

УДК 316

DOI [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2022-3\(63\)-3](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2022-3(63)-3)

Марія ГУРИЦЬКА

кандидат політичних наук, доцент, Навчально-науковий інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, вул. Юрія Ілленка, 36/1, м. Київ, Україна
ORCID: 0000-0002-9126-1534

Володимир РИХЛІК

кандидат політичних наук, доцент, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, проспект Перемоги, 54/1, Київ, Україна, 03057
ORCID: 0000-0003-3181-0789

Maria HURYTSKA

Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Educational and Scientific Institute of Journalism of Taras Shevchenko Kyiv National University, Yuriy Illenka str., 36/1, Kyiv, Ukraine
ORCID: 0000-0002-9126-1534

Volodymyr RYKHLIK

Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Vadym Hetman Kyiv National University of Economics, Peremohy Avenue, 54/1, Kyiv, Ukraine, 03057
ORCID: 0000-0003-3181-0789

ПІДХОДИ ДО МОДЕЛЮВАННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ

APPROACHES TO MODELING ELECTORAL BEHAVIOR

Постановка проблеми. Стрімкі політичні зміни й трансформація суспільних відносин актуалізується дослідження електоральної поведінки, чинників що її визначають та технологій впливу на прийняття рішення виборцями.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження базується на аналізі теорій електоральної поведінки Б. Берельсона, Х. Года, П. Лазарсфельда, С. Липсета, В. Макфі, С. Роккана та ін. Теоретичну базу статті складають соціально-психологічної теорії вибору Е. Кемпбелла, В. Міллера, Д. Стоукса, Ф. Конверса тощо. На основі досліджень Д. Б'юкенена, Е. Даунса, Г. Таллока, М. Фіорини закладено основи раціонального підходу до прийняття рішення виборцями. Вітчизняні особливості електоральної поведінки, вивчення політичної участі, політичних партій, виборів і виборчих систем в Україні досліджували Р. Балабан, О. Вишняк, В. Карасьов, І. Кононов, С. Рябов, О. Сушко, В. Шаповал, О. Яременко та ін.

Метою статті є виявлення сучасних моделей електоральної поведінки та можливостей їхнього застосування у вітчизняній політичній науці.

Виклад основного матеріалу. У статті проаналізовано зміст поняття «електоральної поведінки», сучасні підходи до його інтерпретації, класифікацію електоральних моделей за різними ознаками, принципи демократичних виборів та ефективність виборчих технологій сучасної України. Запропоновано класифікувати електоральні поведінки за різними ознаками та критеріями на основі досвіду сучасної України.

Висновки. У підсумках сформульовано три основні теоретичні напрямки дослідження електоральної поведінки виборців – соціологічна, соціально-психологічна та раціональна. З'ясовано, що нові підходи до аналізу та системного пояснення динаміки структури електоральних установок, прогнозування поведінки електорату та розкриття технологій впливу на виборців мають розрізнений характер та недостатню емпіричну базу.

Обґрунтовано необхідність здійснення міждисциплінарних досліджень з проблем електоральної поведінки, створення загальної теорії, що могла б узагальнити вже існуючі знання з даного питання та стати базою для синтезу, інтеграції нових знань зможуть сприяти вирішенню проблеми розкриття динамічних внутрішніх механізмів електоральної поведінки та можливостей її прогнозування.

Ключові слова: електоральна поведінка, політична участь, політична партія, вибори, виборчі системи.

Formulation of the problem. Rapid political changes and the transformation of social relations are actualizing the study of electoral behavior; the factors that determine it, and the technologies of influence on decision-making by voters.

Analysis of recent research and publications. The study is based on the analysis of the theories of electoral behavior of B. Berelson, H. Gode, P. Lazarsfeld, S. Lipset, V. McPhee, S. Rokkan, and others. The theoretical base of the article consists of the socio-psychological theory of choice by E. Campbell, V. Miller, D. Stokes, F. Converse, etc. Based on the research of D. Buchanan, E. Downs, G. Tulloch, and M. Fiorina, the foundations of a rational approach to decision-making by voters have been laid. Domestic features of electoral behavior; the study of political

participation, political parties, elections and electoral systems in Ukraine were studied by R. Balaban, O. Vyshniak, V. Karasyov, I. Kononov, S. Ryabov, O. Sushko, V. Shapoval, O. Yaremenko etc.

The purpose of the article is to identify modern models of electoral behavior and the possibilities of their application in domestic political science.

Presenting main material. *The article analyzes the meaning of the concept of "electoral behavior", modern approaches to its interpretation, the classification of electoral models according to various characteristics, the principles of democratic elections and the effectiveness of electoral technologies in modern Ukraine. It is proposed to classify electoral behavior according to various signs and criteria based on the experience of modern Ukraine.*

Conclusions. *In the results, three main theoretical directions of the study of electoral behavior of voters are formulated – sociological, socio-psychological and rational. It has been found that new approaches to the analysis and systematic explanation of the dynamics of the structure of electoral attitudes, forecasting the behavior of the electorate, and the disclosure of voter influence technologies have a disparate nature and an insufficient empirical basis.*

The necessity of carrying out interdisciplinary research on the problems of electoral behavior; creating a general theory that could generalize already existing knowledge on this issue and become a basis for synthesis, integration of new knowledge can contribute to solving the problem of revealing the dynamic internal mechanisms of electoral behavior and the possibilities of its forecasting.

Key words: *electoral behavior, political participation, political party, elections, electoral systems.*

Постановка проблеми. За умов стрімких політичних змін у нашому суспільстві не викликає заперечень доцільність здійснення всебічного дослідження електоральної поведінки, чинників що її визначають та технологій впливу на прийняття рішення виборцями. Наша держава, ставши на шлях демократизації, визначила виборчий процес основою

Аналіз досліджень та публікацій. Теорії електоральної поведінки доволі ґрунтовно розроблялись у політичній науці із середини ХХ століття. Особливий дослідницький інтерес на сьогодні представляють роботи зарубіжних представників біхевіорального та постбіхевіорального напрямів (Б. Берельсон, Х. Годе, П. Лазарсфельд, С. Ліпсет, В. Макфі, С. Роккан та ін.).

Основи соціально-психологічної теорії вибору розкриті в дослідженнях Е. Кемпбелла, В. Міллера, Д. Стоукса, Ф. Конверса тощо. У дослідженнях Д. Б'юкенена, Е. Даунса, Г. Таллока, М. Фіюрини закладено основи раціонального підходу до прийняття рішення виборцями.

Тематика електоральної поведінки розробляється у вітчизняній політичній науці. Проблему електоральної поведінки з позицій вивчення політичної участі, політичних партій, виборів і виборчих систем в Україні досліджували Р. Балабан, О. Вишняк, В. Карасьов, І. Кононов, С. Рябов, О. Сушко, В. Шаповал, О. Яременко та ін. Однак, електоральна поведінка громадян на сучасному етапі розвитку демократії не є однозначно прогнозованою. Наприклад, результати виборів 2019 року у нашій державі спонукають до переосмислення класичних теорій і їх адаптації до сучасних українських реалій.

Тому метою статті є з'ясування особливостей сучасних моделей електоральної поведінки та можливостей їхнього застосування у вітчизняній політичній науці.

Виклад основного матеріалу. «Електоральна поведінка» – це форма прояву політичної поведінки людей, яка пов'язана з реалізацією ними соціальних функцій виборців (делегування повноважень). У більш широкому трактуванні до змісту поняття «електоральної поведінки» включають не лише сам акт делегування повноважень (на етапі голосування), але й процес прийняття рішень та соціальні фактори, що впливають на модель голосування. У кожній країні електоральна поведінка громадян може бути охарактеризована певними особливостями та визначається рівнем політичної культури суспільства, виборчим правом, статусною та майновою специфікою електорату, механізмами реалізації громадянських свобод тощо. Основним мотивом участі в політичному житті держави є прагнення впливати на владу, дати свою оцінку її діям та їх результатам. Суб'єктивне уявлення про відсутність причинно-наслідкового зв'язку між волевиявленням та наслідками для влади – є головним мотивами уникання участі у політичному житті та причиною зниження явки виборців на виборчі дільниці. В Україні електоральна поведінка населення, передусім, є механізмом зміни влади і представлена сукупністю дій та вчинків громадян, які пов'язані з реалізацією прав на здійснення місцевих (міське, регіональне самоврядування) або загальнонаціональних виборів (Верховна Рада України, Президент), а також їх участі в референдумах. Традиційно чинники електоральної поведінки громадян досліджують в межах трьох напрямків: соціологічного, соціально-психологічного та – раціонально-інструментального.

Найбільш широко моделі електоральної поведінки виборців на пострадянському просторі досліджуються в роботах В. Біанкі, О. Кудінова, Д. Локтіонової, Є. Малкіна, А. Серавіна, Є. Сучкова та ін.

Виділені дослідниками моделі електоральної поведінки за своєю суттю більш зорієнтовані на розкриття образу виборця, до якого можна апелювати та цілеспрямовано здійснювати вплив, щоб досягти успіху у передвиборчих перегонах політичним партіям та їх лідерам.

Адресна модель – ситуативна для кожної виборчої кампанії, передбачає відсутність чіткого стабільного поділу електорату на групи за демографічними або соціально-економічними чи іншими ознаками.

Модель стереотипу, що домінує – з умовним поділом виборців на три групи: «особистісно орієнтованих», «ідеологічно орієнтованих» і «рухливих». Перші дві групи передбачають наявність підгруп, які мають схильність голосувати за певний позитивний образ кандидата.

Модель ідентифікації – передбачає усвідомлене або несвідоме прагнення виборців асоціюватися з кандидатом (лідером) та іншими його прибічниками. Таке прагнення викликається не обов'язково відповідністю програми кандидата уявленням виборців про «належний державний устрій», а, наприклад, його приємною зовнішністю. За такої моделі схожість психологічних особливостей виборців (цінностей, установок тощо), що обрали даного кандидата, може бути вища ніж схожість цінностей виборців та істинних цінностей самого лідера.

Ідеологічна модель – виходить з поділу за шкалою «ліві–праві» та передбачає відносно стабільний поділ електорату за ідеологічними переконаннями.

Іміджева модель – передбачає, що виборці віддають свої голоси за певний набір типажів («професіонал», «свій хлопець» тощо). Може виступати складовою моделі стереотипу, що домінує.

Класова модель – ґрунтується на модифікованому марксистському підході та наближена до соціально-економічної моделі, але є більш абстрактною.

Для сучасного суспільства показовими є такі її варіанти: націонал-патріотичний, соціал-комуністичний, соціал-демократичний, ліберально-буржуазний, адміністративно-буржуазний, націонал-буржуазний. Адміністративна модель – передбачає, що виборець голосує, виходячи зі сподівання отримати заохочення або уникнути покарання (вперш за все, на робочому місці). Питома вага голосів адміністративного ресурсу залежить від регіону та явки виборців на дільниці регіону (зі збільшенням явки значущість зменшується).

Проблемна модель – передбачає звернення кандидатів до найбільш важливих проблем регіону або великої групи виборців. Недоліком такої моделі є те, що актуальність тієї чи іншої проблеми є параметром суспільної думки, який частково формується, і має варіативне значення для різних верств респондентів (виборців).

Програмна модель – передбачає, що виборці здійснюють вибір за програмами кандидатів. Однак, така модель не враховує схожості та малої конкретності програм сучасних українських політичних партій та громадських об'єднань (особливо, так званих «технічних» кандидатів), низького інтересу виборців до програм та недостатньої компетентності більшості виборців для того, щоб здійснити ґрунтовний аналіз серйозної програми.

Модель профілю рис – передбачає «побудову» образу ідеального кандидата шляхом об'єднання рис, за кожною з яких будь-хто готовий віддати свій голос. Застосування такої моделі обмежене ефектом розбіжності ідеального та реального.

Модель референтної групи – базується на конформістських тенденціях і передбачає, що голосування виборців визначається домінуючою тенденцією в їх оточенні.

Соціально-економічна модель – передбачає, що виборці віддають голоси, виходячи з мети задоволення своїх потреб, передусім економічних. Наближена до класової моделі, моделі референтної групи та соціологічної моделі.

Традиційна модель – передбачає, що виборці голосують «за звичкою» – завжди за однієї ті самі партії (кандидатів). Обмеженням такої моделі в умовах сучасного українського суспільства є нестабільність існування більшості партій та недостатня електоральна культура виборців в цілому (зокрема, несформованість звички брати участь у голосуванні).

Соціологічна модель – передбачає вирішальне значення для прогнозування електоральної поведінки соціально-демографічних характеристик (вік, стать, місце роботи та проживання, рівень освіти, рівень доходів тощо).

На особливу увагу, на нашу думку, заслуговують концепції маніпулятивної, когнітивної та патрональної моделей електоральної поведінки, автори яких прагнуть системно пояснювати динаміку структури електоральних установок, прогнозувати поведінку електорату та розкривати технології впливу на виборців.

Також розглядаються такі моделі електоральної поведінки, як «парадокс Даунса»,

«парадокс Олсона» і «парадокс голосування». Акцентується увага на чинниках, що визначають прихід електорату на виборчі дільниці та результати його голосування. Підкреслюється взаємозв'язок індивідуальної та колективної електоральної активності. Обговорюються проблеми прогнозування рівня електоральної активності населення та можливості управління нею.

Перша з них – «парадокс Даунса» – здобула назву за прізвищем відомого американського економіста Ентоні Даунса, який є одним із засновників теорії суспільного вибору. Мова, зокрема, йде про явку електорату на виборчі дільниці. Відомо, що в останні роки в багатьох країнах, у тому числі в Україні, спостерігається зниження такої явки. Зрозуміло, що це серйозно впливає на легітимність виборів, особливо коли йдеться про голосування менш ніж 50% зареєстрованих виборців. Але ж чому це відбувається? Саме вищезгаданий «парадокс Даунса» пояснює цю обставину. Йдеться про те, що, з точки зору Даунса, існує глибоке протиріччя між можливостями та результативністю участі у виборах пересічних громадян. Дійсно дуже важко переконати виборця, що потрібно брати участь у виборах, якщо він вважає, що його голос дуже мало впливає на кінцевий результат виборів, особливо за умов участі у них мільйонів виборців. Але все ж таки значна кількість виборців, іноді більшість, бере участь у голосуванні. Пояснити це можна тим, що поведінка виборців може бути не тільки цілераціональною, але й ціннісно-раціональною (за М.Вебером). Тобто вони вірять в етичну, громадянську тощо цінність своєї електоральної поведінки. Таким чином, «відповіддю» на ефект «парадоксу Даунса» політиків та партій, які зацікавлені у тому, щоб на виборчі дільниці прийшла максимальна кількість виборців (до речі не завжди і не всі потенційні народні обранці зацікавлені у підвищенні явки), може бути лише активна і ефективна агітація, спрямована на переконання електорату в особливій важливості та цінності виборів.

Наступна модель – «парадокс Олсона» (М. Олсон – видатний американський вчений, соціолог і політолог) – багато в чому подібна до тієї, про яку йшлося вище. Вона відтворює співвідношення індивідуальної та групової поведінки людей в умовах безпосереднього вибору тієї чи іншої електоральної поведінки. Вважається, що, якщо за умов, коли всі індивіди певної групи мають схожі інтереси, то вся група буде прагнути реалізації цих інтересів, зокрема завдяки своїй електоральній поведінці, спрямованій на досягнення загаль-

них цілей. М. Олсон доводить, що таке припущення є невірним. Проблема в тому, що у випадку, коли члени групи мають загальні цілі, далеко не всі із них будуть докладати зусиль щодо їхньої реалізації, оскільки здобутий завдяки цьому прибуток дістанеться будь-якому члену групи навіть тоді, коли він взагалі нічого не робив для досягнення бажаного результату. Тому, вважає М. Олсон, «великі групи людей не будуть діяти у своїх групових інтересах, зокрема у випадках, коли вони складаються із раціональних індивідів». Одному з авторів цієї статті пригадується, як кілька десятків років тому, коли у Радянському Союзі набула актуальності проблема впровадження бригадних форм організації праці (вираховувався загальний заробіток колективу (бригади), який потім розподілявся з врахуванням коефіцієнту трудової участі), група фахівців, які досліджували цю інновацію, виявили, що, чим більш інтенсивним було впровадження такої форми організації праці, тим меншою ставала її загальна ефективність. Чому ж таке відбувалося? Фактично фахівці, про яких йшлося вище, вже тоді винайшли та використали модель, в основі якої – парадокс Олсона: якщо кожний робітник у колективі отримав заробіток із того, що здобула вся бригада, то члени колективу починали сповідувати такий принцип: «навіщо я буду напружуватися в роботі, якщо мені все рівно щось дістанеться із заробленого іншими членами групи». Проблема полягала в тому, що так починали розмірковувати всі члени колективу. Таким же чином «працює» модель Олсона і в усіх інших випадках, наприклад у випадку електорального вибору. Якщо певний кандидат суттєво випереджає інших, то деякі його прихильники розмірковують: «Навіщо я піду голосувати, коли «мій» кандидат здобуде перемогу у будь-якому випадку?». Іноді подібна тенденція набуває такого розмаху, що кандидати, які мають високий рейтинг, вимушені спеціально звертатися до виборців, благаючи їх не їхати на дачі чи ще кудись, а прийти на виборчі дільниці і забезпечити перемогу кандидату, якого вони підтримують. Отже, модель (чи парадокс) Олсона свідчить про те, що при реалізації тих чи інших соціальних чи політичних програм деяких людей треба примушувати до спільних дій, до співробітництва (використовуючи для цього спеціально розроблені методи і технології), оскільки, якщо ті, хто не робить внесок у діяльність групи, але здобуває при цьому таку ж винагороду, як і ті, хто такий внесок роблять, ефективність діяльності такої групи взагалі буде викликати питання.

Третій парадокс (чи модель), що ми розглянемо, здобув назву «парадокс голосування» та був відкритий відомим філософом та математиком маркізом де Кондорсе, що жив у XVIII сторіччі. Найбільш докладно він був сформульований американським економістом Кеннетом Ерроу у його теорії, яку найчастіше визначають як «теорію неможливості демократії». Відповідно до її положень, демократична процедура зовсім не суперечить прийняттю суспільно неефективних рішень. Маркіз де Кондорсе стверджував, що правило більшості не завжди дозволяє визначити переможця, оскільки при голосуванні порушується принцип транзитивності переваг. У результаті в процесі голосування завдяки дотриманню всіх базових умов часто-густо неможливою є реалізація дійсної волі більшості. Саме це демонструють в Україні вибори мерів міст, коли переможцем (завдяки відсутності другого туру виборів) стає людина, що набрала невелику кількість голосів; інші ж голоси «розсіялися» поміж іншими кандидатами. Причому дуже часто кандидати, що зайняли, наприклад, друге та третє місце в процесі голосування та в сукупності набрали голосів набагато більше, ніж «переможець», сповідують східні політичні принципи, і таким чином картина виборів практично спотворюється (приклад – вибори мером Києва Л. Черновецького). За К. Ерроу, парадокс полягає в тому, що демократичний вибір стає можливим лише у тому випадку, коли «знімається» хоча б одна з фундаментальних умов демократичної організації виборчої процедури. У випадку, що згадувався вище, введення другого туру виборів. Саме так оцінює необхідність дотримання раціональності вибору К. Ерроу, стверджуючи, що вибір, який необхідно зробити з будь-якої кількості альтернатив, може бути визначеним вибором поміж парами альтернатив. Таким чином, врахування парадоксу голосування може регулювати та вносити корективи до організації виборчих процедур. До речі, зазначимо, що саме на врахуванні цього парадоксу базуються піарівські технології «двійників», коли висування кандидатів із однаковими прізвищами, а деколи й посадами дозволяє «розсіювати» голоси виборців та лишати перемоги кандидата, що мав реальні переваги. Представлені вище парадокси не вичерпують усіх моделей, що дозволяють прогнозувати особливості та впливати на електоральну пове-

дінку виборців. Зокрема, можна назвати таку модель, як «спіраль мовчання», запропоновану відомою німецькою дослідницею Е. Ноель-Нойман. Ця модель відтворює специфічні особливості поведінки меншості населення, що на відміну від більшості, яка найчастіше відкрито висловлює свою думку, часто-густо відчуває себе ізольованою та намагається приховати свої оцінки, думки, вчинки, які можуть бути сприйняті оточенням як неадекватні. Ефект «спіралі мовчання» проявляється в процесі проведення виборчих кампаній у так званому «ефекті зсуву останньої хвилини». Цей ефект полягає у тому, що виборці, які відчувають, що їхні думки відрізняються від думок більшості електорату, намагаються до останньої хвилини не демонструвати своїх позицій. А вже безпосередньо на виборчій дільниці голосують зовсім не так, як збиралися раніше. Існують й інші моделі голосування, врахування дії яких треба мати на увазі у практичній діяльності з організації виборчих кампаній. Теорія електорального маркетингу та практика проведення виборчих кампаній свідчать про те, що, окрім загальних моделей електоральної поведінки, існують і повинні враховуватися специфічні моделі, зокрема представлені вище парадокси Даунса, Олсона та голосування, які не тільки пояснюють, але й дають можливість прогнозувати поведінку електорату у тих чи інших ситуаціях, що виникають під час проведення виборів.

Висновки. Проведений аналіз дає підстави виокремити у сучасній політичній традиції три основні теоретичні напрямки дослідження електоральної поведінки виборців – соціологічна, соціально-психологічна та раціональна.

Нові підходи до аналізу та системного пояснення динаміки структури електоральних установок, прогнозування поведінки електорату та розкриття технологій впливу на виборців мають розрізнений характер та поки що недостатню емпіричну базу.

Отже, здійснення міждисциплінарних досліджень з проблем електоральної поведінки, створення загальної теорії, що могла б об'єднати вже існуючі знання з даного питання та стати базою для синтезу, інтеграції нових знань зможуть сприяти вирішенню проблеми розкриття динамічних внутрішніх механізмів електоральної поведінки та можливостей її прогнозування.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бульбенюк С. Гапоненко В. Роль малих партій у політичному процесі у контексті парламентських виборів 2021 року // Політичні партії і вибори : українські та світові практики : зб. ст. і тез за результатами міжнародної наукової конференції «Малі політичні партії та актори у політичному процесі на регіональному та локальному (субнаціональному) рівнях : Україна і світ» – шостої у рамках серії міжнародних конференцій кафедри політології «Політичні партії і вибори : українські та світові практики»

- (пам'яті Юрія Романовича Шведа) від 26–27 листопада 2021 року / [за ред. Анатолія Романюка і Віталія Литвина]. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2022. Вип. 6. С.106–118.
2. Гапоненко В. А. Демократизація виборчого законодавства: рекомендації ЄС та стан їхнього виконання. *Адаптація національного законодавства відповідно до Угоди про асоціацію з Європейським Союзом* : наукова монографія / за ред. О. В. Кузьменко. К. : Видавничий центр «Кафедра», 2019. 678 с. С. 195–203.
3. Гапоненко В. А. Система інституційних чинників політичної демократизації в Україні : монографія. Київ : КНЕУ, 2020. 311, [1] с.
4. Эрроу Дж. Кеннет. Коллективный выбор и индивидуальные ценности / пер. с англ. М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2014. 210 с.
5. Науменко О. М. Вплив виборчого процесу на механізми інкорпорації політико-управлінської еліти України. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 22. Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін* [Відп. ред. О. В. Бабкіна]. Випуск 29: збірник наукових праць. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2020. 143 с. С. 129–137.
6. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания / пер. с нем. М. : Прогресс-Академия. Весь Мир, 1996. 352 с.
7. Олсон М. Возвышение и упадок народов. Экономический рост, стагфляция, социальный склероз / пер. с англ. Новосибирск : ЭКОР, 1998. 360 с.
8. Політичні партії і вибори в Україні: матеріали міжнародного круглого столу за участю українських і польських науковців (Київ, 26 червня 2015 р.). / наук. ред. І. О. Кресіна, упорядник В. П. Горбатенко. К. : «Логос», 2016. 219 с.
9. Полторак В. А. Социология общественного мнения. Днепропетровск: Центр «Социополис», 2000. 264 с.
10. Шинкаренко О. Маркетинговая модель електоральной поведінки: сутність та основні характеристики. *Український соціологічний журнал*. 2013. № 1–2. С. 87–91.

REFERENCES:

1. Bulbeniuk, S. Haponenko, V. (2022). Rol malykh partii u politychnomu protsesi u konteksti parlamentskykh vyboriv 2021 roku. [The role of small parties in the political process in the context of the 2021 parliamentary elections]. *Politychni partii i vybory : ukrainski ta svitovi praktyky : zb. st. i tez za rezultatamy mizhnarodnoi naukovoï konferentsii «Mali politychni partii ta aktory u politychnomu protsesi na rehionalnomu ta lokalnomu (subnatsionalnomu) rivniakh : Ukraina i svit» – shostoi u ramkakh serii mizhnarodnykh konferentsii kafedry politolohii «Politychni partii i vybory : ukrainski ta svitovi praktyky» (pamiati Yuriiia Romanovycha Shvedy) vid 26–27 lystopada 2021 roku* / [za red. Anatoliia Romaniuka i Vitaliia Lytvyna]. Lviv : LNU im. Ivana Franka, Vyp. 6. S.106–118 [in Ukrainian].
2. Haponenko, V. (2019). Demokratyzatsiia vyborchoho zakonodavstva: rekomendatsii YeS ta stan yikhnoho vykonannia. [Democratization of electoral legislation: EU recommendations and the status of their implementation]. *Adaptatsiia natsionalnoho zakonodavstva vidpovidno do Uhody pro asotsiatsiiu z Yevropeiskym Soiuzom*. Naukova monohrafiia. Za red. O. V. Kuzmenko. K. : Vydavnychi tseñtr «Kafedra», S. 195–203. [in Ukrainian].
3. Haponenko, V. (2020). *Systema instytutsiinykh chynnykiv politychnoi demokratyzatsii v Ukraini*: monohrafiia. [System of institutional factors of political democratization in Ukraine]. Kyiv : KNEU, 311, [1] c. [in Ukrainian].
4. Errou, Dzh. Kennet. (2014). Kollektivnyi vebor y yndyvduialnye tsennosty [Collective choice and individual values]. M. : Yzd. dom HU VShE, 210 s. [in Russian].
5. Naumenko, O. M. (2020). Vplyv vyborchoho protsesu na mekhanizmy inkorporatsii polityko-upravlinskoï elity Ukrainy. [The impact of the election process on the mechanisms of incorporation of the political and managerial elite of Ukraine]. *Naukovyi chasopys Natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni M. P. Drahomanova. Seriiia 22. Politychni nauky ta metodyka vykladannia sotsialno-politychnykh dystsyplin* [Vidp. red. O. V. Babkina]. Vypusk 29: zbirnyk naukovykh prats. Kyiv : Vyd-vo NPU imeni M. P. Drahomanova, 143 s. S. 129–137. [in Ukrainian].
6. Noel-Noiman, E. (1996). *Obshchestvennoe mnenye. Otkrytye spyraly molchanyia*. [Public opinion. Open spirals of silence]. M. : Prohress-Akademyia. Ves Myr, 352 s. [in Russian].
7. Olson, M. (1998). *Vozvysheniye y upadok narodov. Ekonomycheskyi rost, stahfliatsiia, sotsyalnyi skleroz*. [The rise and fall of nations. Economic growth, stagflation, social sclerosis]. Novosybyrsk : EKOR, 360 s.
8. *Politychni partii i vybory v Ukraini*: materialy mizhnarodnoho kruhloho stolu za uchastiu ukrainskykh i polskykh naukovtsiv (Kyiv, 26 chervnia 2015 r.). (2016). [Political parties and elections in Ukraine]. / Nauk. red. I. O. Kresina, uporiadnyk V. P. Horbatenko. K. : «Lohos», 219 s. [in Ukrainian].
9. Poltorak, V. A. (2000). *Sotsyolohiia obshchestvennoho mneniya*. [Sociology of public opinion]. Dnepropetrovsk: Tsentr «Sotsyopolys», 264 s. [in Russian].
10. Shynkarenko, O. (2013). *Marketynhovaia model eλεκtoralnoi povedinky: sutnist ta osnovni kharakterystyky* [Marketing model of electoral behavior: essence and main characteristics]. *Ukrainskyi sotsiolohichnyi zhurnal*. № 1–2. S. 87–91. [in Russian].