зміцнює мої бажання підтримати цього кандидата, бо якщо його прагнуть дискредитувати, то значить влада його боїться і він здатний принести користь;
- 148- інше (напишіть)- _____

31. Що для Вас є вирішальним при виборі кандидата? (позначте не більше трьох відповідей)

- 149- партійність;
- 150—передвиборча програма;
- 151- рівень загальної і політичної культури;
- 152- досвід громадсько-політичної роботи;
- 153- професійна компетентність;
- 154- зовнішність;
- 155- вміння знаходити спільну мову з політичними опонентами;
- 156- вміння виступати перед великою аудиторією;
- 157- добре володіє державною мовою;
- 158- принциповість, порядність, наполегливість у відстоюванні власних поглядів;
- 159- фах;
- 160- рівень матеріального добробуту;
- 161- інше(напишіть)- _____

32. Що найбільше цікавить Вас у кандидатах?

- 162- їх програма виходу з кризи;

163- запропонований спосіб розв'язання конкретних проблем;

164- особисті якості;

165- хто стоїть за ними, фінансує виборчу кампанію;

166- інше (напишіть)-_____

33. Чи погоджуєтесь Ви із такими судженнями? (просимо відповісти по кожній позиції)

№	Судження	Так	Ні	Важко відповісти
1.	Політики далекі від народу, байдужі до його проблем	167	168	169
2.	Чесність і турбота про долю України – визначальна риса більшості кандидатів	170	171	172
3.	Кар'єризм і корисливість притаманні більшості кандидатів	173	174	175
4.	Депутати не виконують своїх передвиборних обіцянок	176	177	178
5.	Депутати від мого виборчого округу роблять усе для своїх виборців	179	180	181
6.	Вибори- це лише боротьба за владу, яка не приносить жодної користі народу	182	183	184
7.	Конкуренція між різними політичними партіями під час виборів забезпечує демократизм і стабільність суспільства	185	186	187

34. Чи вважаєте Ви, що вибори в Україні відбуваються чесно, без фальсифікацій та підставок?

188- так;

189- ні;

190- скоріше так, як ні;

191- скоріше ні, як так;

192- важко відповісти.

35. Ваша думка про виборчі закони в Україні?

193- вони працюють добре;

194- їх необхідно удосконалювати;

195- важко відповісти.

36. Яка виборча система, на Вашу думку, найкраща для України?

- 196- мажоритарна;
 197- пропорційна;
 198- мажоритарна-пропорційна (змішана);
 199- не можу відповісти, бо не знаю відмінностей між ними;
 200- важко відповісти.

37. Представників яких груп Ви хотіли б бачити депутатами різних рівнів?

(просимо відповісти по кожній групі)

№	Групи	Так	Ні	Важко відповісти
1.	Представники держадміністрацій	201	202	203
2.	Колишні депутати	204	205	206
3.	Керівники держпідприємств	207	208	209
4.	Комерсанти та підприємці	210	211	212
5.	Правоохоронці	213	214	215
6.	Військові	216	217	218
7.	Духовенство	219	220	221
8.	Робітники	222	223	224
9.	Фермери	225	226	227
10.	Юристи	228	229	230
11.	Студенти	231	232	233
12.	Економісти	234	235	236
13.	Учені	237	238	239
14.	Діячі культури та мистецтва	240	241	242

38. Чи правильна, на Вашу думку, норма Закону України “Про вибори народних депутатів” від 24.09.97р., яка дозволяє обиратись депутатами Верховної Ради особам, не молодшим 25 років?

- 243- так;
 244-ні, треба зменшити вік;
 245- ні, треба збільшити вік;
 246- важко відповісти.

39. Чи впливає на Ваш вибір те, ким висунутий кандидат?

- 247- так;
 248- ні;
 249- важко відповісти.

40. Якщо впливає на вибір те, ким висунутий кандидат, то від кого висунутому кандидату Ви віддасте перевагу?

- 250- від трудового колективу;
- 251- від політичної партії (виборчого блоку);
- 252- від групи виборців.

41. Чи підтримуєте Ви вибори на багатопартійній основі?

- 253- так;
- 254- ні;
- 255- важко відповісти.

42. Як Ви вважаєте, скільки політичних партій найкраще щоб було в Україні?

- 256- стільки, скільки є;
- 257- жодної;
- 258- дві і більше;
- 259- одна;
- 260- важко відповісти.

43. Політиків яких переконань Ви підтримуєте?

- 261- національно-радикальних;
- 262- національно-демократичних;
- 263- соціал-демократичних;
- 264- ліберальних;
- 265- християнсько-демократичних;
- 266- соціалістичних;
- 267- комуністичних;
- 268- інших (назвіть)-_____;
- 269- нікого не підтримую;
- 270- важко відповісти.

44. За кандидатів яких політичних партій чи блоків Ви голосували на виборах 29.03.98р.

- 271- на виборах до Верховної Ради України голосував (-ла) за кандидата від _____ партії;
- 272- на виборах до місцевих органів влади голосував (-ла) за кандидата від _____ партії;
- 273- голосував (-ла) за безпартійних кандидатів;
- 274- не пам'ятаю, від якої партії чи безпартійним були кандидати.

45. Чи важливо для Вас, якої статі кандидат у депутати?

- 275- так, вважаю, що така робота лише для чоловіків;

276- так, вважаю, що в органах влади потрібно більше жінок;

277- ні, не важливо.

46. Чи вважаєте Ви, що в органах влади повинно бути більше молоді?

278- так, необхідний приплив молодих сил;

279- ні, потрібні люди з багатим професійним і життєвим досвідом;

280- важко відповісти.

**47. В яких формах політичної активності Ви берете участь і як часто?
(просимо відповісти по кожній позиції)**

№	Форми політичної активності	Постійно	Часто	Інколи	Ніколи
1.	Цікавлюся політикою через засоби масової інформації	281	282	283	284
2.	Розмовляю про політику з друзями та рідними	285	286	287	288
3.	Беру участь у мітингах	289	290	291	292
4.	Відвідную збори об'єднань громадян	293	294	295	296

48. Який політико-ідеологічний напрям Ви підтримуєте?

297- національно-радикальний;

298- національно-демократичний;

299- соціал-демократичний;

300- ліберальний;

301-християнсько-демократичний;

302- соціалістичний;

303- комуністичний;

304- інший (назвіть який)- _____

305- ніякий.

49. Чи цікавитесь Ви проблемами політичного життя України?

306- так;

307- ні.

50. Вивчення яких навчальних дисциплін допомагає Вам розуміти політичне життя України і орієнтуватися в ньому?

308- історії України;

309- політекономії;

- 310- українознавства;
- 311- політології;
- 312- соціології;
- 313- філософії;
- 314- інших (назвіть)-_____
- 315-ніяких.

51. Ким Ви відчуваєте себе у суспільному житті?

- 316- активним учасником;
- 317- стороннім спостерігачем;
- 318- незалежною особистістю;
- 319- важко відповісти.

52. Якщо умовно розділити суспільство на соціальні групи, до якої з них Ви себе відносите?

- 320- еліта;
- 321- вищий клас;
- 322- середній клас;
- 323- клас, що нижчий середнього;
- 324- нижчий клас.

53. Оцініть Ваш матеріальний стан?

- 325- ні в чому собі не відмовляю;
- 326- в загальному грошей вистачає, але зайвих немає;
- 327- грошей постійно не вистачає;
- 328- обмежую себе у всьому, навіть у харчуванні.

54. За рахунок яких доходів Ви існуєте?

- 329- допомоги батьків;
- 330- заробітку у вільний від навчання час;
- 331- інші джерела (назвіть)-_____;

55. Яке Ваше ставлення до ринкової економіки?

- 332- перехід до неї необхідний;
- 333- змушені переходити до неї, але потрібно посилювати її соціальну спрямованість;
- 334- потрібно повернутись до централізовано-планової економіки;
- 335- важко відповісти.

56. До якої релігійної конфесії Ви належите?

- 336- УКГЦ;

- 337- УПЦ (КП);
- 338- УПЦ (МП);
- 339- УАПЦ;
- 340- Руської Православної;
- 341- Протестант;
- 342- до іншої (назвіть якої)- _____;
- 343- ні до якої;
- 344- атеїст.

57. Наскільки Ви задоволені тим, як складається Ваше життя?

- 345- цілком задоволений (-а);
- 346- незадоволений (-а);
- 347- задоволений (-а);
- 348- зовсім незадоволений (-а).

Нарешті, просимо Вас відповісти на кілька біографічних запитань, які необхідні для статистичних цілей.

58. Ваша стать:

- 349- чоловіча;
- 350- жіноча.

59. Національність:

- 351- українець (-ка);
- 352- росіянин (-ка);
- 353- інша (вказіть яка)- _____.

60. Де Ви навчаєтесь?

- 354- у вузі, I-II рівня акредитації (технікуму);
- 355- в державному вузі;
- 356- в приватному вузі.

61. На якій основі Ви навчаєтесь?

- 357- на державному наборі без оплати;
- 358- на платній основі.

62. Яка Ваша майбутня спеціальність?

- 359- медик;
- 360- педагог;
- 361- працівник торгівлі та побутового обслуговування;
- 362- фахівець гуманітарного профілю;

363- фахівець технічного профілю;

364- інша (вказіть)- _____

63. В якій місцевості Ви проживали до вступу в навчальний заклад?

365- обласний центр;

366- райцентр, місто, смт.;

367- село.

ЩИРО ВДЯЧНІ ВАМ ЗА УЧАСТЬ В ОПИТУВАННІ!!!

Анкета розроблена аспірантом
кафедри суспільно-гуманітарних наук УАД
ДОЦЯКОМ І.І.

Науковий керівник дослідження
доктор соц. наук, професор
ПІЧА В.М.

З М І С Т

Вступ.....	3
Розділ I. Теоретико-методологічні основи дослідження електоральної поведінки.....	6
1.1. Суть і зміст поняття «електоральна поведінка».....	6
1.2. Виборча активність як форма прояву електоральної поведінки.....	21
1.3. Проблеми класифікації і рівня електоральної поведінки студентської молоді.....	41
Розділ II. Вплив соціально-економічних, соціально-політичних та соціально-демографічних факторів на електоральну поведінку студентської молоді.....	58
2.1. Особливості електоральної поведінки студентської молоді в залежності від її соціально-економічного становища.....	58
2.2. Соціально-політичні чинники, що обумовлюють електоральну поведінку студентської молоді.....	70
2.3. Вплив соціально-демографічних факторів на електоральну поведінку студентської мови.....	91
Розділ III. Проблеми підвищення рівня електоральної поведінки студентської молоді в умовах змішаної виборчої системи.....	105
3.1. Підвищення рівня політичної культури студентської молоді як основна умова активізації виборчої поведінки.....	105
3.2. Роль політичних партій і блоків, політичних рухів у підвищенні рівня політичної активності студентського електорату.....	120
3.3. Вплив засобів масової інформації та політичної реклами на електоральну поведінку студентської молоді.....	133
Примітки.....	146
Список використаної літератури.....	157
Додаток.....	180