

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
факультет соціології
кафедра галузевої соціології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:
«ЦІННІСНИЙ ПОРТРЕТ УКРАЇНСЬКИХ ВИБОРЦІВ»

Спеціальність: 054 «Соціологія»
Освітня програма «Соціальні технології»
Освітній рівень: магістр
Кваліфікація: магістр соціології

Виконавець:

Малоголовчук Тетяна Олександрівна
студентка магістратури

Науковий керівник:

Чудовська Ірина Анатоліївна,
доктор соціологічних наук

Магістерська робота допущена до захисту
рішенням кафедри *галузевої соціології*

Протокол № _____ від «__» _____ 2020 р.
Зав. кафедри _____ доц. Безрукова О.А.
підпис

Київ 2020

АНОТАЦІЯ

Малоголовчук Т. Ціннісний портрет українських виборців.

Трансформація політичного простору в Україні та поява нових виборчих сегментів актуалізує у соціологічному дискурсі проблематику вивчення орієнтирів виборців. Цінності є важливою складовою суспільних настроїв, однак мало розробленою темою в контексті ціннісного аспекту виборчих практик. Ця робота і спрямована на розширення уявлення щодо цінностей виборців у сучасному українському суспільстві. У роботі представлені теоретико-методологічні підходи до вивчення цінностей та виборчих практик в соціології, які стали основою для здійснення конструювання портрету українських виборців. Завдяки комплексному аналізу ціннісних характеристик, зовнішньополітичних симпатій та соціально-демографічних категорій виборців, було сформовано ціннісний портрет виборців загалом та портрети прихильників сучасних політичних партій. Виборці тих чи інших партій відрізняються за ступенем важливості для них цінностей індивідуалізму, відкритості до змін, консерватизму, самоствердження, що і показано в дослідженні.

Ключові слова: цінності, ціннісний портрет, виборці, виборча поведінка, опитування.

ANNOTATION

Maloholovchuk T.O. A Value portrait of Ukrainian voters.

Transformation of the political space in Ukraine and the emergence of new electoral segments actualize the problems of studying voter orientations in the sociological discourse. Values are an important component of public sentiment, but a little-developed topic in the context of studying the value dimension of electoral practices. This work is aimed at broadening the perception of the values of voters in modern Ukrainian society. This paper presents theoretical and methodological approaches to the study of values and electoral practices in sociology, which have become the basis for constructing a portrait of Ukrainian voters. Given the

comprehensive analysis of values characteristics, foreign policy sympathies and socio-demographic categories of voters, a general value portrait of voters and portraits of supporters of modern political parties have been formed. The values of individualism, openness to change, conservatism, self-enhancement matter differently for voters of different parties, as proved in the study.

Keywords: values, value portrait, voters, electoral behavior, survey.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІННОСТЕЙ У СОЦІОЛОГІЇ	8
1.1. Становлення та еволюція поглядів щодо вивчення цінностей у соціології	8
1.2. Методологічні вектори в дослідженні цінностей, та перспективи їх застосування в українському соціальному просторі.....	20
ВИСНОВКИ ДО ПЕРШОГО РОЗДІЛУ	35
РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ВИБОРЧОЇ ПОВЕДІНКИ	37
2.1. Вивчення поведінки виборців у зарубіжному та вітчизняному соціологічному дискурсі.....	37
2.2. Дослідження ціннісного виміру виборчої поведінки	50
ВИСНОВКИ ДО ДРУГОГО РОЗДІЛУ	55
РОЗДІЛ 3. ЦІННІСНИЙ ПОРТРЕТ УКРАЇНСЬКИХ ВИБОРЦІВ: СОЦІОЛОГІЧНЕ ОПИТУВАННЯ (ЖОВТЕНЬ 2019-ГО РОКУ)	57
3.1. Методика, гіпотези та емпіричні індикатори дослідження.....	57
3.2. Результати дослідження ціннісного портрету українських виборців	70
ВИСНОВКИ ДО ТРЕТЬОГО РОЗДІЛУ	96
ВИСНОВКИ	101
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	108
ДОДАТКИ	120

ВСТУП

Сучасність українського суспільства знаменується швидкими трансформаціями, у тому числі, і в оцінці ціннісних принципів, ідеалів, уявлень про політичний простір. 2019-ий рік став для України певним новим етапом політичного життя. На політичному полі з'явилися як окремі персони так і політичні партії, члени яких не мали особливого політичного досвіду і такий стан речей, а точніше передумови та сам процес поведінкових моделей вибору населення, звичайно, викликає інтерес щодо особливостей політичного світосприйняття громадян. Для тих, хто вивчає суспільні тенденції, зміна політичних еліт є пояснювальним феноменом, адже заміри настроїв населення мають потенціал передбачення найближчих змін. До індикаторів зміни цих настроїв належать також і цінності, які дають змогу зрозуміти суспільно-моральні орієнтири громадян в добу трансформацій. Тому важливим стає вивчення ціннісних орієнтацій нових, малодосліджених політичних сегментів.

Дослідження цінностей в науковій думці мають свою власну траєкторію розвитку і беруть свій початок у філософських ученнях. Дослідників цінностей цікавили як суспільства і культури загалом, так і окремі соціальні групи, соціокультурні відмінності між регіонами, країнами, етносами й поколіннями, а також ціннісні моделі окремих індивідів. Однією з таких груп є і виборці. Слід зазначити, що популярною тематикою у вивченні цінностей були також «ціннісні перевороти», зв'язок соціально-економічних характеристик з ціннісними орієнтаціями. У соціології, за часів її існування сформувався досить значний пласт ґрунтовних праць, щодо вивчення цінностей, що дозволяє мати хорошу базу для даної роботи. Цінності вивчали як соціологи яких прийнято називати-класикам, так і багато сучасних дослідників працюють в ціннісній проблематиці. Так, М.Вебер використовував цінності для поясненням соціальних дій суб'єктів, Е.Дюркгейм розглядав їх як феномен колективного життя, П.Сорокін створює теорію соціокультурної динаміки, Т.Парсонс пропонує теорію зв'язку цінностей та норм поведінки. Дослідженню

соціокультурних вимірів суспільства приділяли також увагу К.Мангайм, Е.Ноель-Нойман, Г.Клагес. Розвивалися та розвиваються методологічні напрямки вивчення цінностей, які досить потужно використовуються і нині. Серед них відомі типології й методики дослідження цінностей М.Рокіча, К.Клакхона та більш сучасно-адаптовані й перевірені на дослідженнях цілого ряду країн методики Р.Інглехарта, Ш.Шварца, Г.Хофстеде.

Дослідження виборчої поведінки мають таку ж тривалу історію, починаючи від античності, де формується інтерес до настроїв мас, продовжуючи різноманітними розгалуженнями в психологічній та соціологічній науці. Біхевіористичні і соціобіхевіористичні теорії, теорії установок і спроби пояснення поведінкових моделей великих і малих соціальних груп в межах психології мас, соціальної психології, психології особистості та врешті решт до традицій раціонального та ірраціонального пояснення поведінки суб'єктів в межах позитивістського та феноменологічного підходів у соціології. З урахуванням множини соціальних факторів визрівають і різні підходи до виборчої поведінки: соціологічний підхід П.Лазарсфельда, підхід розколів С.Ліпсета і С.Роккан, раціональні підходи М.Даунса й Р.Фіоріна, цілий сегмент географічних підходів, в тому числі чиказької школи, а також відносно більш сучасні підходи Е.Ноель-Нойман, Дж.Цаллера, П.Бурдьє. Вагомою є еволюція електоральних досліджень, яка розпочинається з солом'яних опитувань і переростає до репрезентативних опитувань Дж.Геллапа, створених в прагненні передбачення поведінки виборців. У сучасності визрівають нові напрямки досліджень, в тому числі з пошуками зв'язку електоральних симпатій із медіа. Значною мірою у соціології прийнято розглядати соціально-демографічні й ідеологічні фактори визначення виборчої поведінки, але наявний також і певний досвід дослідження ціннісних орієнтацій виборців, який буде проаналізовано у цій роботі. Виміру цінностей виборчих практик зокрема приділяли увагу М.Рокіч, Ш.Шварц, Ю.Пюрко, Г.Капраро, Ф.Леймгруберг, досвід яких свідчить про потенціал дослідження ціннісного аспекту виборчої поведінки.

В українському соціологічному дискурсі у напрямку дослідження цінностей і виборчих практик також наявно чимало досягнень. Розвиваючись із радянської соціології, українська соціологічна наука також започатковує свої традиції дослідження цінностей та виборців. Осмисленню цінностей в житті суспільства й професії приділяє увагу І.Попова, дослідженню ціннісної свідомості присвячує роботи В.Бакіров. Закладає основи соціології цінностей в Україні А.Ручка, досліджуючи ієрархію й динаміку цінностей, розробляючи власну методикку. Часто мова у роботах вітчизняних авторів йде в першу чергу про традиційні цінності, цінності в комунікаціях, цінності громадянської культури, європейські і демократичні цінності, видозміну ціннісних пріоритетів, цінності молоді. Віковими вимірами приділяють увагу, наприклад, О.Злобіна, І.Сокурянська, емпіричні дослідження цінностей регулярно проводить І.Балакірієва зі своїми аналітичними групами, цінностями у масовій комунікації займається Н.Костенко з колегами, існує чимало і інших дослідників, для яких дана проблематика є цікавою.

Вивчення виборчих практик в Україні теж має свою тривалу історію, і як в зарубіжному досвіді і у значній мірі ці дослідження були пов'язані з політичними подіями та виборами. Розвитку електоральної соціології значний поштовх дали праці О.Вишняка, В.Полторака, М.Хмелька. Ідентифікацією політичних настроїв займались В.Оссовський, В.Матусевич. У контексті вивчення соціального самопочуття й впливу на поведінку оцінок середовища займались Є.Головаха та Н.Паніна. У розрізі прикладних електоральних досліджень значний внесок зробили І.Бекешкіна, М.Чурилов, В.Паніотто, зокрема завдяки яким вивчають вподобання і сучасні українські соціологічні компанії.

У контексті і цінностей, і виборчих практик, в Україні та західній соціології є важливою нерозривність теоретичних напрацювань з прикладними дослідженнями цінностей. Чимало і теоретичних, і прикладних робіт стосуються в першу чергу таких суттєвих проектів як хвилі Світового дослідження

цінностей, Європейського дослідження цінностей, Європейського соціального дослідження. Попередній огляд соціологічного дискурсу дає змогу зрозуміти, що тематика дослідження цінностей є досить широкомасштабною та популярною в світовій та українській соціології, але це меншою мірою стосується вивчення ціннісного виміру виборчих практик. Важливим буде простеження характеру дослідження цінностей та специфіки факторів формування виборчої поведінки в Україні. Не завжди у площину досліджень соціологів потрапляють соціокультурні виміри виборців нових політичних сил, що і робить ще більш актуальним написання даної роботи. Відповідно, **наукова проблема даного дослідження** полягає у тому, що існує суперечність між запитом на вивчення соціальних характеристик виборців нових політичних сегментів та мало дослідженим ціннісним аспектом сучасних українських виборців.

Об'єктом роботи є українські виборці.

Предметом роботи є ціннісні характеристики українських виборців.

Мета: виявлення ціннісних характеристик українських виборців.

Завдання:

1. Розглянути теоретичні підходи до вивчення цінностей у соціології
2. Проаналізувати результати емпіричних дослідження цінностей
3. Охарактеризувати теоретико-методологічні підходи до вивчення виборчої поведінки
4. З'ясувати яким є досвід вивчення ціннісного виміру виборчої поведінки
5. Визначити ціннісні характеристики українських виборців за результатами емпіричного дослідження.

Таким чином ця робота буде орієнтована на послідовне здобуття знання про ціннісний портрет українського виборця: починаючи з теоретичного розуміння самого концепту цінностей, вивчення методологічних засад і досвіду їх дослідження, визначення теоретико-методологічних підходів до вивчення виборчої поведінки і досвіду ціннісного дослідження виборців та переходу до

практичної частини вивчення цінностей українських виборців на основі національного опитування проведеного у жовтні 2019-го року разом з командою Соціологічної групи «Рейтинг», у дослідницькій групі якої я проходила виробничу практику. Проведення цього дослідження дає змогу зробити завершальний етап написання магістерської роботи та детально на практичному опитуванні продемонструвати емпіричні результати дослідженої теми й сформуванню ціннісний портрет українських виборців.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІННОСТЕЙ У СОЦІОЛОГІЇ

1.1. Становлення та еволюція поглядів щодо вивчення цінностей у соціології

Осмислення цінностей у науковій думці має глибинні витoki в першу чергу із суміжних до соціології суспільствознавчих наук. Філософська думка з початку свого становлення намагалася сформувавши розуміння змісту людського буття з точки зору значимих вищих цінностей для людини, що дало основу аксіологічному напрямку у цій науці. Ціннісний вимір філософського вчення розвивався починаючи від Сократа і до Канта й Лотце, які намагались відповісти на питання чим є людина, що для людини найвища цінність та як вона створює свій світ цінностей. У філософії цінності розглядали як важливі у житті індивіда й суспільства ідеї. Вивчення цінностей на індивідуальному рівні широко розвивалося і у психологічній науці, яка намагалася визначити глибинні мотивації та ціннісні орієнтації у структурі особистості. Психологія розглядала цінності як результат особистісного досвіду індивіда, як результат проходження етапів розвитку й становлення як особистості, що визначає його ставлення до життя та етичних й матеріальних благ. Потужний розвиток суспільствознавчих наук в кінцевому рахунку приводить до появи і соціологічного знання та синтезу наук, у результаті якого соціологія починає переймати ціннісну проблематику та досліджувати вже не індивідуальний ціннісний вимір, а його суспільний і колективний характер. Теоретичне вивчення цінностей у соціологічній науці має витoki з початку класичного періоду соціології кінця 19-го століття, часу відомих соціологів Е.Дюркгейма, М.Вебера. Багато дослідників так чи інакше торкалися ціннісної проблематики, бо самі по собі за означенням цінності стали одним із центральних об'єктів дослідження у соціології, адже вони транслюють культуру і суспільні норми у індивідуальних моделях поведінки. У соціології дослідження цінностей переходить від загальних спроб осмислення ціннісного виміру суспільства до вивчення цінностей конкретних груп. Цінностям

приділялось багато уваги соціологів як і у окремому напрямку дослідження так і у більш загальних теоріях, які будуть розглянуті у цьому розділі.

Одним із перших розпочинав вивчення ціннісної складової соціального життя та ввів цю проблематику у соціологію М.Вебер. Разом з його вченням з'явилась парадигма соціальних дій та так звана «гуманістична», «розуміюча» соціологія інтерпретативного підходу, яка націлювалась на пояснення поведінки людини, зокрема виходячи з її культури, цінностей, дотриманих соціальних норм, сенсам, які людина вкладає у них. Вебер визначав цінності як норму, яка має певну значимість для соціального суб'єкта і часто виходить з релігійних, етичних установок, наявних у суспільстві [Вебер, 1990]. У типології дій Вебера цінності постають як один з елементів, що суспільно зумовлює поведінку індивіда. Він порівнює та протиставляє поняття «цілі» і «цінності», зокрема і як частина «раціональної дії».

Ціннісна проблематика поставала також у працях класика соціології Е.Дюркгейма. Він є автором теорії колективних уявлень, дій і звісно розглядав в першу чергу цінності теж як колективні уявлення, які впливають на поведінку індивіда. Автор обстоював позицію, що цінності не є якимись предметами чи речима, що такі соціальні явища як релігія, мораль, право, естетика і є ціннісними системами, вони є ідеалами. Дюркгейм зазначав, що «цінність створюється тим, як річ впливає на колективного, а не індивідуального суб'єкта» [Дюркгейм, 1991], тобто суспільство продукує цінності і носить колективний характер, в цьому, на його думку, і полягав соціологічний підхід до вивчення цінностей. Таким чином Дюркгейм вивчав цінності з точки зору їх впливу на поведінку людини, виходячи з її приналежності до певної соціальної групи. Цінність підтримує діяльність соціального організму через стійкі норми й колективні ідеали, які існують у певній спільноті, і тому за теорією Дюркгейма цінності можуть різнитися залежно від конкретного суспільства.

У соціологічній науці одними з перших досліджувати категорію цінностей почали У. Томас і Ф. Знанецький. Вони дали визначення цінностям як «будь-який факт, який має доступний членам певної соціальної групи емпіричний зміст і значення, виходячи з яких він є або може стати об'єктом діяльності особистості» [Томас, 1994]. Вивчаючи адаптацію польських емігрантів у Європі, В.Томаса і Ф.Знанецького, зробили висновок, що в процесі адаптації важливим є зв'язок індивіда із соціальною організацією. І залежність другого від першого вони назвали «соціальною цінністю», як об'єктивний полюс дій, а індивіда від організації – «соціальною установкою», або «атитюдом» - суб'єктивний полюс дій індивіда [Макеєв, 2008]. Також вони зробили спробу типологізації цінностей, виділивши «цінності-установки» та «цінності-норми», які відрізняються тим, що другі є дещо ширшими бо «викликають» цінності і пояснюють їх зміст [Томас, 1994]. Ф.Знанецький також спробував у розробці теорії соціальних дій класифікувати цінності на первинні (люди як направлені суб'єкти усвідомлених дій), і вторинні (конкретні об'єкти, яким надають люди цінність) [Макеєв, 2008]. Вони, на його думку, взаємодіють між собою та складають основу динаміки системи цінностей. Таким чином з точки зору концептуалізації їхній підхід до цінностей був предметно-орієнтованим.

Проблематика цінностей у роботах П.Сорокіна постає у його теорії соціокультурної динаміки. У цій теорії він пояснює суспільні зміни через цикли, у центрі яких знаходиться культура, а вона, в свою чергу, складається з системи цінностей, притаманної кожній конкретно культурі, в якій людина є носієм цих цінностей. Він включав цінності разом із значеннями та нормами у групу, визначену ним як «соціосвідомі» фактори. Він вважав, що люди вступають в систему соціальних взаємин під впливом цих факторів [Сорокин, 1992]. Також він зазначав, що люди керуються несвідомими (рефлекси) і біо-усвідомленими (голод, статевий потяг) факторами, які не носять суспільний характер, на відміну від цінностей [Сорокин, 1992]. Сорокін вважав, що тільки суспільство здатне продукувати значення, норми, цінності, які існують у соціо-усвідомленому

«его», а натовп, який не має тривалих зав'язків, до цього не здатен. Тому автор вважає, що будь-яке суспільство можна описати і зрозуміти тільки через призму властивої йому системи «значення, норми, цінності». Важливість цих елементів за Сорокіним була дуже вагомою у суспільних змінах та невід'ємною частиною культурних перетворень. Сорокін започаткував свій окремий інтегративний підхід, зробивши акцент на розвитку суспільства в контексті соціокультурної динаміки.

Значний внесок у розвиток ціннісного аспекту соціологічної думки зробили Т.Парсонс та М.Мертон, які є засновниками структурно-функціонального підходу у соціології. Вектори цієї парадигми соціологічного знання досить довго були пануючими у соціологічному дискурсі, та досі не втрачають своєї актуальності. В першу чергу вивчення цінностей у концепції Парсонса відбувалося з точки зору їх ролі у суспільстві. Цінність як категорія також нерідко розглядалась соціологами у розрізі співвідношення з поняттям мотивів діяльності індивіда. Парсонс, наприклад, вважав, що цінності стоять вище за мотиви в структурі уявлень індивіда, вони впливають з соціокультурного досвіду особистості. По-суті цінності і є, на його думку, результатом культурних традицій. Також він писав, що «цінності - це загальноприйняті уявлення про бажаний тип соціальної системи» [Парсонс, 1997]. Парсонс ґрунтував свою теорію соціальних систем на тезі про функціонування в суспільстві різних підсистем, однією з яких була культурна, або система «відтворення зразка». Він наголошував на тому, що у кожній культурі ці зразки можуть бути різними, і те, що об'єднує людей в одному соціумі, може роз'єднувати в іншому. На думку соціолога, у культурній підсистемі цінності відграють ключову функцію збереження й відтворення соціокультурного зразка. Автор наполягав також на тому, що цінності є тим стандартом, який впливає на вибір актором засобів та цілей, адже вони як легітимізуючий стандартизований зразок культурної референції [Парсонс, 1997]. І для того, щоб цінності реалізовувались у соціальній системі та сприяли

засвоєнню норм, на його думку, необхідною є їх інституціоналізація. Парсонс також звертав увагу на роль релігії, та вважав, що цінності мають корені якраз з неї. Він передбачав, що плюралізація релігії може призвести до руйнування ціннісного консенсусу, що актуально і сьогодні. Водночас, він зауважував, що цінності це не духовне, а соціальне буття, що, окрім релігійних, існують і інші цінності: моральні, естетичні, пізнавальні [Парсонс, 1997]. Загалом у своєму розумінні цінностей як особливої форми колективних загальноприйнятих уявлень він був близький до Вебера та Дюркгейма, але робив особливий акцент на їх функціонуванні і ролі в соціумі, надавши їм об'єктивований та позитивістський контекст, що відповідає кількісній епістемологічній парадигмі. У визначенні цінностей Парсонс концептуалізує це поняття через суб'єктивно-орієнтований підхід.

Важливим у розуміння вивчення цінностей є також огляд дискусії в соціології щодо розрізнення понять цінностей та ціннісних орієнтацій. Ці поняття часто використовуються як взаємозамінні, але вони не тотожні. Одним із найбільш прийнятих й загальних інтегративних підходів до цього питання є розуміння цінностей як загальних суспільних ідеалів та уявлень, тоді як ціннісні орієнтації – відображення цих ідеалів у свідомості конкретного індивіда, які він визнає важливими орієнтирами в своєму житті [Попова, 1968]. З цим важко не погодитись, адже цінність має подвійну основу і завжди відображає, з одного боку, суспільні ідеали культурної системи соціуму, а з іншого – є відображенням цієї системи ідеалів та норм в уявленні індивіда. У соціологічному словнику В.Воловича наводиться саме визначення «ціннісних орієнтації, а не «цінностей», вони визначені як «особистісні орієнтації стосовно цінностей тих чи інших соціальних спільнот чи груп: загальнолюдських, національно-класових, професійних і т. ін.» [Соціологія, 1998]. Вивчення цінностей з використанням поняття «диспозицій» належить російському соціологу В.Ядову, який вважав, що ціннісні орієнтації – вищі диспозиційні рівні свідомості особистості та вершина ієрархії всіх диспозицій, які складаються з цінностей-цілей та

цінностей-засобів, які співвідносяться з нормами поведінки, на які орієнтується індивід [Ядов, 1969]. Взагалі в українській і багатьох слов'янських мовах це слово походить від слова «ціна», у значенні чогось вартісного. Якщо брати до уваги поширене англійське слово «value», то воно походить від латинського «valeo», що в свою чергу означало «сильний», «потужний», «впливовий», «переважаючий» [Latin].

Багато соціологів, в тому числі сучасного етапу розвитку науки, також приділяли увагу ціннісній проблематиці й зокрема питанням систематизації, типології цінностей, змін цінностей у суспільстві. Вивчення цінностей у його сучасному образі значно концентрується саме на цінностях різних соціальних груп, а саме культурних і національних пластах. Серед теорій ціннісних змін й відмінностей цінностей за країнами можна означити декілька підходів. Так, наприклад, за теорією більш сучасного дослідника Р.Інглехарта ціннісна зміна в соціумі є результатом соціально-економічних показників розвитку суспільства, що він перевіряв у емпіричних дослідженнях. Його модель передбачає, що ціннісна зміна є заміщенням традиційних цінностей постмодерними, адже стара ціннісна система слабшає та набуває значно меншої важливості й значення для суспільства, опускається у пріоритетах на користь ліберальних, постматеріалістичних цінностей [Inglehart, 1990]. Це є з його точки зору позитивним явищем, адже країни з новими цінностями є більш розвиненими та успішними. Якщо говорити про розрізнення цінностей у його теорії типологію цінностей складають дихотомії традиційних і секулярних цінностей та дихотомія екзистенціальних цінностей виживання проти самовираження [Inglehart, 1997]. Взагалі цінності Інглехарт розуміє як «базовий набір мотивацій, який ми приймаємо за замовчуванням, тому що це важливо» [Інглхарт, 2015]. Разом з Інглехартом, соціокультурні зміни й модернізацію суспільств вивчав також Р.Вельцель, включаючи такі тематичні напрямки як поколінні зміни, гендерні, та емансипативні аспекти цінностей [Інглхарт, 2011]. Попри критику щодо обмеженості теорії пояснення соціокультурних особливостей країн перехідного

стану, які розвиваються, важливим у теорії ціннісної зміни Інглехарта було виділення між матеріалістичним і пост матеріалістичним етапу змішаного, який дав основу багатьом українським соціологам в аналізі стану розвитку цінностей в Україні.

Водночас існують й інші теорії у підході соціокультурних змін. Зокрема, німецька дослідниця Е.Ноель-Нойман розглядає ціннісну зміну як результат дезінтеграції суспільства. Вона має на увазі під дезінтеграцією секуляризацію, відділення суспільства від релігії, і в результаті на зміну моральним цінностям тепер приходять гедоністичні з посередництвом індустрій культури й масових медіа [Noelle-Neumann, 2001]. Це, на думку соціологині, скоріше негативне явище, тому потребує втручання і етичного виховання нового покоління. Існує також і ще один підхід в теорії ціннісної зміни, якого дотримується Г.Клагес. Він використовує специфічну термінологію і зазначає, що суттю ціннісної зміни є перехід від цінностей «усталеності й обов'язку» до «цінностей саморозвитку» [Klages, 2001]. Цей процес переходу може відбуватися різними шляхами, має різні етапи або типи: від «ціннісного консерватизму» до «ціннісного перевороту», «ціннісної втрати» або «ціннісного синтезу». Також залежно від перейнятих цінностей і як вони поєднують цінності обов'язку та саморозвитку Клагес розрізняв різні «ціннісні типи» людей: «активні реалісти», «гедоністичні реалісти», «розчаровані», «нон-конформісти-ідеалісти», «традиціоналісти» [Klages, 2001]. Загалом основним його внеском у ціннісну теорію є те, що він показував важливість розуміння поняття «ціннісного синтезу», що цінності і ціннісні зміни не існують у чистому вигляді та завжди залежно від своєї конфігурації мають різний вигляд, створюють свою ціннісну структуру, ціннісні типи у суспільстві, соціальних групах.

Інтеграція суспільствознавчих наук призводить також до перейняття соціологічною наукою надбань соціально-психологічних концепцій, особливо у їх методологічних аспектах дослідження. Впливовими у подальших застосуваннях методик дослідження цінностей були такі дослідники як Рокіч,

Хофстеде, Шварц, Інглехарт. Кожен з них намагався також дати свою типологію цінностей. Наприклад, М.Рокіч основним розподілом цінностей вважав виділення двох груп: інструментальних та термінальних цінностей. До інструментальних, на його думку входили етичні, моральні цінності (вихованість, толерантність, а також цінності компетентності (розум, логіка, здібності). Термінальні цінності він розглядав як цінності-цілі, які відображати досягнення чогось: спокою, миру, щастя, благополуччя тощо. На, його думку ці системи були взаємопов'язані і цінності поведінки були основою для надбання термінальних цінностей [Rokeach, 1968]. Взагалі поняття цінності є дуже важливим для соціології. М.Рокіч писав, у своїй книзі «Природа людських цінностей», що соціологія і є наукою про цінності, адже вона вивчає особистість у її співвідношенні з культурою і суспільством [Рокич, 1973].

На основі теорії Рокіча працював з типологізацією цінностей і Хофстеде, виділивши чотири виміри цінностей: індивідуальний або колективний рівень, емоційний або раціональний вимір, продуктивну і непродуктивну діяльність, а також раціональний або емоційний гуманізм [Hofstede, 1983]. Також послідовником Рокіча та дослідником цінностей був Ш.Шварц. Він теж розрізняв цінності на рівні суспільних норм та цінності, які виражаються в конкретні поведінці людини, тобто індивідуальному рівні. Якщо на соціокультурному рівні цінності, на його думку, є відображенням діяльності індивідів в конкретному суспільстві, то на індивідуальному рівні – особистісними виборами на кожному етапі прийняття рішень й вибору моделі поведінки, реакції на конфліктну ситуацію [Schwartz, 1992]. Шварц теж визначає цінності, виходячи з їх зв'язку з мотивами. Він вважав що в основі розрізнення цінностей лежать саме мотиви. Самі цінності Шварц трактував як емоційно-забарвлені переконання, які позначають мотиваційні цілі і визначають поведінкові моделі індивіда з огляду на бажані для них досягнення [Schwartz, 2006]. На кожному з цих двох рівнів Шварц зазначав, що є ще підкатегорії, важливі для розуміння цінностей – це відкритість до змін на протипагу

збереженню традицій, та самоствердження проти індивідуальної усвідомленості на індивідуальному рівні, з чого випливали основні його «ціннісні портрети». Виділення Шварцом суспільного рівня ціннісних орієнтацій індивідів робить дуже суттєвим його непрямий спосіб дослідження цінностей в соціології.

Розвиток української соціології цінностей визрівав із радянської спадщини соціологічної науки. Водночас молода українська соціологія також має значний соціологічний довід теоретизування щодо цінностей. Ще до отримання Україною незалежності чимало уваги у своїх працях цінностям приділяла соціологиня І.Попова. Вона звертала увагу на те, як важливо розглядати ціннісні аспекти особистості та їх вплив на її повсякденну діяльність. Ірина Попова приділяла увагу дослідженню також у дуже важливому питанні ціннісної неспіввіднесеності: невідповідність декларованих, визнаних важливими людиною цінностей реальній поведінці людини, зокрема однією з причин цього вважалося неповноцінне усвідомлення індивідом цих цінностей та відсутність її вербалізації. Загалом вона вважала помилкою ототожнення діяльнісного аспекту та відношення людини до певної соціальної цінності [Попова, 1984]. Попова заклала теоретичні засади вивчення цінностей та їх розуміння у соціологічні думці, вона вважала, що розмежування мотивів і цінностей, ціннісних орієнтацій відбувається в рівні суб'єкта, тобто мотиви стосуються більш вузьких особистісних проблем індивіда, а цінності – це результат суспільного впливу на свідомість [Попова, 1968].

Звісно в контексті цінностей, як традиція радянської соціології, багато її праць були сконцентровані у напрямку тематики зв'язку цінностей з продуктивністю праці, ефективністю управлінської діяльності, ціннісні аспекти трудової діяльності, тощо. Також над питанням ціннісної складової професійної діяльності ще на початку розвитку української соціології працював В.Оссовський [Оссовський, 1986]. В.Оссовський був одним із фундаторів соціологічної науки, що розробив концепцію ідентифікації феномена громадської думки, виявлення її соціальних суб'єктів в умовах трансформації

посттоталітарних суспільств. Для вивчення ціннісної свідомості та упорядкування ціннісного понятійного апарату також чималий вклад зробив соціолог В.Бакіров. Зокрема він означив сутність і джерела ціннісної свідомості, роз'яснив процес «визрівання» ціннісних форм свідомості залежно від історичних факторів, нових технологій та видозмін типів комунікації у соціальному та культурному середовищі, означив становлення соціальної реальності паралельно з ціннісними змінами та важливість соціокультурної динаміки [Бакіров, 1988]. Також він окреслював особливості та можливості саме соціологічного аналізу таких ціннісних вимірів в межах наукової думки.

Ціннісна проблемами є присутня також у роботах української соціологині О.Злобіної, зокрема в контексті соціальних змін в українському суспільстві, цивілізаційних векторів, вибору європейських цінностей та їх важливість для української молоді, зв'язку цінностей та життєвого успіху [Злобіна, 2008; Злобіна 2016]. Її роботи багато в чому ґрунтувались на прикладних дослідженнях, зокрема і порівняльних – українських та європейських. Також Злобіна, наприклад, бралась за вивчення суб'єктності цього питання та усвідомлення ціннісних перетворень індивідами, які проживають у суспільстві та його вікових відмінностей. Що цікаво, у її доробку також є оригінальний підхід до дослідження цінностей – зокрема через візуальний аналіз ціннісних основ уявлень індивідів про успіх [Злобіна, 2012].

Чи не найбільше в українській соціології цінностям приділяв увагу звісно ж А.Ручка, який присвятив цій проблематиці численні роботи, працюючи в Інституті соціології НАН України. А.Ручка інтерпретує цінності як матеріальний або ідеальний предмет, який має певну життєву значимість для соціального суб'єкта, або здатність задовольняти потреби та інтереси індивіда [Ручка, 1987]. Найбільше А.Ручка цікавиться питанням ціннісних змін й метаморфоз в українському суспільстві, видозмін ціннісних пріоритетів, виділяє групи - «синдроми», важливі для суспільства [Ручка, 2011; Ручка, 2012; Ручка, 2013]. Ці тематики були центральними у його ученнях як предмет аналізу

соціології цінностей. З предметної точки зору, наприклад, Ручка зазначає, що цінності в українському суспільстві повільно змінюються, але ця зміна переважно не порушує першочергових пріоритетів, якими залишаються за його словами «вітальні цінності»: безпека, здоров'я, сім'я, дітьми і добробутом людей, адже вони втілюють уявлення про екзистенційну безпеку людини [Ручка, 2013]. Хоча пріоритетність цінностей не змінюється, адже важливими залишаються традиційні цінності, але все ж зміни є. Наприклад, у інтерв'ю А.Ручка зазначає, що на 2016 рік стає більш важливим у динаміці соціальний комфорт, комунікація, цінності самореалізації та політичної активності, демократія [Ручка, 2016]. Висновки про зміни він робив зокрема засновуючись на теорії Ігларта. Цікавим також є прагнення А.Ручки осмислити ціннісну зміну українського суспільства в контексті перетворень після революції гідності, зокрема він доходить висновку, що суттєвішими стають «просоціальні» цінності, громадянські, цінності патріотизму, демократизму і солідаризації, також він проілюстрував зв'язок цих змін з метаморфозами у свідомості українців [Ручка, 2014]. Це звісно ж лише частка його наукового доробку. А.Ручка вивчав також соціокультурні виміри й практики українського суспільства, порівнював також українську й іноземну молодь у ціннісному вимірі, вікові групи, досліджував ціннісну ментальність.

Дослідженню ціннісного портрету української молоді приділяла увагу і О.Балакірева, в тому числі в співвідношенні з культурними духовними потребами, чим намагались впливати і на політичні реформи. О.Балакірева керувала емпіричними дослідженнями цінностей в Україні й відповідно писала чимало робіт за їх результатами, говорячи про динаміку й умови в яких відбуваються трансформації. Цікавою є також ґрунтовна робота – монографія присвячена ціннісній складовій модернізаційних процесів в українському соціумі, у результаті написані якої робиться висновок про важливості соціально-просвітницької роботи з молоддю, підтримка інноваційності, допомоги молоді та її розвиток як рушію модернізації українського суспільства [Ціннісна, 2014].

Також Балакірева приділяла значну увагу вивченню динамічних метаморфоз цінностей в українському суспільстві та означенню ступеня їх демократизації в процесі ціннісних трансформацій [Балакірева, 2000; Балакірева 2007; Балакірева 2008]. Балакірева вважає, що «цінності це те, що визначає відношення індивіда до вагомих цілей людського життя [Балакірева, 2002].

Проте і це далеко не всі українські науковці, які приділяли увагу вивченню ціннісної проблематики. У сучасному контексті ціннісні виміри модернізації та соціально-економічного розвитку українського суспільства вивчав Ю.Савельєв. Він шукав зв'язок між демократичністю інститутів, економічним розвитком та ціннісними змінами, приділяв увагу вагомості в модернізаційних процесах емансипаційних цінностей [Савельєв, 2012; Савельєв, 2015]. Також використовуючи моделі модернізації Інглехарта, Савельєв намагався простежити вплив постматеріалістичних цінностей на громадянську активність [Савельєв, 2014]. Також на основі теорії Інглехарта про ціннісні відмінності поколінь писала українська соціологиня Л.Новикова [Новикова, 2015]. Продовження мав і економічний вимір дослідження. Наприклад, В.Місютіна працювала над проблематикою змін ціннісних орієнтацій українців та ціннісного виміру соціально-економічної нерівності в українському суспільстві [Місютіна, 2011]. Динаміці ціннісних преференцій молоді та зв'язку цінностей з їх громадянською позицією приділяла увагу Л.Сокурянська, у тому числі на основі опитувань студентів [Сокурянська, 2010; Сокурянська, 2016]. Ще одною українською соціологинею, яка приділяла увагу теоретичним й методологічним аспектам дослідження цінностей, була В.Смакота [Смакота, 2002].

Вивчення цінностей має тривалу історію як в соціології так і в інших науках. Ціннісна проблематика найбільше постає у добу новітньої соціології та зустрічається як важливий суспільний феномен у роботах класиків Вебера, Парсонса, Дюркгейма, які обґрунтовують їх з різних позицій соціального походження і ролі цінностей у суспільстві. Продовженням цього стають вдосконалені методологічні розробки, інтеграція різних підходів до розуміння

цінностей та як тенденція - перейняття західного досвіду українськими соціологами. Одними з перших дослідженню цінностей приділяли увагу також Томас і Знанецький, хоча вони носили дуже предметний характер. В подальшому теоретичному осмисленні дослідження цінностей в першу чергу основними був напрями визначення самих цінностей та розробка їх типологій, у чому в один з перших відзначився М.Рокіч. Дуже важливими також стали методологічні розробки визначення цінностей Р.Інглехарта, Ш.Шварца. Також одним з найбільш важливих в теоретичному осмисленні цінностей тематичними напрямками були ціннісні зміни, різні підходи до трактування чого дають нам комплексне розуміння ціннісних метаморфоз. Теоретичні концепції дослідження цінностей в Україні також частково ґрунтувались на західних напрацюваннях, однак носили і свій особливий характер. Найбільш важливим для української соціології цінностей є теми цінностей молоді, ієрархії та тенденцій змін цінностей. Вивчення цінностей в Україні було також тісно пов'язано із модернізаційними процесами та осмисленням їх зв'язку. Один з найбільших внесків у теоретичні розробки дослідження цінностей внесли А.Ручка, В.Бакіров, І.Попова, О.Балакірева. Водночас, в Україні з'являється і багато інших соціологів, які актуалізують ціннісну проблематику, розробляючи сучасні напрямки теоретичного вивчення цієї теми. Чимало дослідників користуються теоретичним здобутком попередників із західної соціології і використовують у своїх роботах попередньо розроблені теорії.

1.2. Методологічні вектори в дослідженні цінностей, та перспективи їх застосування в українському соціальному просторі

Дослідження цінностей у світовій практиці як і з теоретизування, звісно ж, теж не розпочалися виключно під соціологічним початком, адже як широке суспільне поняття та основу мотиваційної поведінки цінності цікавили чимало науковців з суміжних наук – психологів, антропологів. Однак у соціальному

контексті та масштабному комплексі вивчення цінностей постають саме у соціологічній науці, що переймає прогресивні методики й вдосконалює їх для усвідомлення соціокультурних змін суспільства.

Одні з перших досліджень цінностей розпочиналися на американському континенті. Зокрема досить вживаним був інструментарій дослідження цінностей американського психолога Г.Олпорта, який він розробив ще у 30-х роках і який ще довго був популярним для дослідження ціннісних орієнтацій у США та навіть крос-культурних порівняльних досліджень ще у 50-х роках та зазнавав подальших модифікацій [Dukes, 1955]. За його тестом оцінювались особистісні відмінності, важливості окремо по кожному з шести груп цінностей – теоретична, економічна, естетична, соціальна, політична, релігійна. По комбінації цих цінностей вибудовувався профіль та відмінності між особистостями.

Ще одним американським науковцем, який одним із перших безпосередньо почав досліджувати цінності, був К.Клакхон – соціальний антрополог, який працював в ціннісному напрямку, зокрема і з Т.Парсонсом. Він ще у 40-50-х приділяв багато уваги дослідженню цінностей у міжкультурному вимірі для фіксації відмінностей між народами. Його розробки продовжила його дружина Ф.Клакхон, яка разом з Ф.Стродтбеком запропонувала методику порівняння цінностей різних культур. Ключовими були у їхніх дослідження такі фактори: фіксація відношення людини до природи; часова орієнтація індивіда; модальність сприйняття життя; модальність відношення до інших людей та сутність людської природи від злої до доброї [Kluckhohn, 1961]. У цій методиці респонденти повинні були ранжувати різні альтернативи у певних ситуаціях за мірою їх важливості, в результаті чого визначався вплив приналежності до певної культури на вибір альтернатив.

Одним з найбільш відомих дослідників цінностей та авторів популярної часто вживаної методики є соціолог й психолог М.Рокіч. Його методика дослідження базувалася на ранжуванні конкретних цінностей по їх значимості.

Як уже зазначалося вище, Рокіч у своїй теорії розглядав два типи цінностей: термінальні сутнісні явища (наприклад, здоров'я, любов, цікава робота, наявність друзів, свобода, творчість, тощо) і інструментальні, як характеристики цілі і досягнення (самоконтроль, відповідальність, акуратність, вихованість, чуткість, почуття гумору, тощо) [Rokeach, 1968]. Власне на такі два основних блоки і розділявся його опитувальник, у кожному з яких було 18 цінностей і вони підлягали ранжуванню у кожному списку окремо. Рокіч проводив дуже багато досліджень цінностей американського населення в 60-70-х роках, порівнюючи отримані ранги за соціально-демографічними характеристиками. М. Рокіч вважав, що цінності можуть переважно змінюватись, як результат дорослішання або впливу мас-медіа [Рокич, 1973]. Його підхід до дослідження передбачав, що люди адекватно усвідомлюють для себе ту чи іншу цінність і здатні оцінити її важливість, що не завжди відповідає реальності. Водночас, попри прямий характер задавання питань про базові цінності, його підхід мав широке застосування у подальших опитуваннях і досить широко використовувався і в дослідженнях країн пострадянського простору, як універсальний та зручний інструмент, що піддавався численним адаптаціям і модифікаціям.

Досить відомим дослідником цінностей був нідерландський соціолог Г.Хофстеде. Він вивчав соціо-культурні особливості комунікацій менеджерів у компаніях більш ніж 50 країн у 60-70-х роках. Хофстеде шляхом пошуку статистичних зав'язків виокремив чотири основних категорії аналізу: це ступінь нерівномірного розподілу влади і ставлення до невідомості, планування майбутнього та ще дві дихотомії: індивідуальний-колективний та маскуліність-феміність [Hofstede, 1983]. Загалом в результаті дослідження Хофстеде ідентифікував два основних ціннісних типи: індивідуальний тип з низьким ступенем шани керівництва (переважали, наприклад, в країнах західної Європи, штатах і Канаді, Австралії, Ірландії) і другий тип – колективний тип з вищим ступенем поваги (Південна Америка, країни Азії) [Hofstede, 1990]. Що цікаво – країни пострадянського простору в аналізі Хофстеде мали середні показники за

обома вимірами. Звісно, що здобутки Хофстеде є досить обмеженими й концентрувалися лише на певному сегменті робітників, але його дослідження дали значний поштовх подальшим розробкам. Зокрема свої розробки на критиці досліджень Г.Хофстеде почав будувати Ш.Шварц. Також визначені категорії Г.Хофстеде були доповнені іншими дослідниками та в подальшому частково включені до Світового дослідження цінностей.

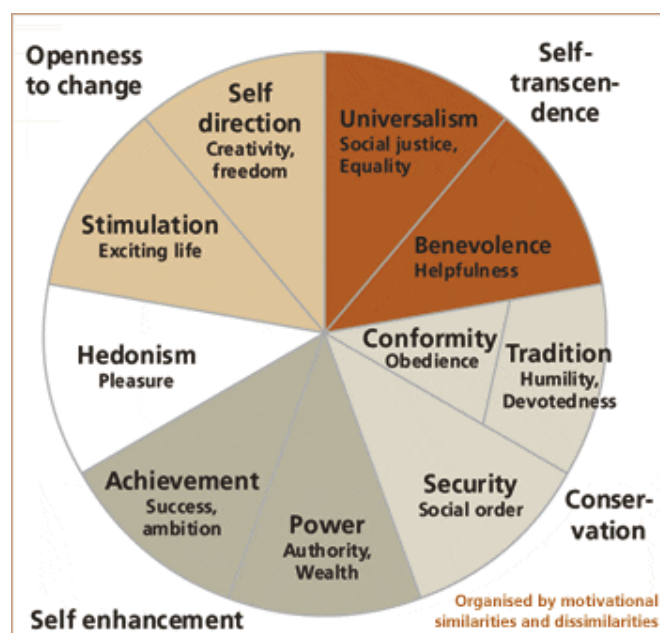
Ізраїльський дослідник Шварц у своїх дослідженнях орієнтувався на вже наявний досвід своїх попередників у дослідженні цінностей, він відштовхувався від критики Клакхона та Хофстеде і використовував здобутки методики Рокіча. Шварц намагався побудувати загальноціннісний профіль цілих культур та визначити відмінності в їх ієрархії цінностей. Він суттєво вдосконалив методику Рокіча. Одна з основних відмінностей його методики полягала в тому, що Шварц прагнув розділити загальнокультурний і особистісний рівні цінностей, тому, наприклад, сучасний опитувальник для виміру 10 базових цінностей використовує 21 твердження по 2 на кожен цінність, плюс додатковий вимір для «універсалізму». Взагалі найважливішим змістовним аспектом відмінності цінностей Шварц вважав відмінність саме в мотиваційних цілях, в чому і полягала основа його формулювань для портретного опитувальника. Окрім цінностей Рокіча, Шварц також відібрав цінності, виявлені іншими дослідниками, а також осмислені в релігійних і філософських працях створених для порівняння різних культур. Всі вони були згруповані в 10 базових цінностей і його опитувальник отримав таку структуру: ціннісне дослідження Шварца (SVS) з оцінкою конкретних цінностей, у якій залишились 45 основних цінностей, та друга частина: портретний опитувальник Шварца (PVQ) який містив 40 описових характеристик людини, кожна з яких відповідала одному з десяти мотиваційних типів [Schwartz, 2006]. Потім була використана скорочена версія у модифікаціях до 19 цінностей, що була перевірена на різних вибірках. У цій частині опитані також зазначали наскільки схожа або несхожа описана

характеристика на них самих [Schwartz, 2012]. Загалом серед 10 базових цінностей Шварц виділяв [Schwartz, 2012]:

1. Влада –домінування над людьми та ресурсами, високий статус.
2. Досягнення – особистий успіх у розрізі соціальних стандартів.
3. Гедонізм – прагнення насолоди або чуттєвого задоволення.
4. Стимуляція – прагнення новизни, необхідність змін, глибоких переживань.
5. Самостійність – самостійність рішень і дій, незалежність, оригінальність.
6. Універсалізм – рівність можливостей, розуміння інкашості, терпимість.
7. Доброзичливість – збереження і підвищення добробуту близьких людей, корисність, відповідальність, надійність.
8. Традиційність – повага до культурних та релігійних звичаїв та ідей.
9. Конформність – пасивне, пристосовницьке прийняття готових стандартів у поведінці, визнання існуючого стану речей, законів, норм, правил, схиляння перед авторитетами.
10. Безпека – безпека і стабільність суспільства, стосунків та самого себе.

Діаграма 2.1

Розподіл Шварца 10 базових цінностей у кругових сегментах за блоками: самовизначення, консерватизму, самоствердження, і відкритості до змін [The Structure]



За теорією Шварца 10 цінностей мають структурований характер розміщення по колу, й розподілялись на блоки самовизначення, консерватизму, самоствердження, і відкритості до змін (див. *Діагр 2.1*). Таким чином перелічені цінності об'єднуються в біполярні осі: відкритість до змін (самостійність, стимуляція) є протилежною консерватизму (безпека, конформність, традиційність); самоствердження (влада, досягнення) протилежна самовизначенню (універсалізм, благонадійність). Гедонізм включає елементи як відкритості до змін, так і самоствердження.

Дослідження цінностей за методикою Шварца відбувається у рамках Європейського соціального дослідження (European social survey). У цьому дослідженні ціннісний вимір досліджується в окремому блоці. Європейське соціальне дослідження включило у свої дослідження «портретний ціннісний опитувальник» інструментарій для визначення 10 базових цінностей, кожен з яких представляє на колективному і індивідуальному рівні по одній тезі, окрім універсалізму – який потребує тривимірної характеристики. Такий опитувальник має назву PVQ21, який був скорочений для більш компактного використання. Анкета ESS включає чітко встановлений 21-позиційний вимір людських цінностей з потенційно різним мотиваційним сенсом. Це відповідає 10 основним «ціннісним типам» Шварца, які трактуються у формі конкретного визначення, з яким погоджується або не погоджується респондент у міру того наскільки це схоже на нього. Ця шкала була призначена для класифікації респондентів відповідно до їх базових ціннісних орієнтацій і включена у кожен раунд ESS. Опитування проводиться в 30 країнах Європи кожні два роки розпочинаючи з 2002-го, наразі доступним є остання 9 хвиля 2018-го року. За цими даними можна проаналізувати багато цікавих зав'язків. Наприклад, на сайті Європейського дослідження наводиться аналіз залежності цінностей із ставленням до спільноти ЛГБТ, а точніше згода з твердженням, що «Геї та лесбійки повинні бути вільними, жити власним життям, як вони хочуть»: якщо позитивна кореляція

присутня в блоці «відкритість до змін» та «самовизначення», то від'ємна залежність спостерігається з «консерватизмом» [European Social].

Взагалі у Європі масштабні колективні соціологічні дослідження цінностей розпочалися ще наприкінці 1970-х років, завдяки розвиненій мережі соціологів і політологів, які намагались досягти високих стандартів у збиранні та обробці даних. Загалом з 1981 по 2017 рік було проведено п'ять хвиль опитування в європейських та інших країнах в межах проекту European Values Study (Європейського дослідження цінностей). Ці опитування вивчали ціннісні відмінності, схожість та зміни цінності громадян країн-членів проекту EVS. Найбільшим у соціології прикладним дослідженням цінностей у соціології наразі, звісно ж, є глобальний проект «Світове дослідження цінностей» - «World Values Survey». Розпочався цей проект в 1981 році завдяки Р.Інглехарту. Проект по-суті був результатом розширення вже існуючого дослідницького проекту - Європейське дослідження цінностей. На початку 90-х до країн Європи додалися нові країни, в результаті чого було проведено опитування вже у 97 країнах. Європейське дослідження стало співпрацювати тепер із світовим, забезпечуючи опитування в Європі. За своїм типом WVS є крос-національним та лонгітюдним дослідженням. Остання анкета 7-ї хвилі дослідження складалася з таких 14-ти блоків: соціальні цінності, ставлення та стереотипи; суспільне благополуччя; соціальний капітал, довіра та організаційне членство; економічні цінності; корупція; міграція; постматеріалістичний показчик; наука та техніка; релігійні цінності; безпека; етичні цінності та норми; політичний інтерес та політична участь; політична культура та політичні режими; демографія [World]. З 2005 року в опитуванні була частково реалізована методика Ш. Шварца під назвою PVQ-WVS, яка була суттєво видозміненою і скороченою версією базового опитувальника, в цілому методика дослідження WVS (World Values Survey) відрізнялася орієнтацією на дослідження суспільних цінностей. Загалом дослідження значно націлювалось на зрозуміння ціннісних змін залежно від економічного прогресу суспільства і процесу демократизації. Для дослідження

цього Інглехарт виділяв такі основні дихотомії: 1) виживання vs самовираження, де протиставляється економічна й фізична безпека свободі й рівності; і друга дихотомія: 2) традиційний vs секулярно-раціональні цінності [Inglehart, 1997]. В результаті аналізу цих змінних за даними опитування Інглехарт запропонував розміщувати країни на координатній площині.

Дослідники показують також динаміку зміни на культурній карті, зокрема зрушення від соціального конформізму до підняття самопізнання і громадської участі в контексті розвитку демократичних цінностей й розвитку толерантності. Інглехарт дав цьому явищу назву «ціннісного зсуву», який передбачає, що спосіб життя західних суспільств змінювався з ростом їхнього добробуту [Inglehart, 1990]. У своїй одній з останніх книг «Культурна еволюція» Р.Інглехарт демонструє, як на світогляд соціуму впливає безпека та багатство: заможніші народи більше проявляють толерантність і вищий ступінь відкритості, у них високий рівень довіри і свобод, що в результаті пов'язано з вищим відчуттям щастя; цей зсув також пояснюється дорослішанням покоління, яке виросло в умовах гарантованої безпеки. А зниження рівня екзистенційної безпеки, на думку автора, навпаки – викликає «авторитарний рефлекс», чим Інглехарт пояснює ріст запиту на популістські рухи та перемогу Трампа [Інглехарт, 2018]. Взагалі у Світовому дослідженні чимало багатогранних запитань, в тому числі у вимірі ролі держави, патерналізму й економічного індивідуалізму, які цікавлять нас в тому числі у контексті вивчення виборчих практиках, адже стосуються сприйняття держави у свідомості громадян. На основі розроблених методик інші дослідники також намагалися дослідити цінності як загалом, так і у своїх країнах, вивчаючи рівень економічного індивідуалізму й соціальної відповідальності [Pitlik, 2015; Pitlik, 2016], а також проаналізувати положення своєї країни і особливості її ціннісних трансформацій на культурній карті світу [Herdin, 2013].

Дослідження цінностей українського суспільства переважно почали з'являтися разом з європейським досвідом вимірювання цінностей, як у плані участі України у вже існуючих колективних проектах досліджень так і

перейнятті досліджуваних методик. Водночас, звісно ж, вимірювання цінностей в Україні носило і свій специфічний характер, особливості розгляду якого ми розглянемо у цьому розділі. Взагалі одні з перших ціннісних досліджень українського населення проводились ще до здобуття незалежності, зокрема І.Поповою, а також В.Оссовським, ціллю яких був вузькопрофільний пошук зав'язків трудової і управлінської діяльності з цінностями індивідів. Однак, вже зі здобуттям незалежності в Україні з'являються комплексні соціологічні дослідження цінностей. Так, починаючи з 1991 року, Інститут соціології НАН України починає проводити щорічний моніторинг ціннісних орієнтацій, який складався з двох частин: застосована методика Інглхарта для вимірювання матеріалістичних і постматеріалістичних цінностей та окремо вимірюються ціннісні пріоритети за списком цінностей розробленим А.Ручкою. У динаміці від 90-х до 2012 року за результатом восьми досліджень Ручка зазначав, що помітною є зменшення матеріалістичних цінностей і збільшення частки цінностей змішаного типу. Водночас суттєвих змін не відбулося із постматеріалістичними цінностями, представленість яких є мізерною. Це Ручка пояснював притаманністю для України «цінностей виживання» через низький економічний розвиток і високий рівень бідності. І цю залежність видно за даними, адже «відкат» до матеріалістичних цінностей збільшується в часи економічних криз (1994 і 2009 роки) [Ручка, 2013]. У іншому вимірі також наявні зрушення за словами Ручки «ціннісних синдромів», серед них він виділяє такі групи: безпека або вітальні цінності; соціально-комфортні цінності; самореалізаційні цінності; і демократія або політико-громадянські цінності. Цей перелік наведено якраз у тій послідовності, наскільки ці цінності є важливі для індивідів. Сама порядковість і пріоритетність цінностей, як бачимо, залишається незмінною, але збільшується вага, наприклад, останніх двох блоків – самореалізації і демократії [Ручка, 2013]. Ріст значимості цих цінностей для українців продовжує рости також і після Євромайдану, за словами А.Ручки [Ручка, 2016].

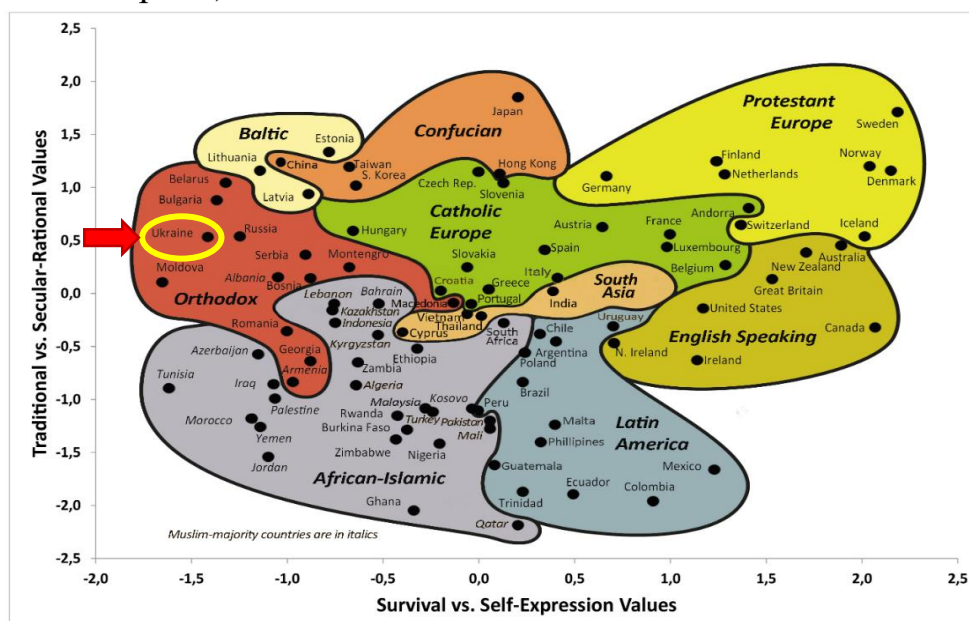
Також Соціс проводив спільно з Інститутом соціології дослідження цінностей ще у 2012 році в межах проекту «Українське суспільство: моніторинг соціальних змін». За результатами дослідження найбільш важливими стали цінності «приватної сфери»: здоров'я, сім'я, діти, добробут. Далі ідуть суспільні цінності: рівні можливості, соціальний комфорт та клімат, рівність і державна незалежність [Золкіна, 2012].

Взагалі, ще наприкінці 90-х Україна долучається до міжнародних проектів дослідження цінностей: у 1996 році Україні входить до складу країн-учасниць проекту Світового дослідження цінностей. Зокрема, вже перші дослідження показали, що в Україні дещо зростають цінності рівності доходів, приватної власності, поступово зменшується важливість релігії, а ієрархія цінностей складається наступним чином: сім'я, друзі, вільний час, робота, хобі, релігія, а бізнес, політика і проведення вільного часу та розваги на останньому місці [Балакірева, 2007].

Якщо аналізувати результати опитувань в Україні співвідносно інших країн та основних дихотомій Інглехарта, то Україна має високі показники «цінностей виживання» (див. Діагр. 2.2).

Діаграма 2.2

Україна на культурній карті Інглхарта-Вельца. Результати 6 хвили опитування WVS (2010-2014 роки)



Хоча між 1996 та 2006 роками Україна мала позитивне зрушення у бік цінностей самореалізації з -1,7 до -0,8, але у останній хвилі ми спостерігаємо «повернення» до -1,4. Таким чином Україна продовжує знаходитися в кластері «ортодоксальних», пострадянських країн разом із сусідніми Росією, Білоруссю, Болгарією, Молдовою (див. *Діагр. 2.2*). Традиційність в плані релігійності в Україні нижча відносно мусульманських країн, які за показником традиційності-секулярності розташовані нижче.

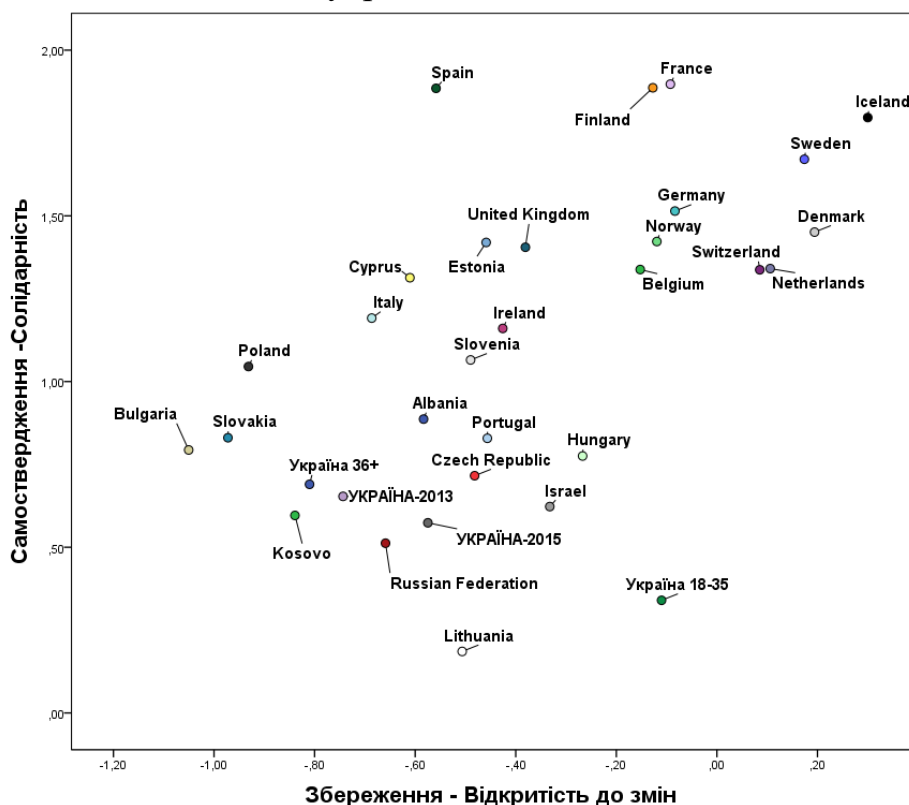
Чимало українських соціологів цікавлять результати опитувань міжнародних проектів проведених в Україні. За результатами Світового дослідження цінностей про динаміку цінностей молоді писали В. Савчук [Савчук, 2012], ціннісні відмінності між поколінням Л.Новикова [Новикова, 2015], про емансипаційні цінності, модернізацію і зв'язок цінностей з громадянською активністю писав Ю.Савельєв [2012, 2014, 2015], ціннісний портрет українців О.Скакало [Скакало, 2016]. Вивченням ціннісним орієнтаціям молоді за результатами WVS, EVS і портретного опитувальника ESS також приділяли увагу С.Святненко і О.Виноградов [Святненко, 2013]. Також над аналізом цінностей за результатами ESS працювали У.Лешенок [Лешенок, 2019], Р.Любенко та К.Мальцева [Любенко, 2018]. Звичайно, у кожного дослідника були свої ключові теми та підходи, але часто мова йде про спільні притаманні тенденції для українських цінностей: низький рівень суспільної довіри; більш виражені в молодшого покоління постмодерністські, ліберальні цінності, в тому числі самостійності, відкритості до змін, гедонізму; зв'язок пост матеріалістичних й емансипаційних цінностей з громадсько-політичною активністю та рівнем економічного розвитку; зростання цінностей самовираження й відкритості.

Водночас чимало і самостійних досліджень цінностей проводилися дослідницькими кампаніями в Україні. Наприклад, проаналізовані хвилі Європейських і світових досліджень «Соціс», які були доповнені власним, відносно свіжим, заміром 2015-го року за методикою Інглехарта і Шварца. В

результаті вони зробили висновок, що в Україні все ж далі спостерігається позитивна динаміка збільшення рівня самовираження. Також вони виокремили «ключові групи змін», у яких найбільш виражена позитивна динаміка – це молодь, середній клас, жителі великих міст [Цінності українців, 2015]. Також, досліджуючи ціннісні портети українців за Шварцом, вони дійшли висновку, що найбільш важливою для українців є цінність безпеки, а найменшою – «ризикновизна». На основі цього опитування вони також побудували координатну площину у якій розмістили Україну і її вікові категорії співвідносно інших країн. У динаміці Україна рухається у напрямку відкритості до змін і полюсу самоствердження, і ці цінності найбільш притаманні для молоді (див. Діагр. 2.3).

Діаграма 2.3

Розташування країн Європи, України та окремих вікових груп українців на перехресті двох основних ціннісних вимірів: Україна (ESS-2013, Социс-2015) Європа (ESS-2013) [Цінності українців, 2015]



Методика Шварца була використана і у інших дослідженнях цінностей в Україні. Зокрема у бажанні українських соціологів осмислити ціннісну складову

подій 2014 року. Дуже актуальним стало дослідження цінностей Євромайдану проведене групою ініціативних соціологів у 2014 році (Н.Лінцова, Т.Брік, Д.Карпенко та інші) і, зокрема, зафіксували такі відмінності: в учасників Євромайдану більше ніж по Україні загалом та країнах Європи виражений універсалізм, доброзичливість і самостійність, і значно менше виражена конформність, багатство та влада [Шестаковський, 2014]. Це дослідження також вивчалось іншими українськими соціологами в контексті культурних змін після революції [Культурні, 2014].

Також фіксував ціннісні відмінності після Євромайдану Танчер і Ручка у одній зі своїх праць. Зокрема було зафіксовано, що у порівнянні із 2012 роком у 2014 більш вагомими для українців стали цінності рівних можливостей, сприятливий політичний клімат, незалежність, демократичність, свобода слова [Танчер, 2014]. При цьому в Україні проводилось чимало і інших досліджень за різними методиками. Наприклад, прикладне дослідження з цінностей «Українське суспільство та європейські цінності» проводили у 2017 році у Інституті Горшеніна. Зокрема, вони визначили, що демократія є значно менш важливою для українців ніж для європейців, а значно більш важливим є мир, він же займає списку лідируючу позицію по важливості. [Українське, 2017].

Також дослідження на ціннісну тематику мають у своєму напрацюваннях Фонд «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва». Одне з останніх у 2018 році показало, що основними й найвагомими цінностями залишаються для українців свобода (86%), справедливість (70%) і безпека (60%) [Які, 2018]. Також директорка фонду І.Бекешкіна, зазначила, що «майже половина готова терпіти матеріальні труднощі, але не поступатися своїми правами», причому цей показник більший серед жителів Донецької та Луганської областей [Які, 2018]. Водночас, як і у цьому дослідженні так і попередньо описаних опитуваннях рівень важливості толерантності як цінності в українському суспільстві спостерігається досить низький. Часто в дослідження цінностей українців зацікавлені міжнародні фонди, як це було і у випадку з дослідженням

«Демократичних ініціатив» – на замовлення USAID [Які, 2018], і інститутом Горшеніна – фонд імені Фрідріха Еберта [Українське, 2017]. Це більшою мірою пов'язано із зацікавленістю цих суб'єктів у фіксації в Україні розвитку демократичних цінностей. Ще одним міжнародним суб'єктом зацікавленим у вивченні цінностей є Міжнародний республіканський інститут, на замовлення якого щороку в Україні Соціологічною групою «Рейтинг» проводяться муніципальні опитування у містах, серед питань яких є також ціннісні блоки. Так, наприклад, у п'ятій хвилі, проведеній 2019 року, присутній вимір важливості демократії проти заможності: 38% опитаних надали перевагу демократії (і цей показник в динаміці зростає), а 48% - зазначили, що скоріше важливою є заможність для них [П'яте, 2019].

Також в Україні проводяться точкові опитування, наприклад, конкретно направлені на вивчення цінностей молоді. Одним з таких є опитування студентів на базі кафедри соціології харківського університету Каразіна під проводом Л.Сокурянської, які ґрунтуються на теорії Інґлехарта. Зокрема в одному з відносно недавніх досліджень 2017-го року вони визначили, що у студентської молоді відбувається певне повернення до «матеріалізму», адже першим пріоритетом цінностей у студентів став матеріальний добробут, при тому що раніше це було здоров'я або сімейне благополуччя [Сокурянська, 2017]. Направленість на вивчення молоді є досить популярним напрямком дослідження в Україні. Так, у 2011 Балакірева разом з командою також вивчали ціннісний портрет молоді, зокрема зробивши висновок про близькість її ціннісних орієнтацій до європейської молоді, але повільність розвитку демократичних цінностей і самовираження через несприятливу економічну ситуацію [Балакірева, 2010]. Також було ще одне дослідження за підтримки Фонду народонаселення ООН про зміни молоді і ціннісні орієнтації щодо їх здоров'я та праці [Балакірева, 2011]. Ще один цікавий ціннісний портрет молоді було досліджено Центром нової Європи спільно з Gfk на замовлення знову ж таки того фонду імені Фрідріха Еберта. Вони визначили, що молоді притаманні

евроінтеграційні настрої, відносна більшість молоді вважає демократію важливою, близько половини – є релігійними [Зарембо, 2017].

Попри те, що вивчення цінностей мало витоки із інших суспільних наук, воно отримало суттєвий емпіричний рівень дослідження у соціології. Першопроходьцями цієї практики стали Олпорт, Клакхон, Хофстете. Водночас найбільш відомими та вагомими у дослідження цінностей стали методики соціологів Рокіча, Шварца та Інглехарта. На основі методик цих авторів проводиться низка світових та європейських досліджень, серед країн-учасниць яких є і Україна, що зумовлює інтерес українських соціологів до їх результатів, але, як бачимо, українська соціологія цінностей далеко не обмежується ними. Емпіричний досвід дослідження в Україні також є досить багатий і носить як і моніторинговий характер, зокрема проведення досліджень цінностей Інститутом соціології ще від народження української соціології, так і характер участі в міжнародних опитувань, і точковий характер (як, наприклад, дослідження Євромайдану, заміри цінностей молоді). Особливим характером дослідження цінностей є акцентуація на розвитку демократичних цінностей, на цінностях молоді як ініціатора змін, фіксація тенденцій, пошук зав'язків з економічними становищем, та інтерес до дослідження цінностей українців спонсорського характеру від міжнародних фондів. Чимало для дослідження цінностей в Україні зробили І.Балакірієва, А.Ручка та низка сучасних соціологічних компаній. Особливим характером дослідження цінностей в Україні є акцентуація на розвитку демократичних цінностей, на цінностях молоді як ініціатора змін, фіксація тенденцій, пошук зав'язків з економічними становищем, та інтерес до дослідження цінностей українців спонсорського характеру від міжнародних фондів. Також українські соціологи почали активно переймати досвід дослідження цінностей за кордоном і успішно використовувати іноземні методики (Шварца, Інглехарта) як у своїх дослідженнях, так і у аналізі порівняльних ціннісних міжнародних досліджень, у яких бере участь Україна.

ВИСНОВКИ ДО ПЕРШОГО РОЗДІЛУ

У першому розділі було проаналізовано теоретичні підходи до вивчення цінностей у соціології. Попри початок розвитку ціннісної проблематики у суміжних науках, значного ступеня розробки вивчення ціннісного виміру мають місце і у соціологічній науці. Показано, що традиції вивчення цінностей, які були розпочаті М.Вебером, Е.Дюркгеймом, досить потужно, але в іншій самотній перспективі були продовжені і Т.Парсонсом, і Р.Мертонем і П.Сорокіним. Це все різні і досить цікаві наукові розробки, навколо яких фактично і сформувалися сучасні традиції дослідження цінностей в соціології.

Відповідно, у першому розділі було розглянуто як класичну так і сучасну спадщину соціологічної науки в контексті цінностей як важливого суспільного феномену, соціальне походження і роль у суспільстві якого у своїх роботах обґрунтовують класики соціології: від інтепретативного підходу Вебера і до структурного функціоналізму Парсонса. За основу дослідницької парадигми було обрано об'єктивістський підхід, що знаходить свою реалізацію у теорії соціальних систем, та слугує основою для розробки номотетичного дослідження і визначені повторюваних випадків, їх генералізації із забезпеченням об'єктивного критерію вивчення цінностей групи, а також частково інтерпретативний підхід, для більш глибокої, деталізованої фіксації самих цінностей у нашому кількісному дослідженні. Показано еволюцію та розгалуження самих дослідницьких векторів, а саме, було продемонстровано перехід від вивчення цінностей як загальних норм суспільства до вивчення ціннісних характеристик окремих груп як колективного агента, у тому числі і в українській соціології, де такими групами в полі зору дослідників були молодь, громадсько-активний сегмент. Це особливо важливо для даної дослідницької роботи, у якій поглиблено аналізуватиметься безпосередньо група осіб, що мають виражену політичну культуру. Власне, результати досліджень цінностей колективних агентів став хорошим стартом і для нашого дослідження, де таким колективним агентом виступають політичні групи виборців.

Досить поглиблено розглянуті результати емпіричних розвідок, що мають місце в сучасних дослідженнях цінностей у соціології. Це зроблено насамперед для того, щоб визначитися з інструментарієм для власного дослідження, а також зрозуміти переваги тих чи інших методик. Стало зрозумілим, що результатом інтеграції суспільствознавчих наук стає перейняття й вдосконалення соціологічною наукою надбань соціально-психологічних концепцій, особливо у їх методологічних аспектах. Суттєвого впливу на дослідження цінностей в соціології справили інтегровані методики Рокіча, Хофстеде, Інглехарта та Шварца. Саме, на основі даних методик проводиться низка світових та європейських досліджень дуже суттєвих для розуміння сучасності, у яких в тому числі бере участь і Україна, що породжує значний інтерес в українських соціологів і стає основою для розробки теорії і практики дослідження ієрархії та тенденцій змін цінностей у вітчизняній науці, хоча й не обмежується ними. Адаптації та використання цих методик в Україні дозволяє здійснювати різноманітні порівняльні дослідження. Тож за основу для подальшої розробки власного дослідження цінностей було обрано методику цінностей Шварца, частково використана методика Інглехарта, але лише у контексті питань співвіднесення цінностей та ролі держави, що становить для нас окремий інтерес, адже ми розглядаємо українців з позиції вивчення цінностей політичного сегменту. У комплексі врахування надбань теоретико-методологічних підходів дослідження цінностей та перейняття практичного досвіду їх реалізації дають нам можливість створення основи для власного валідного кількісного дослідження, необхідного для досягнення мети роботи.

РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ВИБОРЧОЇ ПОВЕДІНКИ

2.1. Вивчення поведінки виборців у зарубіжному та вітчизняному соціологічному дискурсі

Вивчення виборчої поведінки є однією із найбільш популярних тем як у західній, так і вітчизняній соціології, адже носить дуже практичний характер, у якому зацікавлені зокрема і політичні суб'єкти. Думка громадян почала цікавити політичних суб'єктів ще в часів античності, де вважалося, що більшість краще судить і отже існує потреба у вивченні думки громадськості щоб знати як її задовольнити, як її скерувати. Простеження історичного характеру формування інтересу до вивчення думки політичних суб'єктів робив Ю.Габермас, фіксуючи трансформації соціокультурних умов, в яких вона розвивалась у різних країнах. Коли думка набуває практичного значення вона починає цікавити еліту, яка прагне сформувати необхідну думку й виборчу поведінку, контролювати маси. Дослідження виборчої поведінки у її сучасному розумінні є характерним явищем для етапу появи самого процесу демократичного волевиявлення. Політичні переконання почали цікавити перших дослідників з огляду саме на практичність досліджуваного явища і бажання передбачити результати майбутніх виборів. Тому не дивно, що перші намагання вивчити виборчу поведінку і електоральні настрої пов'язані із США, де ще наприкінці 18-го століття «Білль про права» проголошує демократичні свободи і надає виборче право громадянам. Тобто, коли вибір громадян почав безпосередньо впливати на хід формування політичної кон'юнктури, з'являється інтерес і до вивчення електоральних вподобань з точки зору бажання вплинути на ці вподобання і дізнатися механізми формування політичних симпатій.

У суспільних науках вивчення виборчої поведінки виходить спочатку з вивчення й концептуалізації пояснення поведінки як такої загалом. Перші спроби дослідження поведінки з'являються у психологічних наукових доробках, що супроводжувалось появою біхевіористичного напрямку дослідження й бажанні визначити стимули поведінки індивіда й дізнатися з реакції на ці

стимули як можна скеровувати людську поведінку, дослідженню цього приділяли увагу Д.ж.Хоманс та його колеги. Згодом заявляється напрям дослідження натовпів і мас, один з теоретиків такого напрямку був Г.Тард, який заклав основу для розвитку соціально-психологічного підходу до вивчення мас. Поведінка громадян завжди цікавила верхівки з точки зору бажання дізнатися як на неї вплинути. У соціології надалі складається дві основні традиції пояснення поведінки. Перший – це намагання дати раціональне пояснення людським діям, що знаходить свій розвиток у теорії М.Вебера. Вебер розробив свою типологію соціальних дій та вважав, що людина орієнтується в першу чергу на раціональне досягнення важливих для неї цілей або слідуванням цінностей. У типології дій Вебера цілі і цінності постають як елементи, що суспільно зумовлює поведінку індивіда, спрямовує його на отримання вигідного результату чи то у процесі досягнення цілі чи наміру слідуванню власним переконанням й установкам [Вебер, 1996]. Він осмислював формальну раціональність економічних дій індивідів. Більш ірраціоналістичним підходом до пояснення поведінкових моделей відрізнявся Ф.Парето. Парето наполягав на тому, що більшість людських дій неможна пояснити раціональними факторами, адже значна частина їх керується алогічними чинниками. Ці ірраціональні початки поведінки мають корені у емоційних, сублімованих, стереотипних сегментів індивіда, засвоєних під час соціалізації, які він називає «залишками» та розглядає їх роль у функціонуванні суспільства [Парето, 2008]. Парето розширив таким чином раціональне пояснення поведінки в соціології, перевивши її у більш ширший аспект, в якому роль і визначенні реакцій індивідів відгортають також нелогічні сегменти його життєдіяльності.

У практичному плані емпіричної еволюції соціології та дослідження електоральної поведінки перші спроби з'являються у Сполучених штатах, де вибір громадян почине безпосередньо впливати на формування політичного поля, відповідно там починають зароджуватися масштабні проекти передбачень політичного вибору до самого дня голосування. Початок досвіду опитувань

ознаменували так звані «солом'яні опитування» у 20-му столітті та прогнози відомих американських журналів на основі опитаних ними читачів. Одним із першопроходців вивчення електоральної поведінки вважається Ч.Мерріамор, якого пов'язують із заснуванням біхевіористичного напрямку дослідження в політичній соціології. Він чимало зробив для початку перших кількісних проектів, вивчав соціальну структуру жителів Чикаго у прагненні передбачення результатів виборів мера. Його дослідження продовжив Г.Гонзелл застосовуючи зокрема і експериментальні методи. Також на основі університету Чикаго масові опитування продовжились під керівництвом Г.Ласуела [Вишняк, 2000]. Однак перші повноцінні репрезентативні дослідження, які відображалися помітно більшою точністю, були вибіркові опитування Дж.Геллапа. Досягти точних прогнозів допоміг йому якраз метод репрезентативності соціально-демографічної структури населення, закладений у модель вибірки, а також застосування відомої «лійки Геллапа», що відсіває респондентів не компетентних у певному запитанні [Оссовський, 1999]. Пізніше опитування Геллапа продовжили розширюватися, вони продовжують випускати щотижневі заміри схвалення діяльності влади. Компанія Gallup продовжує роботу і сьогодні за межами та всередині штатів, надаючи актуальні цифри з найбільш вагомих питань суспільних і політичних настроїв. Паралельно поява інституцій дослідження електоральних вподобань з'являється і у Європі. Невдовзі після творення Інституту Геллапа розбудується подібна організація у Франції, яка запроваджує сенсаціональні опитування у 30-х під проводом Ж.Стецеля. Він намагався поєднувати соціологічні дослідження з психологічними, фіксує сприйняття виборцями політичних сил, а також вивчаючи проблеми, які їх турбують [Вишняк, 2000].

Одними із перших теоретичних підходів до пояснення виборчої поведінки розпочиналися у науковому осередку американського Чикаго. Першопроходцями виборчої соціології були представники неокласичної «чиказької школи» Р.Парк та його колеги С.Берджес, Л.Вірт. Вони на початку

20-го століття досліджувати міський простір як чинник організації суспільства і зокрема пояснювали географічними факторами й міським зонуванням електоральні симпатії. Однак, досліджуючи також географічний фактор політичних вподобань, їх випередив французький соціолог А.Зігфрід. Він вивчав виборчу поведінку із точки зору приналежності індивіда до місцевих общин та особливості ландшафту й типу поселення, де проживає виборець. Наприклад, дослідник встановив, що мешканці гранітних зон більше схильні до вибору «правих», а вапнякових – до «лівих» [Crossley, 1966]. Звичайно він передбачав, що цей вплив на політичний вибір є скоріше опосередкованим, впливаючи таким чином на тип власності, релігійність, згуртованість спільноти, форму структурування помешкань, тощо.

Також одним з класичних підходів до вивчення й пояснення електоральної поведінки є соціологічна модель Лазарсфельда. Він визначав вплив на електоральну поведінку більшою мірою саме соціального фактору, групової приналежності індивіда до конкретної групи, ланки соціальної стратифікації. І, відповідно, голосування виборця є не стільки особистісною, як колективною дією, результатом комунікації в спільноті. Також за результатами масових опитувань до факторів, що визначають голосування, Лазарсфельд відносив приналежність до соціально-економічного класу, релігійні вірування та тип населеного пункту, у якому проживає виборець. Наприклад, католики більше схильні до голосування за демократів, а протестанти – за республіканців [Lazarsfeld, 1968]. Також науковець наголошував, що ми завжди орієнтуємось на свою групу й оточення, роблячи свій вибір, а також на інформацію з медіа, переважно які дивимося. Пізніше П.Лазарсфельд разом із Б.Берельсоном продовжили напрямок дослідження, визначаючи також вплив громадських спілок, соціальної комунікації та політичних міркувань на виборчу поведінку.

З акцентом на соціально-психологічних факторах розробляли свою теорію виборчої поведінки науковці з Мічиганського університету у 50-х роках минулого століття. Одним з відомих дослідників був Е.Кемпбел, який визначав

факторам електорального вибору процес сімейної соціалізації у юності, що в свою чергу впливає на прихильність індивіда до певної політичної сили і його суспільно-політичну ідентифікацію, наслідування політичної поведінки від оточуючих [Campbell, 1954]. Ці чинники формують групову лояльність до певних сил у виборця, що визначає його політичні погляди. До послідовників такого підходу можна віднести С. Томкінса, Г. Айзенка, Ф. Конверса, Г. Олпорта, Е. Фромма. Вони також додавали до визначних факторів політичного вибору емоційну установку щодо кандидата і актуальні суспільно-політичні настрої виборця щодо порядку денного. Ця теорія є цікаво, але оскільки вона засновується на стабільних політичних структурах – то не надто може бути продуктивною у вивченні, наприклад, нестабільної української політичної кон'юнктури, де система політичної еліти змінюється швидше за вікові покоління.

Водночас, одною з основних моделей пояснення виборчої поведінки залишався розкиток раціонального підходу. Відправною теорією цього напрямку вважають американського економіста К.Ерроу, який порівнював політичний вимір з раціональним пошуком оптимальної ціни споживача на ринку із рішенням виборця з огляду на «соціальну цінність» політичної сили [Arrow, 1951]. Взагалі у цьому підході варто розглянути теорію Е.Даунса, який характеризує виборця, в першу чергу, як раціонального, компетентного індивіда, який слідкує за перебігом кампанії, аналізує програми і усвідомлено голосує, виходячи із власних економічних інтересів. У випадку відсутності ресурсів для детального аналізу, визначити оптимальну політичну сили виборець може, завернувшись до ідеології, що формує його політичний та економічний інтерес [Downs, 1957]. Теорія піддавалась критиці іншими науковцями, які звертали увагу на те, що вага голосу є відносно малою й недостатньою для раціональності витрати індивідом часу навіть на саму виборчу активність. Водночас, у теорії були свої послідовники і вважалося, що вона долає обмеження біхевіористичного пояснення електоральної поведінки. Також продовженням

теорії стала розробка моделі Хотеллінга-Даунса, що пояснювала специфіку політичної конкуренції та політичного вибору у площині теорії ігор. Рациональний підхід загалом досить поширений був у електоральних дослідженнях. Ще одним представником цього напрямку є М.Фіоріна, якому належить концепція «ретроспективного голосування» [Fiorina, 1981]. Його модель заснована на тезі, що індивіди роблять свій вибір на основі аналізу свого життя та становища країни під час каденції діючої влади. Відповідно, якщо виборець бачить позитивні результати – підтримує політичну силу, яку представляє чинний уряд, якщо ні – схиляється до опозиції. Така теорія, до речі, може бути застосована в Україні, враховуючи ступінь протестного голосування відносно кожного з президентів після закінчення їхнього терміну, українці зазвичай невдоволені діючою владою. Тому на другий термін в Україні поки що був переобраний лише один президент.

Досить відомим і відносно часто застосованим у соціології є також соціально-економічний або конфліктологічний підхід, розроблений С.Ліпсетом і С.Рокканом. За їхньою теорією відмінність і у політичному виборі є похідною від розколів соціальних груп, тривалих конфліктів у проблемному політичному просторі. Це можуть бути політичні й технологічні революції, соціально-економічний поділ, релігійні суперечності, конфлікти між землевласниками та підприємцями, між вірянами з різних поселень та людьми з різними мовами спілкування [Lipset, 1967]. Із соціальних факторів поділу виборців, визначених емпіричним шляхом дослідження десятків держав, науковці виділяють основних чотири: класовий розподіл і поділ між типами поселень – як наслідок промислової революції; поділ релігійних й етнічних групи, а також диференціація центру і периферії – як наслідок національних революцій [Lipset, 1967]. На основі цих груп факторів і виникають, на думку авторів, основні суспільно та історично сформовані відмінності електоральних вподобань. Ця теорія мала досить широке застосування у дослідженнях інших практиків. Що цікаво для нас – це можливість її адаптації до дослідження центральної Європи,

спробу якої робив Д.Сейле. Зокрема, роблячи аналіз політичних розколів країн колишнього радянського союзу, він дійшов висновку, що у нас мала настати міжнародна революція знищення класових й поселенських розмежувань, але якої повноцінно так і не настало, а одним із розколів мав би потенційно бути державно-церковний конфлікт на основі поділу релігійної власності, однак у масштабне політичне розмежування це не переросло [Сейле, 2004].

Варто звернути увагу на послідовника цього підходу британського соціолога П.Данвілі. Він, окрім соціально-економічного становища, також акцентував увагу на такому факторі політичного вибору як вплив ЗМІ: медіа позиціонують інтереси групи певних виборців відповідно до їх місця у соціальній стратифікації, тим самим впливаючи на цих виборців та підштовхуючи їх обрати ту силу, яка найбільше відповідає їх колективному інтересу згідно з інформацією в медіа [Мелешкина, 2017]. Власе акцент на ролі медіа породив також народження ще одного підходу до дослідження й пояснення електоральної поведінки, який називають маніпулятивним або політично-комунікаційним. Засоби масової інформації почали активніше розвиватися наприкінці 20-го століття. Тоді і набув більшого поширення такий підхід. Його сутність полягає у тому, що на виборчу поведінку чимало впливає маніпулятивна інформація, яка передається через медіа, формуючи необхідну думку. У цьому напрямку чимало працювали також Г.Ласуел, П.Шампань, Е.Ноель-Нойман. До речі, Е.Ноель-Нойман також вважається однією з першопроходьців дослідження електоральних вподобань у Європі, а саме відома вона не лише завдяки розробленій теорії «спіралей мовчань», а і першими точними виборчими прогнозами в політичному житті Німеччини. Також Ноель-Нойман належить емпірична фіксація феномену так званого «ефект попутника в останню хвилину», коли невизначені виборці врешті решт змінюють думку на користь лідера і віддають голоси потенційному переможцю, і це спричиняє зсуви прогнозів до 5% [Ноэль-Нойман, 1996].

Важливо також розглянути внесок у розроблену проблематику американського дослідника електоральних симпатій та процесу формування суспільної думки Дж. Цаллера. Він є представником еліто-центричного підходу серед сучасників, розглядав формування громадської думки й політичних вподобань в контексті понять судження (сам дискурс політичної еліти) і установки (зміст, що залишається в свідомості суб'єкта). Судження - це будь-яка підстава для рішення індивіда щодо певного політичного питання [Цаллер, 2004]. Цаллер вважає, що саме політична компетентність визначає виборчу поведінку. Судження складаються з когнітивної і афективної складових, уявлень щодо об'єкту, і оцінки об'єкту на їх основі, у кожній думці поєднується інформація та упередження. Цаллер вважав, що еліта закріплює політичні установки індивідів, які чекають, що скажуть їх лідери думок [Цаллер, 2004]. Модель Цаллера включає і компоненти для дослідження інформаційного потоку соціальних мереж: ігнорування надійності джерела інформації; використання повідомлень-підказок з інформацію про ідеологічне значення повідомлень-переконань; міжособистісна комунікація в контексті дискурсу еліти. Що для важливо для цієї роботи, то це увага також Цаллера до ціннісного компоненту політичних установок. Він визначає цінності як специфічні організаційні принципи певної сфери, які задають структуру суспільні думки, і залежно від того, наскільки громадяни компетентні щодо цих принципів певної політичної сили, залежить чи буде він співвідносити свої цінності з нею.

Багато з описаних моделей і підходів до вивчення електоральної поведінки отримують розвиток і у більш сучасних теоріях. Дослідження ролі ЗМІ знаходить своє продовження у теоріях постструктуралістів Ж.Бодріара, Ж.Дельоза, а появи нових медіа, соціальних мереж, комунікацій як факторів формування вибору присвячує увагу М.Кастельс, М.Маклюен. Економічна теорія також має продовження у нових маркетингових теоріях виборчої поведінки, зокрема важливою стає теорія П.Бурдьє, який вивчав політичні наміри з точки зору «поля політики» - сучасного прототипу ринку, на якому відбувається обмін

«політичними продуктами»: думками, ідеологіями, політичними програмами, які просувають «агенти» цього поля [Бурдє, 1993].

В Україні електоральна соціологія починає розвиватися з перших років незалежності й передвиборчих опитувань виборів до Верховної Ради і одразу отримує свою специфіку пов'язану з диференціацією партійної кон'юнктури. Одні з перших передвиборчих опитувань починалось під проводом І.Мартинюка у соціологічному відділі Інституту філософії ще у 1989 році. Однак початком інституціоналізації фахових виборчих опитувань вважають перші президентські вибори у 1991 році, які здійснювались на загальнонаціональному рівні. Їх проводили вже такі структури як Інститут соціології НАН України, Соціологічна служба при Парламенті та інші дослідницькі центри [Вишняк, 2000]. Звичайно українські соціологи також орієнтувались на західний досвід дослідження, і зокрема використали напрацювання Інституту Геллапа, переймаючи формулювання питання про вибори, щоб зменшити відсоток невизначених й дати точніший прогноз. Зокрема вдосконаленням інструментарію займалися В.Матусевич та В.Оссовський [Матусевич, 1994]. Також керівниками досліджень були А.Ручка, М.Чурилов, Ю.Пахомов. М.Чурилов, до речі, був одним із перших засновників приватної соціологічної компанії «Соціс» в Україні. Також цього ж року соціологи змогли передбачити виборчу активність і результати на референдумі 1 грудня. Одним з перших, хто аналізував точність політичних прогнозів та зробив значний внесок у розвиток електоральної соціології в Україні був О.Вишняк. Також аналізом прогнозів займався В.Судаков.

Наступні етапи розвитку електоральної соціології в Україні також відштовхувались від виборів. Зокрема парламентські вибори 1994 року за мажоритарною системою стали новим викликом для дослідників й показали необхідність вдосконалення методології опитувань. Також існували такі проблеми як політична заангажованість окремих дослідницьких центрів, медійний ефект впливу на виборців перед самим голосуванням, нещирість

відповідей та складність передбачити поведінку невизначених, і ці проблеми не були вирішені ще відносно довго. Однак, вже тоді досить активними в дослідження були центри «Демократичні ініціативи», «Юкрейніан сосіолоджі сервіс», «Соціальний моніторинг», КМІС, центр «Український барометр», «Соціс». На початку нового століття це вже професійні опитування та розвинена соціологічна мережа, що вдосконалює свій досвід й переймає в тому числі міжнародні стандарти.

Серед підходів до аналізу виборчих вподобань в Україні найбільше властивими були два напрямки – це аналіз виборчих преференцій за ідеологічною ідентифікацією виборців та за їх соціально-демографічними характеристиками. Ідеологічні ідентифікації у своєму моніторингу міряв Інститут соціології, серед яких були такі групи як комуністичні, соціалістичні, націонал- і соціал-демократи, тощо. Стабільність партійно-ідеологічних преференцій у своїх роботах фіксував О.Вишняк, аналізуючи співвідношення цих груп з підтримкою лівих, правих, центристів та індекс Педерсона, який показує електоральні зміни [Вишняк, 2000]. Розробкою виборчої соціології в Україні також займався В.Полторак, заклавши основи теоретичних засад соціології політики. Він також займався вивченням політичного іміджу кандидатів й політичного маркетингу як напрямку досліджень й розвитку політичних технологій [Полторак, 2001; Полторак 2011].

Політичну диференціацію, мотиви участі у виборах, мотиви самого вибору й очікування від виборів, а також політичну поінформованість вивчала І.Бекешкіна, проводячи комплексні дослідження у «Демократичних ініціативах» починаючи ще з 1998р. Також, підтверджуючи важливість незадоволення діючою владою як фактору виборчої поведінки, Бекешкіна фіксувала явище «протестного голосування», коли виборці голосували за партію скоріше з мотивом протесту проти діючої системи, як це було у 2012 із високим результатом ВО «Свободи» [Україна, 2012]. Таке ж явище багато експертів також називали характерним для виборів цього 2019 року.

Аналізуючи характеристики виборців, український дослідник О.Вишняк робить також висновок про важливість мовно-етнічного фактору, відмінностей поколінних груп, матеріальну забезпеченість й регіональний фактор. Загалом ці характеристики і були одними з найбільш важливих разом з політичними орієнтаціями у подальших дослідженнях. Головаха й Паніна фіксували на основі моніторингу Інституту соціології «Українське суспільство» динаміку ідеологічних ідентифікацій громадян та співставність із оцінкою матеріальної забезпеченості своєї сім'ї і, особливо, задоволеністю своїм нинішнім становищем в суспільстві [Головаха, 1998]. Паніна та Головаха досліджували дуже важливі виміри громадських настроїв у контексті соціального самопочуття та впливу цього стану на образ життя. Також в українській соціології надається увага лінгво-етнічним факторам електорального вибору. У більш сучасних дослідженнях також спостерігається актуалізація інтересу до ролі ЗМІ, наприклад, вивчення політичних преференцій українських телеканалів [Костенко, 2015].

Дослідження регіонального фактору було і є дуже популярним в українській електоральній соціології. Займались таким аналізом дослідники, починаючи з О.Вишняка, В.Хмелька, О.Стегнія, і до інтересу сучасних дослідників й соціологічних компаній, які часто дають регіональні заміри суспільно-політичних настроїв. Важливо зазначити, що аналіз досліджень давав змогу соціологам зробити висновок про джерело регіональних відмінностей, в першу чергу, у різниці зовнішньополітичних орієнтацій мешканців різних регіонів. Розподіл електорального простору на західно-східний полюси був актуальним в Україні починаючи ще з виборів 1991, але більшого розколу зазнав у 2004 року [Хмелько, 2005]. Тоді ж відсоток невизначених у геополітичних симпатіях та проблема відмінностей зовнішньополітичних орієнтацій українців стає гострішою, що пов'язано й з електоральними відмінностями в регіонах. Ця ж відмінність посилилась і у 2014 році [Макеев, 2017]. Загалом тенденцією у різних дослідженнях була фіксація прихильності західних областей до націонал-

демократичних чи націоналістичних сил, згодом до БЮТу, а східних - спочатку до комуністичних, соціалістичних сил, й потім «Партії регіонів». Гнучким визнавався центральний регіон, який був посереднім між двох більш радикальних електоральних зон. Однак у електоральних дослідженнях частіше прийнятим є розподіл на 4 макрорегіони: захід, центр південь й схід [Стегній, 2005], що застосовується і у сьгоднішніх опитування громадської думки КМІСу, «Демократичних ініціатив», Соціологічної групи «Рейтинг», тощо. Повертаючись до регіональної специфіки виборів, наступні вибори були відмінними і кризова реакція на події революції 2014 року й необхідність обрання кандидата у першому турі призвели до розмитості регіонального фактору й не представленості узгодженої «східної» альтернативи. Як результат, наприклад, на парламентських виборах східні області мають більше невизначених та тих, хто не братиме участь у виборах [Парламентські, 2014]. На останніх президентських виборах 2019 також була зафіксовано послаблення регіонального фактору: було вперше зафіксовано високу підтримку обраного кандидата у більшості областях, включаючи західні регіони, окрім Львівської області, що свідчило про послаблення геополітичного розриву й деяку розмитість регіонального фактору.

Не менш важливим для української електоральної соціології стало також перейняття нашими науковцями методик проведення екзит-полів, які були досить точними та показали гарний результат і на останніх виборах. Кризовим моментом прийнято вважати вибори 2004 року, коли дані помітно розбігалися і з національного консорціуму були виключені компанії «Соціс» та «Соціальний моніторинг» за підозріле зважування даних на користь одного кандидата [Національний, 2005]. Водночас, екзит-поли все ж в Україні успішно виконували свою функцію додаткового контролю за виборами й відсутністю фальсифікацій. Соціологічні передвиборчі прогнози також вважають досить точними в Україні, включаючи у цьогорічні, що передбачували перемогу В.Зеленського. Українські соціологи активно беруть участь і сьогодні у передвиборчому політичному житті

країни. Загалом до кола експертів електоральної соціології на сьогодні, зокрема найбільш присутніх і в публічному просторі, можна віднести Є.Головаха, І.Бекешкіну, В.Паніотто. Вивчення виборчої поведінки має тривалу історію починаючи від біхевіоризму й соціально-психологічних досліджень мав і до предметного аспекту дослідження, коли розвиток електоральної соціології стартує разом з розширенням виборчого права громадян та ростом інтересу до передвиборчих прогнозів. Традиція вивчення виборчої поведінки походить від двох поглядів на саму поведінку: раціональної дії, яку закладено у теорії Вебера, та її розширення у формі ірраціонального пояснення, нелогічної поведінки в теорії Парето. Серед найбільш відомих у соціології підходів аналізу виборчої поведінки були географічний підхід, раціональний або економічний, соціально-психологічний, та відомі соціологічні теорії Лазарсфельда і соціально-економічний або конфліктний підхід Ліпсета і Роккана, важливим для нас стає розуміння також підходу Дж.Цаллера політичної компетентності поведінки. Невдовзі з'являються також нові погляди на виборчу поведінку, поширюється теорії впливу на виборця медіа. Активно розвиваються самі виборчі опитування, відлік репрезентативних електоральних опитувань стає досвід опитувань Геллапа. Паралельно і в Україні активно відбувається перейняття досвіду дослідження виборчої поведінки як у практичному плані вдосконалення методик, так і в плані уваги до теоретичних підходів. Виборча соціологія розвивається, починаючи від спроб дослідження перших виборів незалежної України, і до розвиненої мережі соціологічних компаній, які мають великий досвід передвиборчого прогнозування. Значний вклад в розвиток української електоральної соціології вносять О.Вишняк, В.Полторак, М.Хмелько, В.Матусевич й В.Оссовський, Є.Головаха та Н.Паніна, І.Бекешкіна, М.Чурилов, В.Паніотто. Серед підходів до аналізу виборчої поведінки в Україні основними були пояснення ідеологічно-політичних аспектів, соціально-економічних факторів, зв'язку з зовнішньополітичними симпатіями, оцінками поточного становища, демографічних вимірів політичного вибору, особливо регіональних.

2.2. Дослідження ціннісного виміру виборчої поведінки

Інтерес до вивчення і цінностей, і виборчої поведінки досить високий як і в західній, так і в українській соціології. Як це показує огляд теоретичних концепцій і емпіричних досліджень, ціннісна тематика досліджень значною мірою стосується соціокультурних трансформацій, соціально-економічної нерівності, вивчення громадської активності й цінностей молоді. І при цьому - меншою мірою стосується електоральних вподобань, що нас цікавить і робить для нас ще більш актуальним написання цієї роботи. Дослідники виборчих практик також відносно мало приділяють цьому увагу, досліджуючи більшою мірою ідеологічні, соціально-економічні й демографічні особливості електоральних симпатій. Попри це, у напрямку вивчення співвідношень цінностей й політичних орієнтацій все ж наявні дослідження в соціологічному досвіді, що важливо розглянути окремо у цій роботі та про що буде йти мова у цьому підрозділі.

Одним із перших дослідників цінностей, хто говорив про ціннісні розбіжності як фактор впливу на політичні вподобання був добре знайомий нам М.Рокіч. Зокрема він критикував стійке ідеологічно-політичне розділення лише на «лівих» та «правих» і стверджував, що корінь відмінності політичних вподобань лежить значно глибше у декількох ціннісних вимірах, а саме найбільш суттєвими є дві цінності: свобода та рівність. Цей підхід носив назву «двоціннісна модель», яку він показував на прикладі британської політичної ідеології. Так, наприклад, для прихильників ліберально-демократичної чи соціалістичної доктрини обидві цінності однаково важливі, для праворадикалів (нацизм, фашизм) важливість обох цінностей низька, а якщо брати до уваги консерваторів або республіканців – то для них свобода є вищою цінністю ніж рівність, а для комуністів рівність є вищою за свободу [Rokeach, 1979].

Також варто детальніше розглянути модель Дж.Цаллера в його розумінні впливу цінностей на політичні установки. Зокрема у своїй роботі він давав визначення в тому числі політичної цінності економічного індивідуалізму, як

специфічному організаційному принципу в області економіки, що сприяє прийняттю рішень індивіда на основі його суджень про цей принцип [Цаллер, 2004]. Це поняття особливо цікавить нас в контексті розробки власного дослідження. Як було розглянуто вище, основним концептом визначення виборчої поведінки й політичних установок Цаллер бачить політичну компетентність виборця. Цаллер вважає, що вплив ціннісних орієнтацій на настрої громадян завжди залежить від того, чи мають вони контекстуальну інформацію для того щоб «перевести» сові цінності в підтримку конкретної політичної сили [Цаллер, 2004]. Визначити вплив цінностей на орієнтацію на ліві й праві ідеології неодноразово намагалися і дослідники в Сполучених штатах. Зокрема використовуючи досвід опитувань і методику Інглехарта, дослідники робили висновок про те, що зміщення у сторону постмодерних цінностей робить більш ймовірним голосування за демократичну партію [Carmines, 1997]. Сам Інглехарт певною мірою також підтверджував пізніше таку гіпотезу із зворотного напрямку і писав, що зниження рівня екзистенційної безпеки у вимірі цінностей виживання і саморозвитку сприяло росту підтримки республіканської сили [Инглхарт, 2018].

Ознайомившись із результатами теоретичних і методологічних розробок соціологів ціннісного напрямку можемо бачити, що один з тих, хто приділяв найбільше увагу дослідженню ціннісного виміру виборчих практик був відомий дослідник Ш.Шварц. Він шукав емпіричні докази залежності політичного вибору й політичних цінностей з базовими цінностями, типологію яких він розробив. Він тестував на різних вибірках ці залежності у низці країн (Італія, Іспанія, Ізраїль, Західна Європа). Зокрема Шварц показує як акцент політиків на певній сфері зумовлює прихильність до політичної сили людей з певним ціннісним профілем. Так, наприклад, в італійських виборах, він пише що «акцент лівих програм на солідарності та колективному благополуччі, освіті й толерантність до різноманітності зробили їх більш привабливим для «доброзичливих» та «відкритих» людей, і такі люди більшою мірою підтвердити

власну особистість, голосуючи за лівоцентристів» [Schwartz, 2006]. З іншого боку, на думку Шварца та його колег, акцент правоцентристських програм на свободі бізнесу зробив політичну силу привабливішою для профілів «домінування» [Schwartz, 2006]. Подібні дослідження на основі італійських виборів проводили також Капраро разом з Зімбардо, довівши вплив базових цінностей на персональні політичні вподобання, які навіть більшої мірою визначались базовими цінностями ніж демографічною приналежністю виборців [Caprara, 2004]. Шварц також досліджував як базові цінності визначають ключові політичні цінності, а ті спрямовують політичну орієнтацію між «лівими» та «правими». Наприклад, серед таких політичних орієнтацій він визначив традиційну моральність, яка корелюється з безпекою й кофформністю, патріотизм - теж із безпекою; військове втручання – безпека і від'ємна кореляція універсалізму; вільний бізнес – влада; рівність – універсалізм [Schwartz, 2010]. У ще одному пізнішому дослідженні Шварц та його колеги, аналізуючи одразу 15 країн, доводять, що більший рівнем важливості цінностей самовизначення й стимуляції має зв'язок із політичним активізмом [Schwartz, 2013].

Взагалі чимало досліджень зв'язку ціннісний орієнтацій та політичного вибору також робили дослідники з різних країн на основі даних ESS, адже у цьому дослідженні міститься і портретний ціннісний опитувальник Шварца і питання про голосування на виборах. Наприклад, дослідженням зв'язку цінностей і електорального вибору займався Ю.Пюрко. Його дослідження охопило більше 20 країн і показало, в основному, як універсалізм впливає на вибір ліво-центристських сил. Ця робота для нас особливо цікава, адже у ній присутній аналіз і України і, що важливо, саме в нас цей зв'язок був відсутній. Як пишуть автори: «Вплив ідеології на політичний вибір має місце і в посткомуністичних суспільствах Польщі та Словаччині, хоча в меншій мірі. У цих країнах відбувається занепад соціалістичних ідеалів, який вніс величезні зміни в політичний ландшафт. Україна була єдиною країною у якій не було виявлено зв'язку між ідеологією та голосуванням. Можна міркувати про різні

історичні перипетії та політичні традиції цієї країни, які, можливо, навіть є незнайомим Польщі та Словаччині» [Piurko, 2011]. Цей момент свідчить про те, що підхід до аналізу політичних лівих-правих дихотомій і впливу на них цінностей є не надто результативним в українських реаліях і потребує індивідуального підходу, зокрема через відсутність у більшості українських партій чіткого вираження ліво чи право-центристських орієнтацій.

Ще одним цікавим дослідженням на основі ESS була робота датських дослідників, які, аналізуючи результати опитування, дійшли висновку, що, наприклад, їхні виборці із традиційними цінностями звісно частіше обирають релігійні партії, а люди з невизначеним ціннісним профілем – взагалі менше схильні до участі у виборах або обирають популістські партії [Hester, 2018].

Також питанню дослідження ціннісного виміру виборчих практик приділяв увагу Ф.Леймгрубер на основі аналізу моделей політичної поведінки швейцарців. Основний висновок, до якого доходить автор полягає у тому, що кореляція є присутньою між цінностями й політичним вибором, але вона не є прямою, а опосередковується через політичні цінності лібералізму й консерватизму: цінності самовизначення тяжіють до лібералізму і в результаті виборець голосує за ліво-центристські партії, а консервативні – межують з лібертаріанством [Leimgruber, 2011].

Попри досить низький рівень розробленості цієї тематики в українській соціології, деякі напрацювання у напрямку дослідження ціннісного виміру виборчих практик все ж є. Одним з найбільш відомих дослідників цінностей в Україні є А.Ручка. У своїй праці він зокрема приділяв увагу у зв'язку цінностей та політичних орієнтацій громадян. Зокрема на аналізі моніторингу 2012 року він визначав як пов'язані політико-ідеологічні ідентичності «лівих», «правих» із їх оцінками політичних цінностей. Наприклад, для «правих» більшою мірою важлива державна незалежність, національно-культурне відродження, а для «лівих» - більш цінною є рівність [Ручка, 2012].

Аналізом за моделлю Інглехарта українських виборців займався також І. Колодій. Визначивши, що дихотомія цінностей самовиживання – самовираження може бути помітним фактором визначення політичних вподобань, він також робив акцент на політичному розподілу «лівих» та «правих». Наприклад, ті, хто голосують в Україні за ліві політичні партії мають нижчий рівень цінностей самовираження і відповідно значиміший коефіцієнт цінностей виживання [Колодій, 2008].

Також аналізом ціннісних орієнтацій виборців партій за результатами ESS займалась соціологиня У. Лешенок. Вона аналізувала зв'язок між ціннісними орієнтаціями українців та їх вибору політичної партії і зазначила, що хоч цей зв'язок є досить слабким, але все ж статистично значущим і хоча б з одним блоком цінностей кожна політична партія має зв'язок. Якщо говорити предметно, то, наприклад, вибір партії «Свободи» корелює із блоком «збереження» (або «консерватизм») і негативний зв'язок із «Відкритістю до змін», а вибір «Партії регіонів» із цінностями «турбота про інших» (або «самовизначення») і від'ємний зв'язок із «самоствердженням»; а, наприклад, виборці «Батьківщини» й «УДАРу», навпаки, мають плюсову кореляцію із «самоствердженням» [Лешенок, 2018].

Хоча тема не є надто популярною для дослідження у соціології, особливо українській, та все ж розглянуті дослідження свідчать наявність зв'язку між ціннісними орієнтаціями та політичним вибором індивіда. У західній практиці актуальними є порівняння цінностей із орієнтаціями «лівих» і «правих», але цей підхід є менш продуктивним для українського політичного простору. Як бачимо, аналіз ціннісних орієнтацій виборців переважно відбувався в межах запропонованих методологічних підходів Інглехарта та Шварца, а останній сам провів немало досліджень на цю тему.

ВИСНОВКИ ДО ДРУГОГО РОЗДІЛУ

У другому розділі було охарактеризовано теоретико-методологічні підходи до вивчення виборчої поведінки. З'ясовано, що вивчення виборчої поведінки має тривалу історію починаючи з філософських спроб, продовжуючи, психологічними розвідками від біхевіоризму й соціально-психологічних досліджень окремих індивідів і до кристалізації соціологічних підходів у напрямках раціонального й ірраціонального пояснення поведінки в теоріях М.Вебера та Ф.Паретто, що мають продовження у різних підходах до вивчення виборчого аспекту соціальних дій.

З емпіричної точки зору розвиток електоральної соціології еволюціонує разом з розширенням виборчого права громадян та ростом інтересу до передвиборчих прогнозів, чому слідують перші електоральні опитування в Сполучених Штатах Америки, методологічний досвід яких переймають і вітчизняні дослідники. Серед найбільш відомих у соціології підходів аналізу виборчої поведінки були також географічний підхід, економічний, соціально-психологічний, конфліктний підхід, соціологічна теорія Лазарсфельда, та сучасна модель прийняття-сприйняття-формулювання Дж.Цаллера. Власне останніх два підходи з огляду на можливість аналізу ціннісного сегменту виборчої поведінки індивідів, та з точки зору їх приналежності до соціальної групи як колективного агента було визначено за основу даного емпіричного дослідження.

У розділі також було охарактеризовано емпіричний досвід електоральних опитувань як в зарубіжній практиці, так і в Україні. Серед підходів до аналізу виборчої поведінки в Україні основними було визначено спершу пояснення ідеологічно-політичних аспектів, а пізніше більшої актуальності набуває вивчення соціально-економічних факторів, зовнішньополітичних симпатій, оцінок актуального політичного становища і демографічних вимірів політичного вибору, особливо регіональних. Виокремлення цих характеристик як суттєвих у

попередніх дослідженнях також дає нам підстави для врахування таких сегментів виборчої поведінки і у нашому практичному дослідженні.

Було також окремо з'ясовано яким є досвід дослідження ціннісного виміру політичних практик. Хоча така проблематика не є значно розробленою, та все ж розглянуті дослідження дають підстави говорити про наявність зв'язку між ціннісними орієнтаціями та політичним вибором індивіда. У західній практиці значною мірою актуальними були порівняння цінностей із політичними орієнтаціями «лівих» і «правих», але в результаті аналізу наявних теорій і досліджень, можна зробити висновок, що цей підхід є менш продуктивним для українського багатовекторного політичного простору, а це в свою чергу зумовлює інакшу політичну сегментацію у нашому дослідженні й буде використано у поясненні досліджуваних феноменів. Також можна зробити висновок, що аналіз ціннісних орієнтацій виборців переважно відбувався в межах уже розглянутих раніше нами методик, зокрема Інглехарта та Шварца. Особливо, важливою для даного дослідження є методика Ш.Шварца, адже він безпосередньо прагнув дослідити наявність зв'язку базових цінностей з політичним вибором та політичними цінностями. Крім того, дана методика вже пройшла апробацію і є досить валідною для використання в межах українського соціального простору. Тому саме вона й буде при аналізі ціннісного виміру електоральних вподобань у фінальній частині дослідженні.

РОЗДІЛ 3. ЦІННІСНИЙ ПОРТРЕТ УКРАЇНСЬКИХ ВИБОРЦІВ: СОЦІОЛОГІЧНЕ ОПИТУВАННЯ (ЖОВТЕНЬ 2019-ГО РОКУ)

3.1. Методика, гіпотези та емпіричні індикатори дослідження

Зрозумівши специфіку дослідження цінностей та електоральних вподобань, розібравшись з теорією та наявними методиками, можна розпочинати розробку власного соціологічного дослідження.

Після останніх парламентських виборів, які проводились в липні минулого року, постала необхідність більш детального вивчення профілю «нового» українського виборця, адже на політичній арені з'явилися нові сили, які є мало вивченими. Так само маловивченим станом на цей 2019 рік можна назвати ціннісний портрет українців, адже останні заміри ESS, наприклад, проводились ще у 2012р., а останній доступний замір 2011-2014 років світового дослідження цінностей проводився саме в Україні насправді ще у 2011 році. До того ж жодне з попередніх досліджень не містить усіх тих вимірів українського населення, яке цікавить нас в контексті вимірювання ціннісних орієнтацій українських виборців, включаючи актуальні питання продажу землі, підтримки вступу до міжнародних союзів, підтримки новоутворених партій, тощо. Все це зумовлює актуальність даного дослідження та визначає вектори його створення.

Для проведення загальнонаціонального репрезентативного дослідження з представленістю партій і різних ціннісних й соціально-демографічних груп звісно ж необхідним було залучення соціологічної компанії, яка спеціалізується на проведенні опитувань й може залучити свої ресурси й базу інтерв'юерів. Проходячи виробничу практику у вересні-жовтні 2019 року у компанії Соціологічна група «Рейтинг», я увійшла в дослідницьку команду новоствореного проекту дослідження цінностей українських виборців. Функції з контролю інтерв'юерів, формування вибіркової сукупності, та контролю якості даних були делеговані польовому відділу, я займалась розробкою інструментарію та аналізом даних у межах компанії.

Проблемою дослідження є невідповідність між наявним запитом на розуміння ціннісного виміру сучасних електоральних вподобань та відсутність актуальних емпіричних даних для визначення ціннісного портрету українських виборців

Емпіричний **об'єкт**: населення України старше 18 років, яке проживає на підконтрольній українській владі території.

Основною **метою** дослідження є виявлення ціннісних характеристик українських виборців періоду вересня-жовтня 2019-го року для створення їх ціннісного портрету

До основних **завдань** дослідження входять:

1. З'ясувати ієрархію важливості цінностей для українців.
2. Визначити відмінності цінностей виборців основних політичних партій.
3. Вияснити чи відрізняються цінності за зовнішньополітичними симпатіями.
4. Охарактеризувати зв'язок соціально-демографічних особливостей із цінностями українців.
5. Охарактеризувати соціально-демографічні особливості виборців партій.

Ґрунтуючись на результатах попередніх вище охарактеризованих досліджень можемо висунути такі гіпотези:

1. *Гіпотеза-основа*: Найважливішими для українців є цінності безпеки та самовизначення.
2. *Гіпотеза-основа*: В українців цінності державного патерналізму виражені більше за економічний індивідуалізм.
3. *Гіпотеза-основа*: Виборці різних партій відрізняються представленістю цінностей економічного індивідуалізму й державного патерналізму.

- 1.1 *Гіпотеза-наслідок*: Найбільше цінності економічного індивідуалізму властиві виборцям партій Європейська солідарність, Голос та Слуга народу.

- 1.2 *Гіпотеза-наслідок*: Найбільше цінності державного патерналізму властиві виборцям партій Батьківщина та Опозиційна платформа.
4. *Гіпотеза-основа*: Для виборців різних партій відрізняється представленість ціннісних портретів.
- 4.1 *Гіпотеза-наслідок*: Цінності відкритості до змін найбільше виражені у виборців партії Слуга народу та Голос.
- 4.2 *Гіпотеза-наслідок*: Цінності консерватизму найбільш виражені у виборців Опозиційної платформи та Батьківщини.
5. *Гіпотеза-основа*: Групи зовнішньо-політичних симпатій та підтримки відкриття ринку землі відрізняються за ціннісними характеристиками.
- 5.1 *Гіпотеза-наслідок*: У прихильників євроінтеграції більше виражені цінності відкритості до змін, ніж противники євроінтеграції.
- 5.2 *Гіпотеза-наслідок*: Для тих, хто вважає, Росію агресором більш важливою є цінність безпеки, ніж для тих, хто так не вважає.
- 5.2 *Гіпотеза-наслідок*: Прихильники запровадження продажу землі мають більш виражені цінності економічного індивідуалізму та цінності «відкритості до змін», ніж противники продажу землі.
6. *Гіпотеза-основа*: Серед соціально-демографічних характеристик найбільший зв'язок із цінностями має вік.
- 6.1 *Гіпотеза-наслідок*: Особи молодшого віку мають більше виражені цінності економічного індивідуалізму та відкритості до змін.
- 6.2 *Гіпотеза-наслідок*: Особи старшого віку мають більше виражені цінності державного патерналізму й консерватизму.

Переходимо до опису методики дослідження. Оскільки у нас стоїть завдання визначити цінності українців та зокрема виборців представників окремих політичних сил і їх соціально-демографічну структуру – необхідним є

проведення загальнонаціонального репрезентативного опитування, для якого в українській соціології часто використовується і доцільно буде використати у нашому випадку проведення опитування методом особистого face-to-face інтерв'ю, особливо враховуючи специфіку потенційного інструментарію і важливість постановки правильного запитань інтерв'юером і чіткої фіксації відповідей респондента. Опитування проводиться за структурованою анкетною на вулиці, за попередньо складеними маршрутами для інтерв'юерів у різних населених пунктах, обраних випадковим чином (в т.ч. вулиця), у різний час доби. Час фіксується поряд з номером анкети, для опитування використовується електронний планшет з доступом до інтернету, який фіксує геолокацію інтерв'юера і дозволяє перевірити слідування маршруту.

Додатковий контроль відбувається методом телефонного підтвердження респондентом проходження опитування і найбільш важливим є метод логічного контролю у масиві, наприклад відсівання анкет із ознаками самозаповнення, неповних анкет, де більшість «невідповідей», а також логічний контроль самих відповідей тоді, коли, наприклад, респондент каже що точно піде на вибори, а в питанні за кого проголосує відповідає «не піду на вибори». Також для уникання «гастрольних» респондентів викидаються дублі телефонів (респонденти які брали участь в опитуваннях впродовж останніх 6-ти місяців не мають права приймати участь). Для окремих питань респонденту надаються картки, завдяки яким їм легше обрати відповідь, яку після цього фіксує у планшеті інтерв'юер. Опитування на планшетах дозволяє оперативно та якісно зібрати дані з усіх областей та передбачає економію ресурсів з огляду на відсутність необхідності внесення анкетних даних у масиви. База інтерв'юерів поділена на бригади – у кожній області по одній та по декілька у найбільших містах мільйонниках. Ієрархія контролю розпочинається з бригадирів, які відсівають неякісні анкети та штрафують інтерв'юерів, головний контролюючий збирає дані від бригадирів та при необхідності дає завдання додаткового збору даних і, за наявності, повідомляє про забраковані анкети.

Опитування проводиться в усіх областях України, за винятком тимчасово-окупованих територій Луганської і Донецької області та АР Крим. Для репрезентативності основних партій розмір вибірки було розраховано у 3000 респондентів, виходячи з даних Державної служби статистики та результатів останніх парламентських виборів. Із довірчою ймовірністю 0,95 похибка складає у 1,8% для часток значень 50%. Для формування вибіркової сукупності було використано багатоступеневий випадковий відбір, який включає квотний зріз на останньому етапі за: типом населеного пункту, віком та статтю, відповідно до останніх даних, які наявні у службі Державної статистики. Розрахунок вибірки та формування завдань для інтерв'юєрів здійснюється в межах польового відділу компанії.

Тепер важливо розглянути що саме ми вимірюємо. Опитуються лише повнолітні громадяни віком від 18 років. Під виборцями ми у дослідженні розуміємо людей, які мають намір голосувати. Партійна ідентифікація визначається питанням: *Якби парламентські вибори проводилися наступної неділі, то як би Ви проголосували?*

До списку альтернатив входять партії, які брали участь в останніх виборах народних депутатів України 21 липня 2020 року та набрали 1% і більше [Позачергові]:

1. Опозиційний блок
2. Сила і честь
3. Батьківщина
4. Опозиційна платформа «За життя»
5. Європейська солідарність
6. Українська стратегія Гройсмана
7. Громадянська позиція
8. Слуга народу
9. Радикальна партія О.Ляшка
- 10.Партія Анатолія Шарія
- 11.Голос
- 12.Свобода

Окрім партій до альтернатив додаються варіанти «не буду брати участь», «зіпсую бюлетень», і «важко відповісти» - щоб не підштовхувати респондентів до необхідності вибору якоїсь партії якщо він не визначився чи не має наміру голосувати та максимально відтворити реальну структуру виборців. Для максимального відтворення реальної виборчої поведінки також список партій формується не у алфавітному порядку, а відповідно до їхнього номеру у бюлетені на останніх виборах, а також для виборців партій, які не включені у список, є альтернатива «інша». Шкала є номінальною з одним вибором.

Зовнішньополітичні виборчі симпатії визначаються також гіпотетичними формулюваннями через три питання: підтримка вступу в ЄС, в НАТО та оцінка ставлення до Росії як до агресора. Так само як і у попередньому питанні для уникнення спрямування респондента до відповіді додаються альтернативи «не буду голосувати» та «важко відповісти». Шкали також є номінальними з одним можливим вибором. Питання мають наступний вигляд:

Якби сьогодні проводився референдум щодо вступу України до Європейського Союзу, як би Ви проголосували?

1. За вступ України до Європейського союзу
2. Проти вступу України до Європейського союзу
3. Не буду голосувати
4. Важко відповісти

Якби сьогодні проводився референдум щодо вступу України в НАТО, як би Ви проголосували?

1. За вступ України в НАТО
2. Проти вступу України в НАТО
3. Не буду голосувати
4. Важко відповісти

Чи вважаєте Ви Росію країною-агресором стосовно України?

1. Так
2. Ні
3. Важко відповісти

Ще одним виборчим індикатором, який вимірює політичні симпатії та є дуже актуальним на сьогодні, є політична позиція у референдумі про продаж землі

сільськогосподарського призначення. Шкала є подібною до попередніх, номінально, і також з додатковими альтернативами неучасті у референдумі та наявністю альтернатив відповіді для некомпетентних опитаних. Ми знаємо з досвіду української соціології, що питання про підтримку продажу землі можна поставити дуже різним способом та отримати бажану відповідь [Оцінка, 2019], тому у своєму запитанні відмовляємось від формулювання «мораторій» і уточнюємо у альтернативах конкретну позицію щодо продажу. Питання формується так:

Якби сьогодні проводився референдум щодо питання продажу земель сільськогосподарського призначення, як би Ви проголосували?

1. За продаж земель с.г. призначення
2. Проти продаж земель с.г. призначення
3. Не буду голосувати
4. Важко відповісти

Тепер розглянемо індикатори вимірювання цінностей. Під цінностями у цьому дослідженні розуміємо раніше сформоване визначення як стійкі уявлення про бажані і важливі цілі, суспільні ідеали, які впливають із соціокультурного середовища та позначають мотиваційні цілі поведінки індивіда з огляду на бажані для нього досягнення.

Під портретом розуміється емка метафора, що позначає перенесення властивості цілісного представлення основних характеристик людини на відображення комплексу цінностей з врахуванням декількох взаємопов'язаних вимірів та соціальних характеристик виборця, що дає цілісне уявлення про його цінності..

У дослідженні цінності вимірюються у двох аспектах. Перший блок - застосовуються питання із Світового дослідження цінностей розроблених за теорією Інглехарта, які вимірюють ступінь економічного індивідуалізму [Pitlik 2015; Pitlik 2016; World], і оскільки містять елемента зв'язку з роллю держави, є актуальними для дослідження політичних симпатій.

За основу визначення цінності економічного індивідуалізму беремо розуміння Дж.Цаллера цінності економічного індивідуалізму як специфічного організаційного принципу в області економічної життєдіяльності, що сприяє прийняттю рішень індивіда на основі його суджень про економічну свободу, приватну власність, сферу забезпечення життя і економіки [Цаллер, 2004].

Метод фіксації – анкетне питання. Емпіричні індикатори мають семантично-диференційовану шкалу, де з однієї сторони певне твердження, а з іншої протилежне і респондент обирає проміжні або крайні позиції на шкалі. У нашому випадку це дві дихотомії державний патерналізм проти економічного індивідуалізму у кожному з запитань. Вимірюються такими трьома запитаннями:

«Скажіть будь ласка, наскільки Ви згодні чи не згодні з наступними твердженнями. "1" означає, що ви повністю згодні з думкою, розташованою ліворуч, а "10" - з думкою справа. Ви також можете вибрати будь-яке проміжне положення на шкалі»

Доходи населення слід зробити більш рівними	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Потрібно стимулювати індивідуальну активність громадян шляхом можливостей для збільшення доходів
Слід збільшити державну власність у бізнесі та промисловості	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Слід збільшити приватну власність у бізнесі та промисловості
Влада повинна брати на себе більше відповідальності у забезпеченні життя кожного громадянина	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Люди повинні брати на себе більше відповідальність за забезпечення свого життя

Для комфортної та чесної відповіді респонденту надається картка, на якій він сам візуально може бачити питання й альтернативи та обрати відповідь, яку потім інтерв'юер вносить у планшет.

Також додатковим питання до цього блоку для вимірювання ступеню притаманності патерналізму або індивідуалізму ще одним емпіричним індикатором стає питання про співвідношення необхідності порядку та свободи в країні. Питання розроблене також, засновуючись на методиці Інглехарта й Світового дослідження цінностей [World], але адаптованим до українського формулювання та пояснення альтернативи. Метод фіксації – анкетне питання. Шкала є номінальною, де міститься дві основні альтернативи та варіант «важко відповісти», питання має наступний вигляд:

Як Ви Вважаєте, Україні сьогодні потрібно більше порядку чи свободи і демократії?

1. Україні потрібно сьогодні більше порядку, навіть якщо для цього доведеться піти на деякі обмеження демократичних принципів і свобод
2. Україні потрібно сьогодні більше свободи, демократії, навіть якщо це спричинятиме відсутність порядку
3. Важко відповісти

Оскільки альтернативи також є місткими респонденту у цьому випадку теж надається картка для полегшення сприйняття, на якій він обирає відповідь.

Другим блок виміру цінностей у дослідженні є, як було попередньо визначено, часто застосований у міжнародних і, в тому числі, українських дослідженнях, адаптований портретний опитувальник Шварца, який зокрема використовується у Європейському соціальному дослідженні .

Такий опитувальник має назву PVQ21. В українському формулюванні питання звучить так: *«Ми пропонуємо вам опис людини, якій притаманні певні риси. Оцініть, наскільки така людина схожа на вас».*

Опитувальник включає 21-е твердження - позиційний вимір людських цінностей з різним мотиваційним смислом, що відповідають 10 основним «ціннісним типам» Шварца, які в свою чергу розподіляються на 4 блоки: самоствердження, відкритість до змін, збереження та самовизначення [Schwartz, 2012]. Ці 10 цінностей трактуються у формі конкретного визначення про людину, з яким погоджується або не погоджується опитаний, у міру того наскільки це схоже на

цю людину. Інструментарій визначає 10 базових цінностей, кожен з яких представляє на колективному і індивідуальному рівні по дві тези, окрім універсалізму – який потребує тривимірної характеристики (див. Табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Індикатори базових цінностей за блоками

Консерватизм	Безпека	Для неї важливо жити в безпечному оточенні. Вона уникає всього, що може загрожувати її безпеці
		Для неї важливо, щоб уряд гарантував її безпеку від усіх загроз. Вона хоче, щоб держава була сильною і могла захистити своїх громадян
	Конформізм	Вона переконана, що люди повинні виконувати те, що їм кажуть. Вона вважає, що люди завжди повинні дотримуватися правил, навіть якщо ніхто за ними не стежить
		Для неї важливо завжди поводитися правильно. Вона прагне уникати будь-яких вчинків, які можуть викликати осуд
	Традиційність	Для неї дуже важливо бути скромним і «триматися в тіні». Вона намагається не привертати до себе уваги
		Для неї важливі традиції. Вона намагається дотримуватися релігійних чи родинних звичаїв
Відкритість до змін	Самостійність	Для неї важливо вигадувати нові ідеї та бути творчою людиною. Їй подобається все робити своїм оригінальним чином
		Для неї важливо самій приймати рішення про те, що робити. Їй подобається бути вільною, не бути залежною
	Стимуляція	Їй подобаються сюрпризи, і вона завжди шукає, якою б новою справою зайнятися. Вона вважає, що важливо займатися в житті багатьма різними речами
		Вона шукає пригод і любить ризикувати. Вона хоче життя, сповненого вражень
	Гедонізм	Для неї важливо добре проводити час. Їй подобається себе побалувати
		Вона шукає будь-яку змогу повеселитися. Для неї важливо робити те, що дає їй втіху

Самоствердження	Досягнення	Для неї важливо демонструвати всім, яка вона здібна. Вона хоче, щоб люди захоплювалися тим, що вона робить
		Для неї дуже важливо бути успішною. Вона сподівається, що люди визнають її досягнення
	Влада	Для неї важливо бути багатою. Вона хоче мати багато грошей і дорогі речі
		Для неї важливо бути шанованою людиною. Вона хоче, щоб люди робили те, що вона каже
Самовизначення	Доброзичливість	Для неї дуже важливо допомагати оточуючим людям. Їй хочеться піклуватися про їхнє благополуччя
		Для неї важливо бути вірною своїм друзям. Вона хоче присвятити себе близьким людям
	Універсалізм	Для неї дуже важливо, щоб у ставленні до людей в усьому світі дотримувалася рівність. Вона переконана, що в усіх повинні бути рівні можливості в житті
		Вона вважає важливим вислуховувати думки тих, хто від неї відрізняється. Навіть якщо вона не згодна із ними, то однаково хоче зрозуміти їхню точку зору
		Вона твердо переконана, що люди повинні берегти природу. Для неї важливо піклуватися про навколишнє середовище

Кожне твердження зачитується окремо респонденту та відмічається одна відповідь. Для відповіді використовується картка на якій зазначена шкала, вона надається респонденту. Шкала шестиступінчаста порядкова: від 1 – дуже схожа, до 6 – зовсім не схожа, значення відповідно перекодовуються у бали від 4 до -1 [Карандашев, 2004].

До соціально-демографічного блоку обов'язково включаються питання про: вік респондента, стать, рівень освіти, тип населеного пункту, область та суб'єктивна оцінка матеріального становища. Стать, тип населеного пункту та область фіксує сам інтерв'юер, на інші питання відповідає респондент. Маємо такі індикатори (див. Табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Вік (метрична шкала)	Скільки років Вам вже виповнилося? _____
Стать (номінальна шкала)	Фіксує інтерв'юер: Стать респондента: 1. Чоловік 2. Жінка
Рівень освіти (порядкова шкала)	Вкажіть Вашу освіту? 1. Початкова, неповна середня 2. Середня загальна (школа) 3. Середня спеціальна (технікум, коледж) 4. Вища, незакінчена вища
Матеріальне становище (порядкова шкала)	Яке з тверджень краще підходить для характеристики Вашого матеріального становища? (надається картка) 1. Засобів до зарплати/пенсії не вистачає, змушені позичати 2. На повсякденні витрати вистачає, але купувати одяг вже складно 3. В основному вистачає, але для купівлі дорогих предметів треба брати у борг 4. Майже на все вистачає, але купівля квартири, будинку є недоступною 5. Практично ні в чому собі не відмовляємо 99. Немає відповіді/Важко відповісти
Тип населеного пункту (порядкова шкала)	Фіксує інтерв'юер: 1. Місто більше 1млн. 2. Місто 500-999 тис. 3. Місто 100-499 тис. 4. Місто 50-99 тис. 5. Місто до 50тис. 6. СМТ 7. Село
Область	Фіксує інтерв'юер: ОБЛАСТЬ: _____

У фінальному результаті нам вдалося сформувавши цілісний інструментарій для фіксації необхідних змінних (див. Дод. 3).

Оскільки змінні партійного вибору, на відміну від ціннісних вимірів та соціально-демографічних особливостей, для яких може застосовуватись коефіцієнти кореляції, не є ні метричними, ні порядковими і застосування коефіцієнтів зв'язку при аналізі даних буде обмеженим, а також через те, що для нас є цікавим, в першу чергу, не стільки сила зв'язку, як розбіжності між

цінностями груп різних політичних вподобань, тому при аналізі будуть перевірятися наявність зв'язку за допомогою χ^2 -квдрату та перевірки розбіжності середніх (це дають змогу вирахувати порядкові й семантично-диференційовані шкали цінностей) і відсотків за допомогою програмного забезпечення OSA. Масив створюється, та аналізуються й обраховуються данні у пакеті SPSS. Перекодовуватимуться такі ознаки як вік у шкалу з інтервалами, а також дохід, тип поселення у більш сукупні категорії, що полегшують аналіз. Також у портретному опитувальнику буде проведено обрахунок центрування важливості цінностей для респондента, що нівелює залежність від його стилю відповідей.

Отже, у цьому підрозділі детально було розглянуто методику опитування включаючи методи збору, контролю, аналізу даних, а також було розкладено на емпіричні індикатори досліджуванні поняття: виборці, зовнішньополітичні вподобання, цінності, соціально-демографічні характеристики, що у комплексі дає можливість при проведенні опитування отримати необхідні нам данні відповідно до поставлених завдань дослідження та емпірично перевірити висунуті гіпотези.

3.2. Результати дослідження ціннісного портрету українських виборців

Отож, вивчення теоретико-методологічних підходів й соціологічного досвіду в дослідженні цінностей та виборчої поведінки отримали свою послідовну реалізацію у розробці власного дослідження й проведення на базі Соціологічної групи «Рейтинг» національного опитування термінами 4-13 жовтня 2019-го року в усіх областях України, окрім тимчасово-окупованих територій АР Криму і Луганської, Донецької областей. Моя участь у цьому дослідженні під час виробничої практики забезпечила успішну реалізацію запланованого проекту й ефективну співпрацю з дослідницькою командою. В результаті була досягнута головна поставлена мета: шляхом опитування населення методом особистого інтерв'ю й подальшого аналізу й синтезу отриманих даних було вивчено ціннісні характеристики українських виборців. Конкретні отримані результати, перевірку гіпотез й досягнення завдань і буде розглянуто у цьому підрозділі.

Як було зазначено у попередній частині робот, вибірка сукупність дослідження становить 3000 респондентів, а похибка для значень 50% становить 1,8%. Проблем з досяжністю респондентів не було, усі квотні задання були виконані інтерв'юерами у заплановані терміни.

У результаті одне з основних запитань про партійний вибір отримало наступний розподіл (див. Табл. 3.3). Як бачимо порядковий рейтинг відтворює структуру результатів Парламентських виборів липня 2019 року, найпопулярнішою політично силою, яка має третину голосів серед усіх, залишається партія «Слуга народу» і її велика частотна група надалі може дати змогу аналізувати групи серед виборців. Зелений кольором виділені партії, які мають гранично можливу достатню частоту прийнятну для подальшого аналізу, отож ці групи виборців і використовуються як основні в аналізі виборців різних партій.

Таблиця 3.3

Розподіл відповідей на питання про вибір партії	Частота	Валідний відсоток (серед усіх)
Слуга народу	1006	33,5
Опозиційна платформа	168	5,6
Європейська солідарність	163	5,4
Батьківщина	115	3,8
Голос	78	2,6
Сила і честь	53	1,8
Свобода	44	1,5
Опозиційний блок	42	1,4
Радикальна партія	39	1,3
Громадянська позиція	30	1
Партія Шарія	31	1
Українська стратегія	19	0,6
Інша партія	138	4,6
Зіпсував би бюлетень, проти всіх	32	1,1
Не брали б участі у виборах	535	17,8
Важко відповісти	507	16,9
Всього	3000	100

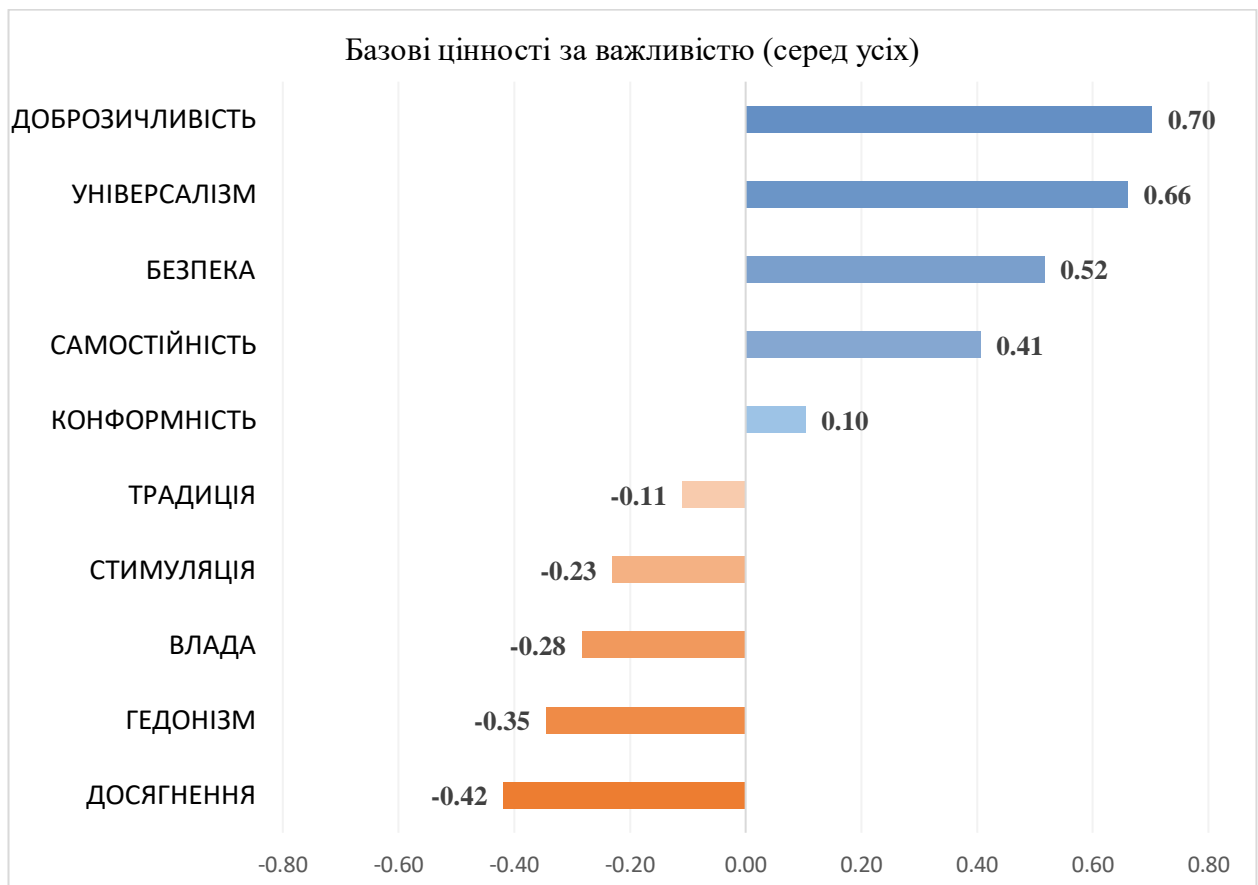
Наповненість інших груп не дозволяє їх включати у статистичні порівняння. Також до аналізу включалася категорія неголосуючих, для окремих подальших порівнянь створювалася також нова змінна з двома альтернативами – виборці та ті, хто не голосують.

Перейдемо до ціннісних категорій. Зокрема окремої уваги потребує багатовимірний ціннісний аналіз за опитувальником Шварца. 21 ціннісне твердження, як зазначалося вище у описі методики, відповідає 10 базовим цінностям та розподіляється на чотири блоки. Співрозмірність отриманих категорій перевіримо також факторним аналізом з поверненням варімакс. В кінцевому рахунку отримуємо 4 фактори (див. Дод. А). Факторне рішення пояснює 51% дисперсії, й успішно показує розподіл ціннісних портретів на виділених Шварцом чотири ціннісних блок: перший відповідає самовизначенню, другий – консерватизму, третій – відкритості до змін і четвертий – самоствердженню. Аналіз придатності також свідчить про високий рівень

узгодженості цінностей всередині блоків (див. Дод. А). Також бачимо, що цінності гедонізму, які у деяких підходах розподіляються між блоками відкритості до змін і самоствердженню, у нашому випадку більше корелюють з першим, відповідно будуть аналізуватися у межах блоку відкритості до змін.

Отож перейдемо до перевірки гіпотез й детальнішому огляду результатів. Одним із завдань було вивчення самої ієрархії цінностей українців загалом. Було отримано результати по 10 базових цінностях, для кожної був вираховане середнє значення з перекодованою шкалою від -1 до 4, де 4 – дуже схоже на респондента, з двох або трьох тверджень, а також було вираховано важливості цінності відносно усіх інших. Маємо результат де першими є найбільш важливі, а останніми – найменш важливі цінності (див. діагр. 3.1).

Діаграма 3.1



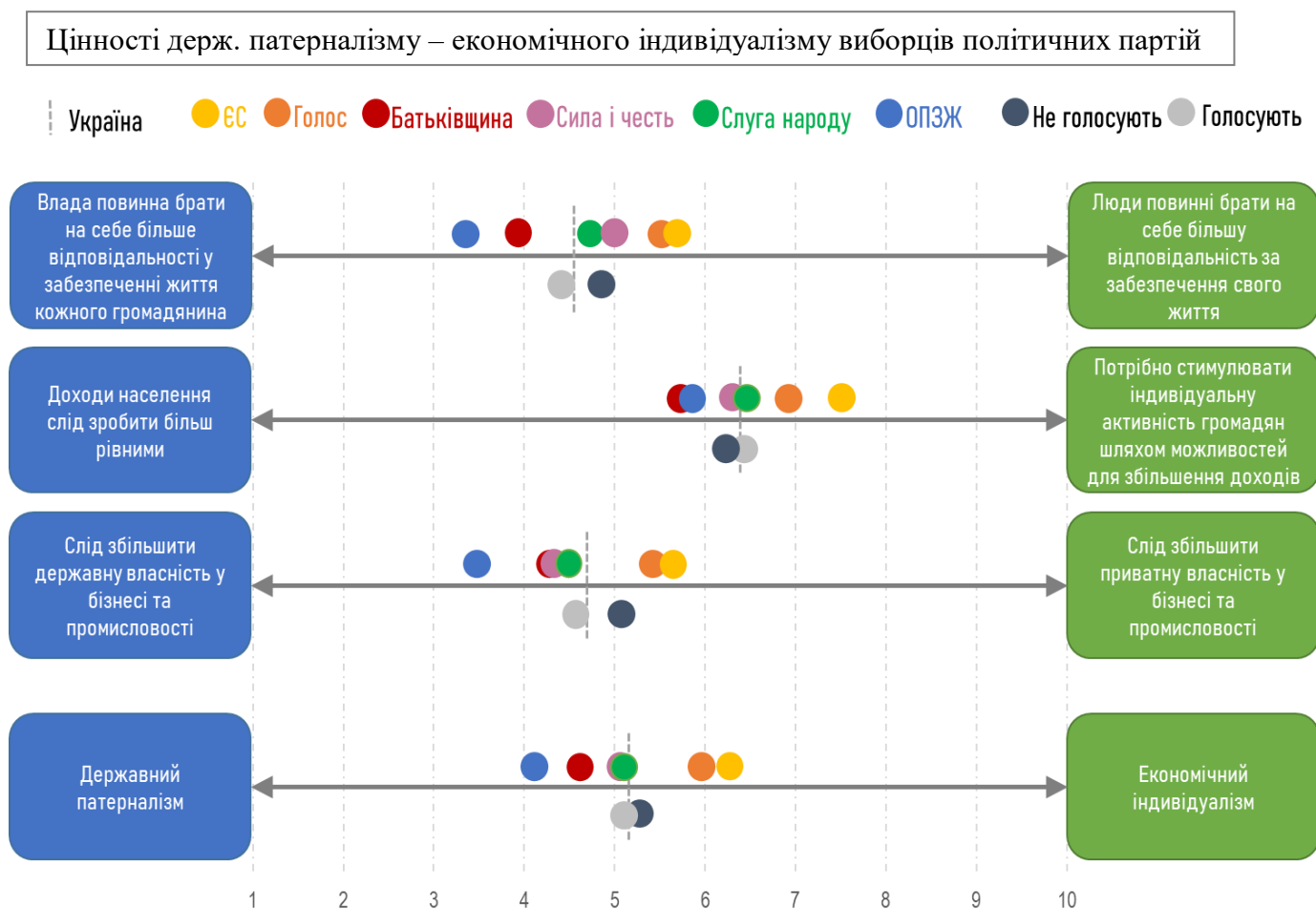
Найважливішими за результатами опитування цінностями для українців є доброзичливість, універсалізм – статистично значущої розбіжності між ними немає, також високий показник важливості безпеки, розбіжність між безпекою

та наступною у рейтингу цінністю є значущою на рівні 1%, так само між безпекою і першим двома цінностями. Найменш важливим є цінності досягнення й гедонізм (між собою значуще не відрізняються). Отже, можемо підтвердити раніше висунуту гіпотезу орієнтовану на попередні дослідження, що найбільш важливим для українців цінностями є цінності самовизначення, або солідарності (універсалізм й доброзичливість) та цінність безпеки як окремої цінності.

Також можемо перейти до огляду наскільки притаманними є для українців визначені раніше цінності економічного індивідуалізму. Аналіз внутрішньої узгодженості питань необхідних для вирахування зведеного індексу свідчить про допустимість й придатність шкали (альфа кронбаха за трьома пунктами – 0,541). Середній показник за трьома змінними економічного індивідуалізму становить 5,17, тобто у 10-бальній шкалі серед усіх показник знаходиться посередині шкали, і можна стверджувати по зведеному показнику, що цінність економічного індивідуалізму як притаманна так і не притаманна українцям. У дихотомії державної відповідальності за життя громадян проти індивідуальної відповідальності показник є 4,53, майже таким самим є показник дихотомії приватна проти державної власності – 4,6 (інтервали перетинаються, розбіжностей немає). Однак, у дихотомії доходи населення слід зробити більш рівними або потрібно стимулювати індивідуальну активність громадян – середнє значення по Україні 6,39 й статистично відрізняється від попередніх двох й нижня межа інтервалу 6,24 тобто вища від п'ятірки й показник більше тяжіє до економічного індивідуалізму. Також бачимо, що у віковому розрізі молодь більше тяжіє до економічного індивідуалізму, а середні для старших груп – ближче до державного патерналізму (див. Дод Б). Однак, в цілому для українців значення індексу є посередніми і можна говорити, що не має яскраво вираженого ні державного патерналізму ні економічного індивідуалізму на загальному рівні. Отже, гіпотезу про те, що в українців цінності державного патерналізму виражені більше ніж економічний індивідуалізм – підтвердити не можемо.

Тепер розглянемо ці цінності в розрізі партійних груп. Для кращого візуального сприйняття представимо результати наступним чином, де 10-тибальний проміжок розподіляється на семантично-диференційованій шкалі між двома протилежними твердженнями державного патерналізму й економічного індивідуалізму (скорочення партій тут і далі: «Є.С.» – «Європейська солідарність», «ОПЗЖ» – «Опозиційна платформа «За життя»») (див. Діагр 3.2).

Діаграма 3.2



Хі-квадрат свідчить про наявність зв'язку між ціннісними категоріями і партійним питанням, перевіримо, які різниці є значущими. За загальним індексом виборці і неголосуючі не відрізняються статистично, значуща відмінність (на рівні 1%) присутня тільки у дихотомії державної і приватної власності – ті, хто не голосують, більше схиляються до приватизації ніж, ті хто бере участь у виборах.

За партійними групами також присутні різниці, як в зведеному індексі так і його складових. Зокрема, присутня розбіжність у категоріях між виборцями опозиційної платформи та інших груп на рівні 1%, бачимо, що виборці цієї партії найбільше тяжіють до тез державного патерналізму по загальному індексу. Однакові показники у Опозиційної платформи та Батьківщини у дихотомії рівності доходів – індивідуальної активності, і обидві ці партії розбіжні з усіма іншими у цій альтернативі (з «Сила і честь» й «Слуга народу» на рівні 5%, інші – 1%). У державній – індивідуальній відповідальності також виборці «Батьківщини» відрізняються від інших партій близькістю до державного патерналізму, а у питання приватизації власності різниця між «Батьківщиною», «Силою і честь» та «Слугою народу» відсутня. За загальним індексом (значуще на рівні 5%) Батьківщина різниться з усіма партіями й тяжіє до патерналізму.

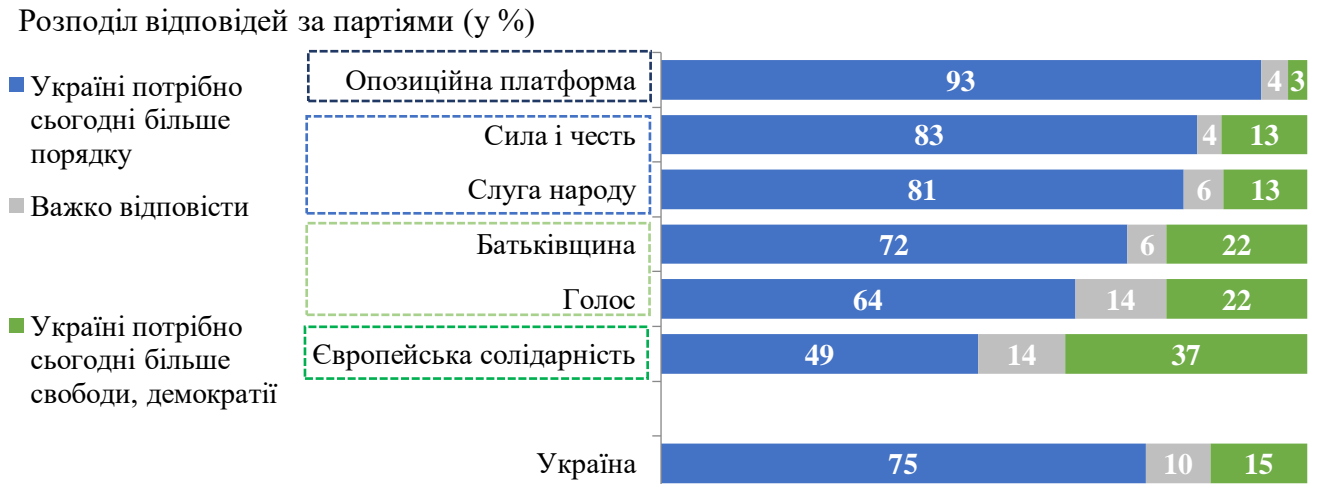
Статистично значущих відмінностей між партіями «Слуга народу» та «Сила і честь» немає, вони по усіх категоріях досить близькі до загальноукраїнського показника. Відмінність у напрямку більшої цінності економічного індивідуалізму присутня у виборців партії «Голос» та «Європейська солідарність». Вони відрізняються від інших партій за зведеним індексом і складовими категоріям (на рівні 1%, у рівності доходів для «Голосу» на рівні 5%). Категорія, де є різниця між самим «Голос» та «Європейською солідарністю» – це рівність доходів проти індивідуальної активності – тут «Європейська солідарність» відносно «Голосу» й інших має помітно вищий показник ближчий до індивідуалізму.

Таким чином, можна підтвердити гіпотезу про те, що виборці різних партій відрізняються представленістю цінностей економічного індивідуалізму й державного патерналізму. Також можемо підтвердити гіпотезу-наслідок, що найбільше цінності державного патерналізму властиві виборцям партій «Батьківщина» та «Опозиційна платформа», в обох партій такі розбіжності присутні, а у останньої виражені найбільше. Однак іншу гіпотезу-наслідок, що найбільше цінності економічного індивідуалізму властиві виборцям партій

Європейська солідарність, «Голос» та «Слуга» народу можемо підтвердити лише частково (щодо партій «Голос» і «Є.С.», але не щодо «Слуги народу»).

Оскільки відмінностей ціннісних характеристик найбільшої партії за цими категоріями не зафіксовано, варто спробувати порівняти внутрішньо вікові категорії виборців, адже кількісна наповненість партійної групи дає таку можливість. Виводимо середні для загального індексу за віком серед виборців «Слуги народу» та серед усіх інших у вибірці. Як бачимо, суттєвих відмінностей теж не спостерігається, єдина вікова група у якій виборці партії відрізняються від решти є категорія 40-49 років, причому прихильники Слуги народу тяжіють більше до державного патерналізму (різниця значуща на рівні 5%) (див. Дод. В).

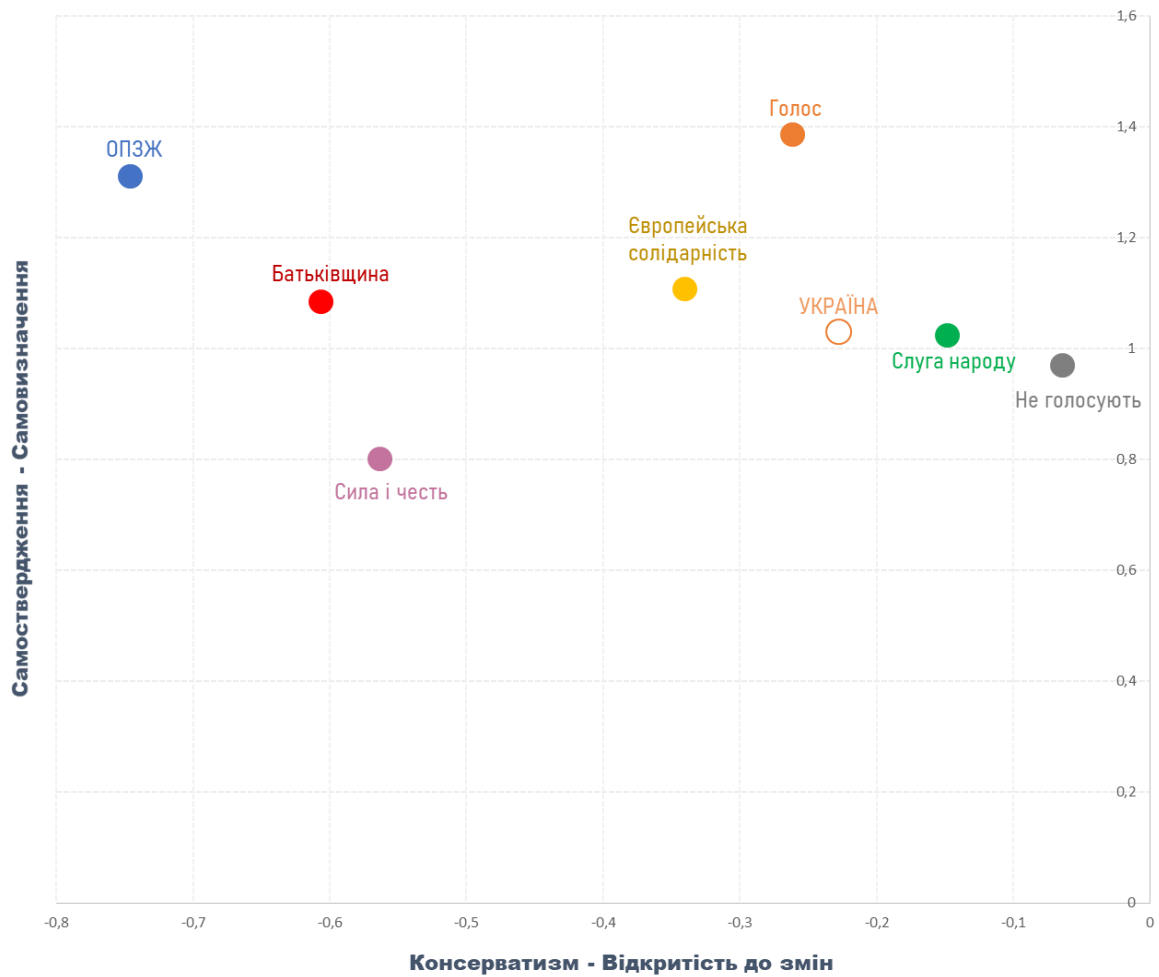
Ще одне окреме питання із сегменту дослідження індивідуалізм варто розглянути, яке концентрується на визначенні співвідношення цінності запиту на порядок та свободу й демократію. Загальний результат по Україні свідчить про те, що наразі для населення цінність порядку є значно важливішою ніж свободи слова, демократія (див. Діагр. 3.3). Також на діаграмі наведено співвідношення розподілу відповідей всередині партійних груп. Найбільш виражена цінність свободи у виборців «Європейської солідарності», відсотки обох альтернатив розбіжні із усіма партіями вище у діаграмі, хоча близько половини виборців цієї політ сили також обрали бажаним порядок. Далі у запиті на порядок йдуть невідмінні між собою, але відмінні від інших, «Батьківщина» та «Голос», у який більше три чверть за порядок, але близько п'ятої частини за свободу. Наступні нерозбіжні між собою за відсотками партії «Сила і честь» та «Слуга народу», у яких близько 80% вважають більш важливим для України порядок. І найбільш вираженим запит на порядок є у виборців «Опозиційної платформи» (розбіжності відсотків значущі на рівні 1%).



Якщо взяти крайні політичні сили «Опозиційну платформу» та «Є.С.», вони власне відповідають структурі ціннісних характеристик у вище розглянутих цінностях, тобто «Опозиційна платформа» найближче до цінностей державного патерналізму, а «Європейська солідарність» – до свободи й індивідуалізму.

Перейдемо до огляду ціннісних портретів виборців партій. У вирахуванні цінностей було використано центрування величин й вирахування важливості кожної цінності для уникнення стилю відповідей респондента. Оскільки як зазначалося вище, 10 базових цінностей Шварца розподіляються за його теорією на 4 ціннісних блоки, які створюють біполярні осі (консерватизм–відкритість до змін; самоствердження–самовизначення), можемо побудувати чотиривимірну координатну площину (за принципом попереднього досвіду застосування інших дослідників [Herdin, 2013; Цінності, 2015]) на якій розміщуємо виборців різних партій (див. Діагр. 3.4).

Виборці політичних партій на ціннісній площині

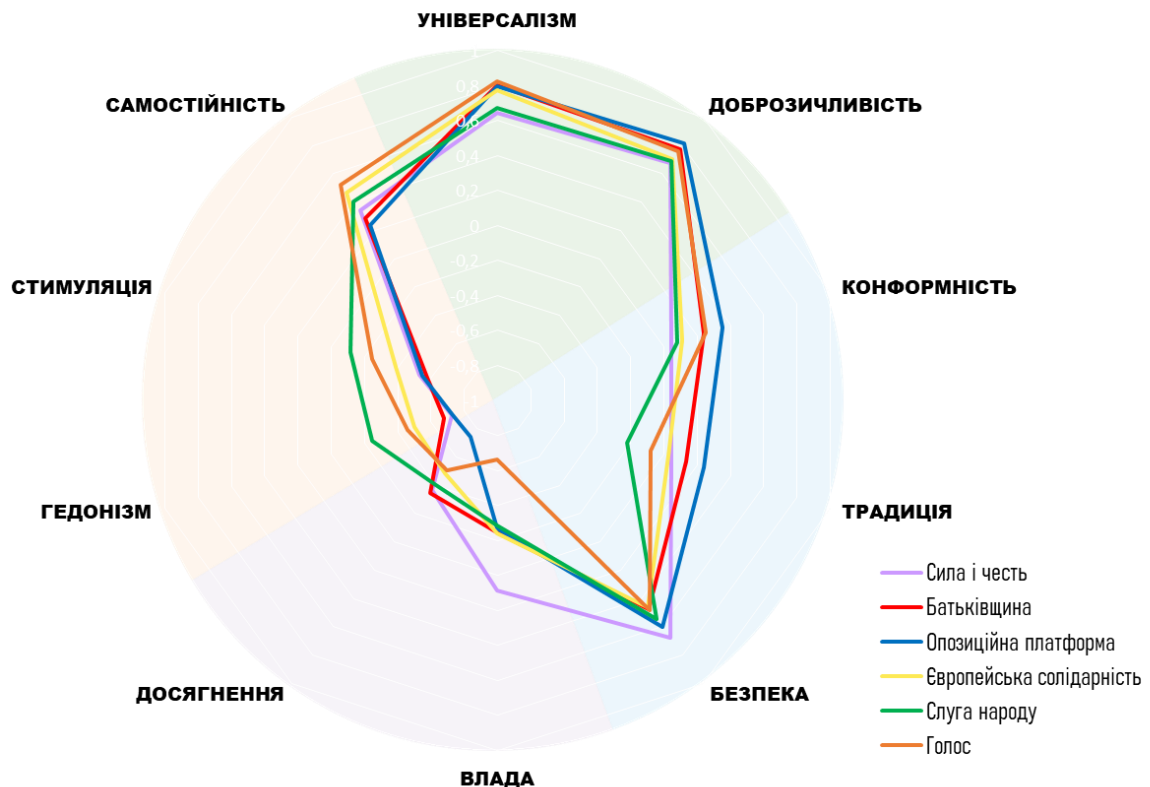


Усі партії та загальний показник по Україні таким чином знаходяться у плюсовій площині самовизначення, яке суттєво переважає над самоствердженням, а також мінусовій площині відкритості до змін, над яким переважає консерватизм (див. Діагр. 3.4). Власне більшою є різниця між партіями саме у осі консерватизму й змін: ближче всього до полюсу відкритості до змін знаходять неголосуючі, і вони статистично відрізняються середнім показником від виборців партії «Слуга народу», яка у свою чергу також відрізняється від інших партій розташованих лівіше по осі (розбіжності значущі на рівні 5%). Більшою відкритістю до змін також відрізняються від «Опозиційної платформи», «Батьківщини» і «Сили і честь» партії «Голос» і «Європейська солідарність» (між собою в «Голосу» і «Є.С.» по цій осі різниці нема). Водночас найбільше

консервативні цінності виражені у виборців «Опозиційної платформи», які значуще відрізняються від усіх партій розташованих справа по осі. «Батьківщина» і «Сила і честь» також різняться більшою консервативністю відносно партій справа, але між собою розбіжностей у партійних груп по цій дихотомії немає (усі розбіжності значущі на рівні 1%). Водночас, у площині самоствердження й самовизначення «Сила і честь» відрізняється від усіх інших партій більше вираженими цінностями самоствердження (значуща на рівні 5%). А більше вираженими цінностями самовизначення відрізняється відносно інших «Опозиційна платформа» та «Голос», між собою у них також є різниця: «Голос» знаходиться ще ближче до полюсу самовизначення ніж «ОПЗЖ» (розбіжності значущі на рівні 1%). Таким чином можемо вже підтвердити гіпотезу, що для виборців різних партій відрізняється представленість ціннісних портретів. Частково підтверджується гіпотеза-наслідок щодо того, що цінності «відкритості до змін» найбільше властиві виборцям партії «Слуга народу» та «Голосу» – вона більш справедлива лише для виборців «Слуги народу», адже «Голос» і «Є.С.» між собою не різняться у відкритості до змін. Також можемо частково підтвердити гіпотезу-наслідок, що цінності «консерватизму» найбільш властиві виборцям «Опозиційної платформи» та «Батьківщини», зауваживши, що поряд з «Батьківщиною» у полюсі консерватизму знаходяться й виборці «Сили і Честь», а найбільше виражені цінності консерватизму саме у «Опозиційної платформи».

Для того щоб більш глибоко зрозуміти у яких саме цінностях полягають ці відмінності також варто порівняти партії за 10 базовими цінностями, розмістимо їх на наступній круговій діаграмі (ціннісні блоки відрізняються кольорами фону і ідуть у послідовності самовизначення. Консерватизм, самоствердження, відкритість до змін) (див. *Діагр. 3.5*).

Базові цінності серед виборців



Таким чином бачимо, що, наприклад, виборці партії «Слуга народу» у відкритості до змін різняться саме у цінностях стимуляції і гедонізму, які для них важливіші, ніж у інших партіях (розбіжності значущі на рівні 1%) (див. Діагр. 3.5). Але такої тенденції немає у самостійності: «Голос» і «Європейська солідарність» переважають у цьому блоці за самостійністю (із Слугою народу різниця на рівні 5%, іншими 1%). Цінність стимуляції у «Голосу» нижча ніж у «Слуги народу», але вища за інші партії, а у «Є.С.» вона вища від «Батьківщини», «ОПЗЖ», «Сили і честь» (розбіжності значущі на рівні 1%). Разом із «Є.С.» гедонізм вищий у «Голосу» відносно інших, (окрім «Слуги народу»). Також «Слуга народу» має значущі різниці із партіями у блоці консерватизму – за цінностями традиції у неї взагалі показник найменший й вона різниться від усіх інших партій, а цінність конформності для неї така ж важлива як для «Є.С.» і «Сили й честь», і менш важлива ніж для інших партій (розбіжності значущі на рівні 1%). До речі, якщо аналізувати блок консерватизму, зв'язку між цінністю

безпеки та вибором партії немає (про це свідчить хі квадрат): ця цінність однакова важлива для всіх виборців. Так само у цінності доброзичливості, хоча в універсалізмі деяка розбіжність є: проявляється у дещо нижчих показниках у «Слуги народу» й «Сили і честь» відносно інших партій (розбіжності значущі на рівні 5%). Аналізуючи цінності осі самовизначення-самоствердження, бачимо, що, наприклад, «Голос» і «Опозиційна платформа» відрізняються від партій в цій дихотомії не завдяки більш вираженим цінностям універсалізму чи доброзичливості, а більшою мірою за рахунок значно меншої важливості для них цінностей самоствердження: для «Голосу» це менш важлива цінність влади, а для «Опозиційної платформи» – цінність досягнень (розбіжності значущі на рівні 1%). Також у самостверженні присутня відмінність виборців «Сили і честь» – цінність влади для них є більш важливою, ніж для виборців усіх інших партій (розбіжності значущі на рівні 1%).

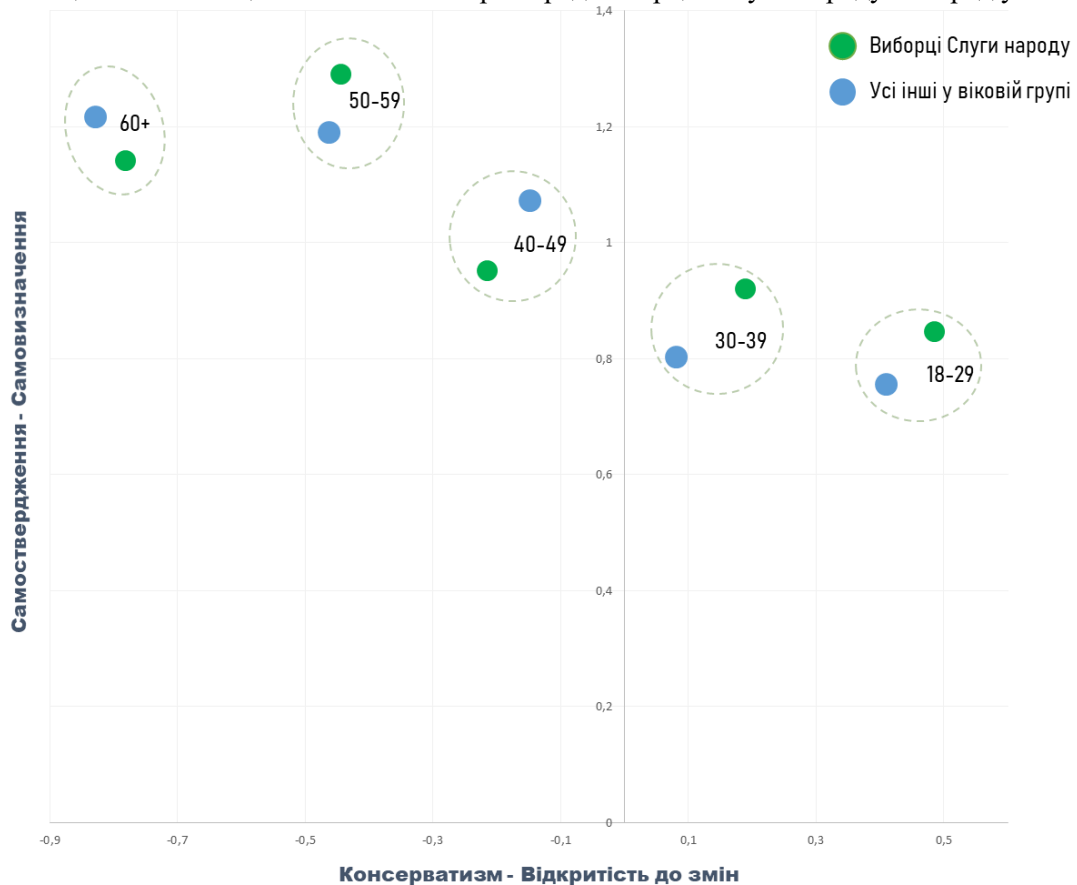
Найбільше виражені цінності конформності й традиції у «Опозиційної платформи» (розбіжності значущі на рівні 1%) (див. *Діагр. 3.5*). Традиційність важлива цінність також для «Батьківщини відносно» інших партій (з «Є.С.» і «Силою і честь» значуща різниця на рівні 5%, інші – 1%), а у конформності «Батьківщина» має однаково високі показники разом із «Голосом» й вони відрізняються від інших трьох партій («Сила і честь», «Слуга народу», «Є.С.»). Таким чином аналіз за базовими цінностями дозволяє нам більш детально визначати ціннісні характеристики виборців та специфіку відмінності між ними.

Враховуючи, що виборців найбільшої партії досить близькі у ціннісних характеристиках до загальноукраїнського показника, є необхідність зрозуміти чи є особливості ціннісних характеристик у партійній приналежності чи цінності виборців партії такі ж самі як і у інших індивідів у певній віковій групі, адже цінності мають значний зв'язок з віком, що пізніше буде проілюстровано і у нашому дослідженні, а медіанний вік виборців Слуги народу разом із партією «Голос» є одним з найнижчих (див. *Дод. Г*). Отож виведемо на координатну

площину вікові групи ціннісних портретів виборців «Слуги народу» та віковій групі усіх інших, вікові сегменти обведено пунктирними лініями (див. Діагр. 3.6).

Діаграма 3.6

Порівняння на ціннісній площині вікових категорії серед виборців Слуги народу та серед усіх інших

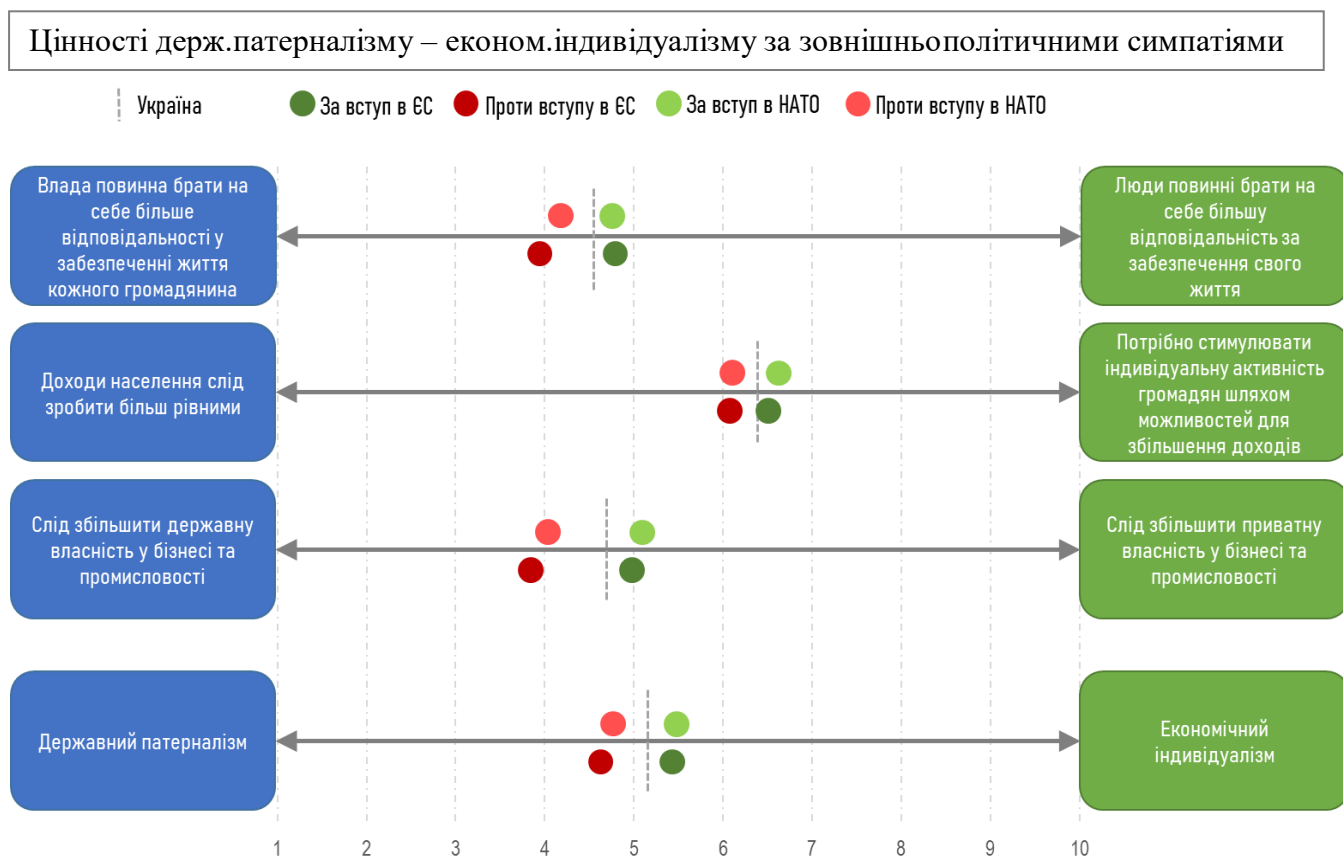


Отож, чим відрізняються виборці «Слуги народу» від інших у віковому розрізі: молодші вікові категорії до 40 років знаходяться ще далі по осі консерватизм-відкритість й переходять у плюсову площину відкритості до змін, і водночас виборці «Слуги народу» у цьому віці мають також більше виражені цінності самовизначення ніж решта у цій віковій групі (розбіжності значущі на рівні 1%) (див. Діагр. 3.6). Також більше виражене самовизначення у виборців «Слуги народу» віком 50-59 відносно інших у цьому віці (розбіжність значуща на рівні 1%). При цьому ситуація для вікової групи 40-49 є протилежною: тут виборці «Слуги народу» навпаки більш відмінні тягою до цінностей самоствердження й консерватизму (розбіжність значущі на рівні 1% за першим блоком, на рівні 5% за другим). У найстаршій віковій групі статистично значущих різниць не зафіксовано. Тобто, розбіжності в середині вікових груп

призводять до близькості партії загалом до показника по Україні, однак в середині вони мають більш специфічні відмінності.

Перейдемо до аналізу цінностей інших політичних груп: позицій по референдуму вступу в ЄС, НАТО, продажу землі та ставлення до Росії. Загальні розподіли по Україні дозволяють включати ці групи у аналіз (див. Дод. Г). У зовнішньо політичних симпатіях підтримку ЄС та НАТО бачимо однакову тенденцію: прихильники євро- і атлантичної інтеграції мають більше виражені цінності індивідуалізму, ніж противники інтеграції (усі розбіжності значущі на рівні 1%) (див. Діагр. 3.7). Таким чином, можемо вже підтвердити гіпотезу про те, що групи за зовнішньо-політичними симпатіями відрізняються у ціннісних характеристиках.

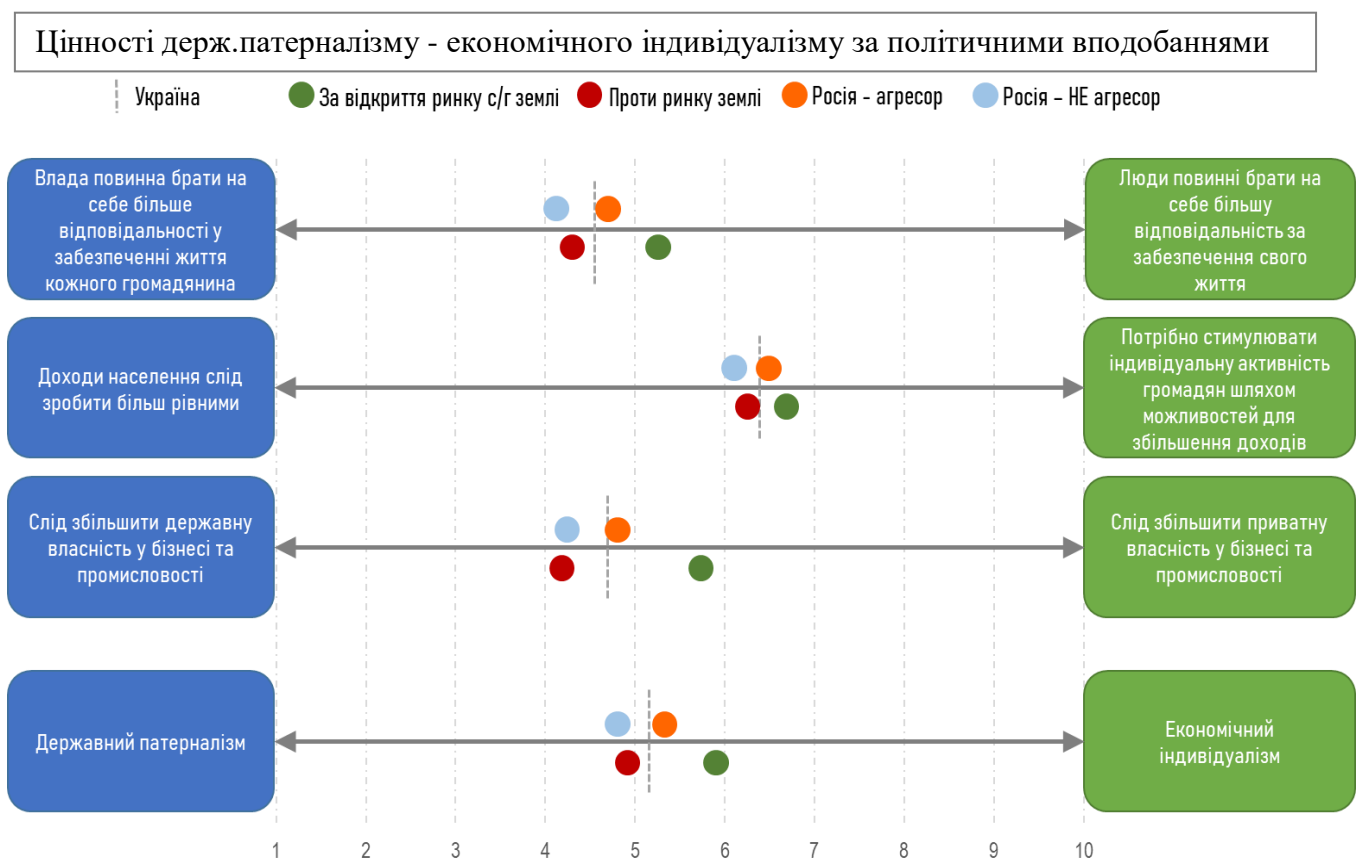
Діаграма 3.7



Також розглянемо політичні групи у категоріях ставлення до Росії і відкриття ринку землі (див. Діагр. 3.8). Бачимо, що є різниця у цінностях між противниками та прихильниками відкриття ринку землі сільськогосподарського призначення, вони є значущими як по загальному індексу так і у його складових

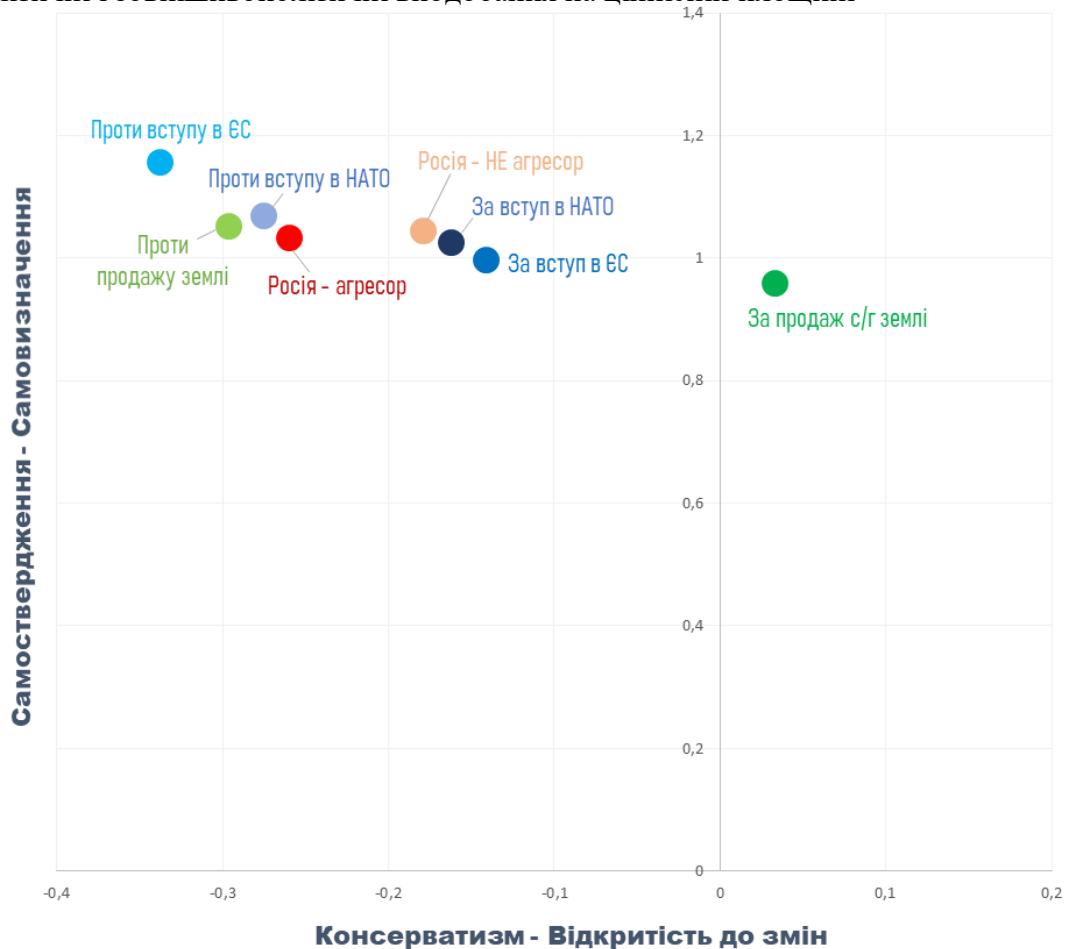
(усі розбіжності значущі на рівні 1%). А найбільшою є різниця між середніми тих хто за і проти ринку землі у дихотомії державної-приватної власності, відповідно можемо підтвердити гіпотезу-наслідок щодо того, що прихильники відкриття ринку землі мають більш виражені цінності економічного індивідуалізму. Значущі відмінності також присутні серед груп ставлення до Росії: ті, хто вважає її агресором, тяжіють дещо більше до економічного індивідуалізму, але не настільки як прихильники ринку землі – з ними також є різниця (розбіжності значущі на рівні 1%) (див. Діагр. 3.8).

Діаграма 3.8



Тепер розглянемо ціннісні портрети цих політичних груп, спершу на загальній координатній площині (див. Діагр. 3.9). Більшість категорій знаходяться у тій же площині, що виборці партій та загальний показник по Україні, однак прихильники продажу землі перетинають нульову вісь й знаходяться у площині переважання відкритості до змін й відповідно значно відрізняються у враженості цінностей цього блоку відносно противників продажу землі (розбіжності значущі на рівні 1%). За іншою віссю різниці немає.

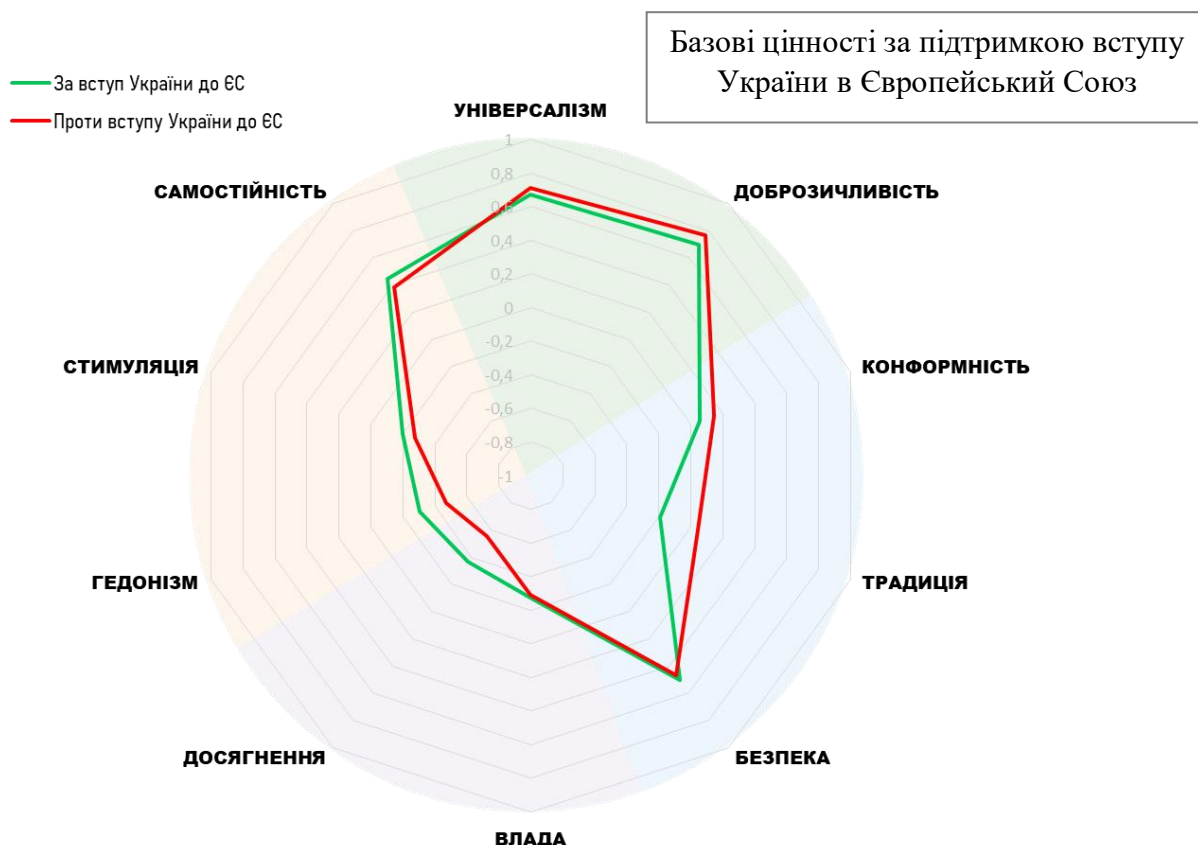
Політичні і зовнішньополітичні вподобання на ціннісній площині



Подібно більше тяжіють до цінностей відкритості до змін також прихильники вступу в ЄС і НАТО (див. Діагр. 3.9). Найбільше значення консерватизм присутнє у противників вступу в ЄС, також вони відрізняються від прихильників євроінтеграції більшою враженістю цінностей самовизначення (розбіжності значущі на рівні 5%). Таким чином, можемо підтвердити гіпотези-наслідки, що прихильників євроінтеграції та запровадження ринку землі мають більше виражені цінності «відкритості до змін», ніж противники цих ініціатив. Цікавою є ситуація із ставлення до Росії: якщо у попередніх цінностях ті, хто сприймають Росію агресором дещо більше тяжіли до цінностей економічного індивідуалізму, то тут ситуація протилежна – ті, хто вважають її агресором більше мають виражені консервативні цінності, ніж ті, хто не вважають (розбіжність значуща на рівні 5%). Також попередньо була раніше висунута гіпотеза про те, що сприйняття Росії агресором має більш важливі цінності безпеки, однак у вимірі 10 базових цінностей такої відмінності не було

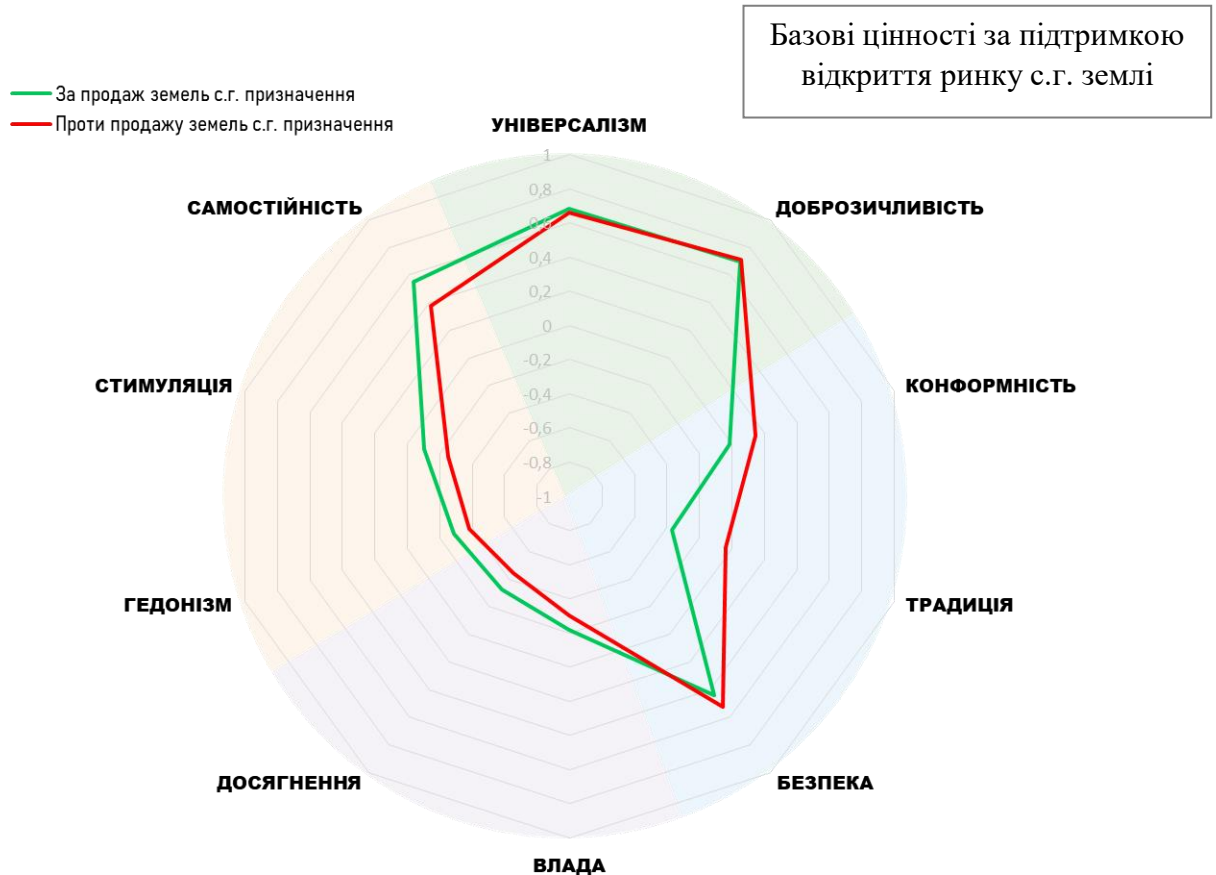
зафіксовано, більше того по жодній з 10 цінностей окремо взятих зв'язку немає. А ось за зовнішньополітичними симпатіями розбіжності є: відмінності в цінностях виражені у більшій важливості для прихильників євроінтеграції цінностей гедонізму, досягнення та меншій важливості традиційності й конформності (див. Діагр. 3.10).

Діаграма 3.10

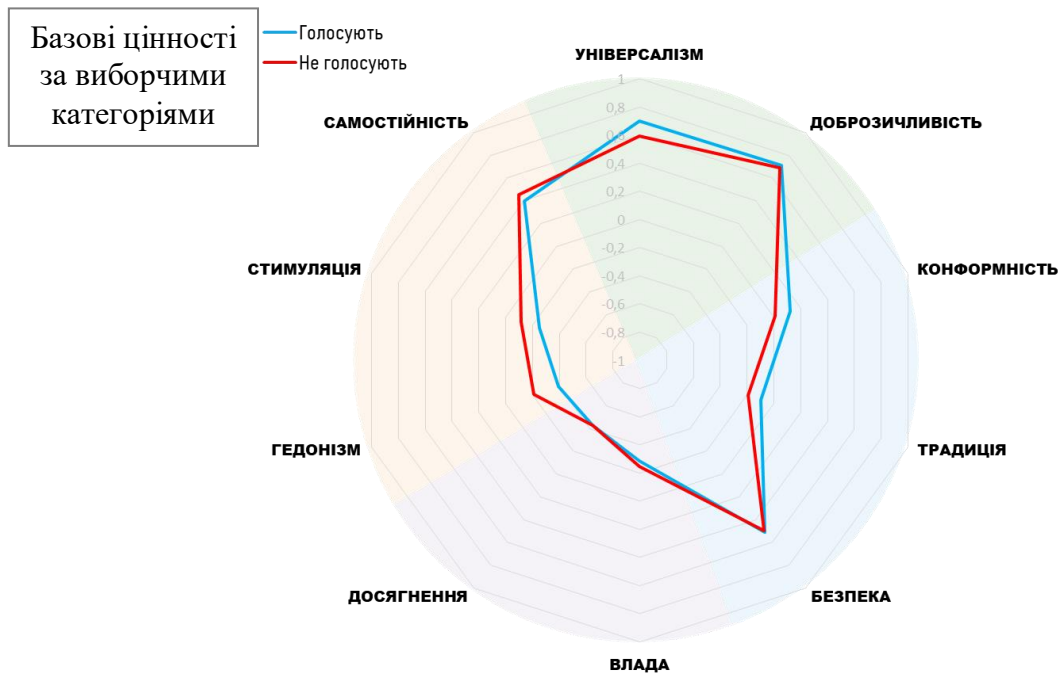


У вимірі продажу землі тенденція схожа, але різниці присутні у більшості кількості цінностей: для прихильників відкриття ринку землі усі цінності блоку відкритості до змін (особливо в самостійності) й самоствердження є більш важливими, ніж для противників ринку землі (див. Діагр. 3.11). А для останніх конформність й традиція є більш важливою, ніж для тих, хто підтримує продаж землі (усі розбіжності значущі на рівні 1%).

Діаграма 3.11



Основні ціннісні характеристики виборців партій та різних політичних груп було розглянуто, але ще важливим елементом залишається огляд відмінностей цінностей виборців від неголосуючих. У цінностях індивідуалізму різниці не було виявлено, поглянемо чи є вона у ціннісних портретах. За розподілом 10 базових цінностей бачимо (див. Діагр. 3.12), що виборці відрізняються від неголосуючих більш важливими цінностями універсалізму, конформності й традиції та менш важливими гедонізмом й стимуляцією (розбіжності значущі на рівні 1%). Із іншими цінностей зв'язку немає, загалом як у виборців так і не голосуючих ієрархію очолюються безпека й доброзичливість, а замикає її досягнення (для виборців - досягнення й гедонізм).



Визначимо соціально-демографічні характеристики виборців та ціннісних портретів. Відносно цінностей попередньо була висунута гіпотеза про те, що серед соціально-демографічних характеристик найбільший зв'язок із цінностями має вік. Щоб перевірити цю гіпотезу розглянемо коефіцієнти кореляції Спірмена для порядкових шкал із змінними наших основних цінностей та віком, доходом, освітою, розміром населеного пункту, і дихотомічними змінними статі та окремих регіонів. В кінцевому рахунку (див. Табл.3.4) бачимо, що окрім економічного індивідуалізму, де зв'язок з цінністю приблизно однаковий і у віку, і доходу, загалом коефіцієнти кореляції віку і базових цінностей є найбільшими, отже можемо підтвердити нашу гіпотезу. Причому у цінностях консерватизму зв'язок прямий: чим старший вік, тим більше для індивіда важливі цінності консерватизму, патерналізму, а з відкритістю до змін зв'язок зворотній: чим старший вік тим менш важливі цінності цього блоку, так само із цінностями самоствердження й індивідуалізмом (див. Табл. 3.4, див Дод. Б, див. Діагр. 3.13). Отож, можемо підтвердити гіпотези-наслідки, що особи молодшого віку більше тяжіють до цінностей економічного індивідуалізму та відкритості до змін, а старшого віку до цінностей державного патерналізму й консерватизму.

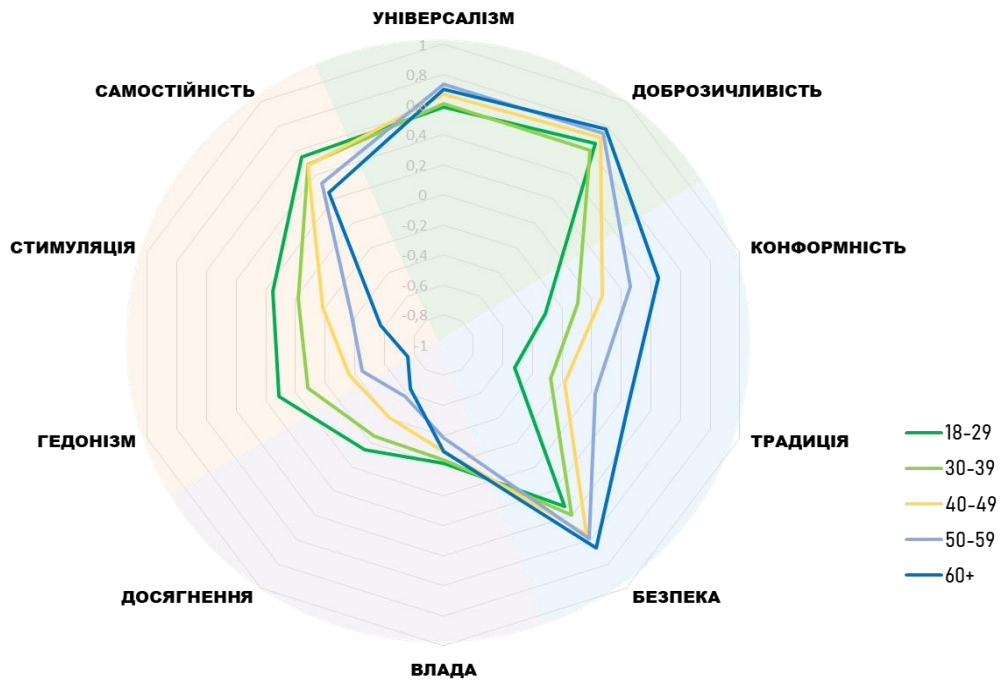
Таблиця 3.4

Коефіцієнти кореляції ро Спірмена	Економічний індивідуалізм	Само-визначення	Консерватизм	Відкритість до змін	Само-ствердження
Захід	-0,028	-,058**	,106**	-,046*	0,015
Центр	,099**	-,037*	-,048**	,050**	0,022
Південь	-0,029	,037*	-,074**	0,03	0,013
Схід	-,065**	,080**	0,023	-,047*	-,066**
Дохід	,202**	-,038*	-,202**	,206**	,073**
Вік	-,198**	,086**	,363**	-,347**	-,162**
Освіта	,177**	0,033	-,145**	,112**	0,035
Стать	-,084**	,083**	,109**	-,102**	-,124**
Тип населеного пункту	-,084**	-,071**	,154**	-,085**	-0,02
**. Кореляція значима на рівні 0.01					
*. Кореляція значима на рівні 0.05					

Також помітним є зв'язок доходу із цінностями, але дзеркально протилежним (див. Табл. 3.4): чим заможніші люди, тим більше виражені у них цінності економічного індивідуалізму, відкритості до змін і самоствердження, чим бідніші – тим важливіший консерватизм (див. Дод. Б та див. Діагр. 3.14). Самовизначення має слабкий зв'язок з усіма з соціально-демографічних характеристик. Інші демографічні характеристики теж мають з цінностями деякий зв'язок, хоча і слабший. Можемо також побудувати діаграми за базовими цінностями (частота демографічних груп дозволяє їм бути включені в аналіз (див. Дод. Е)). Наприклад, чим вищий рівень освіти – тим більша схильність до цінностей економічного індивідуалізму, самостійності й нижча традиційність; чим менший населений пункт – тим більш важливі цінності консерватизму; для жінок важливіша безпека, для чоловіків – цінності відкритості й самоствердження (див. Дод. Є1, Є2, Є3).

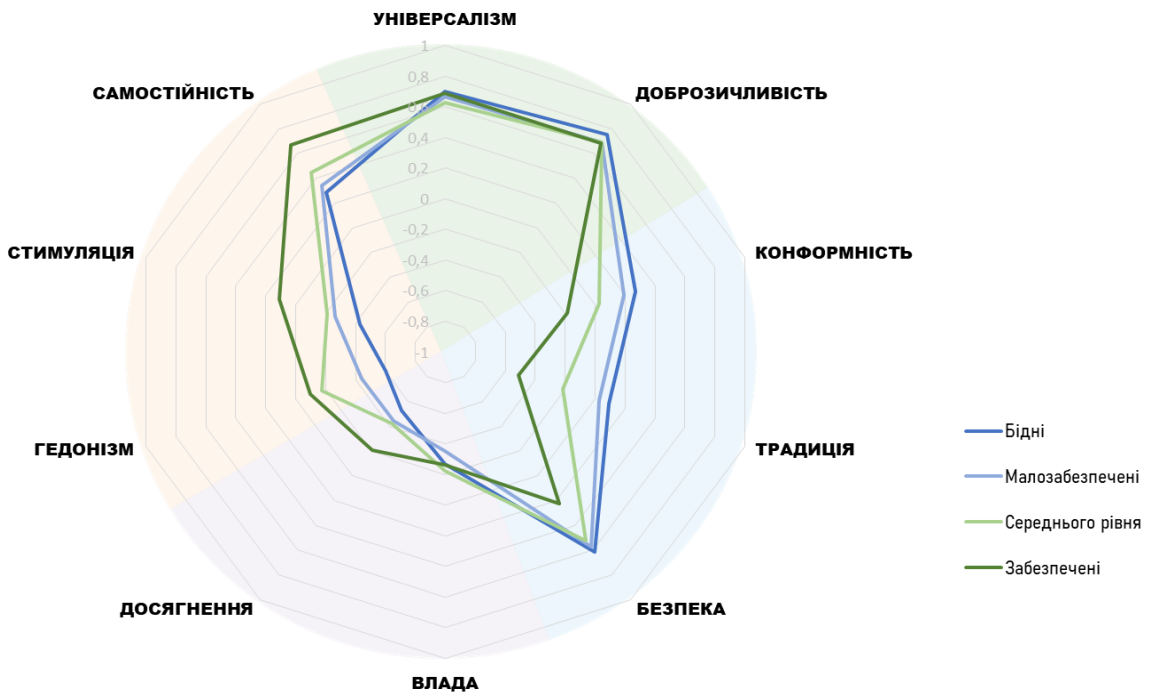
Діаграма 3.13

Базові цінності за віком

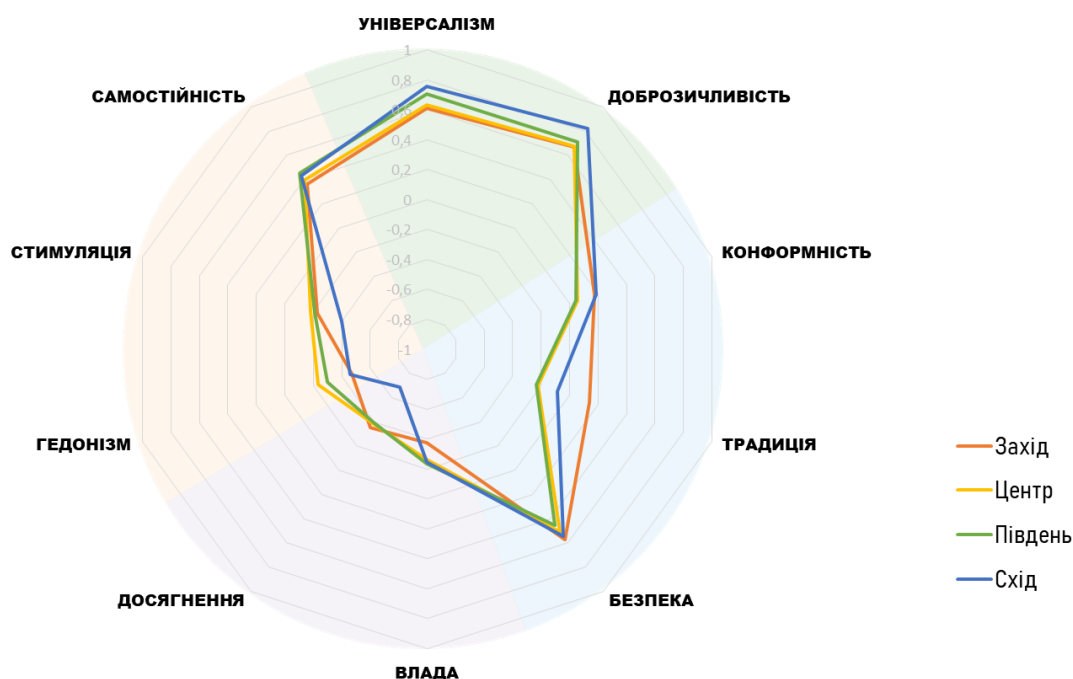


Діаграма 3.14

Базові цінності за доходом



Базові цінності за регіонами



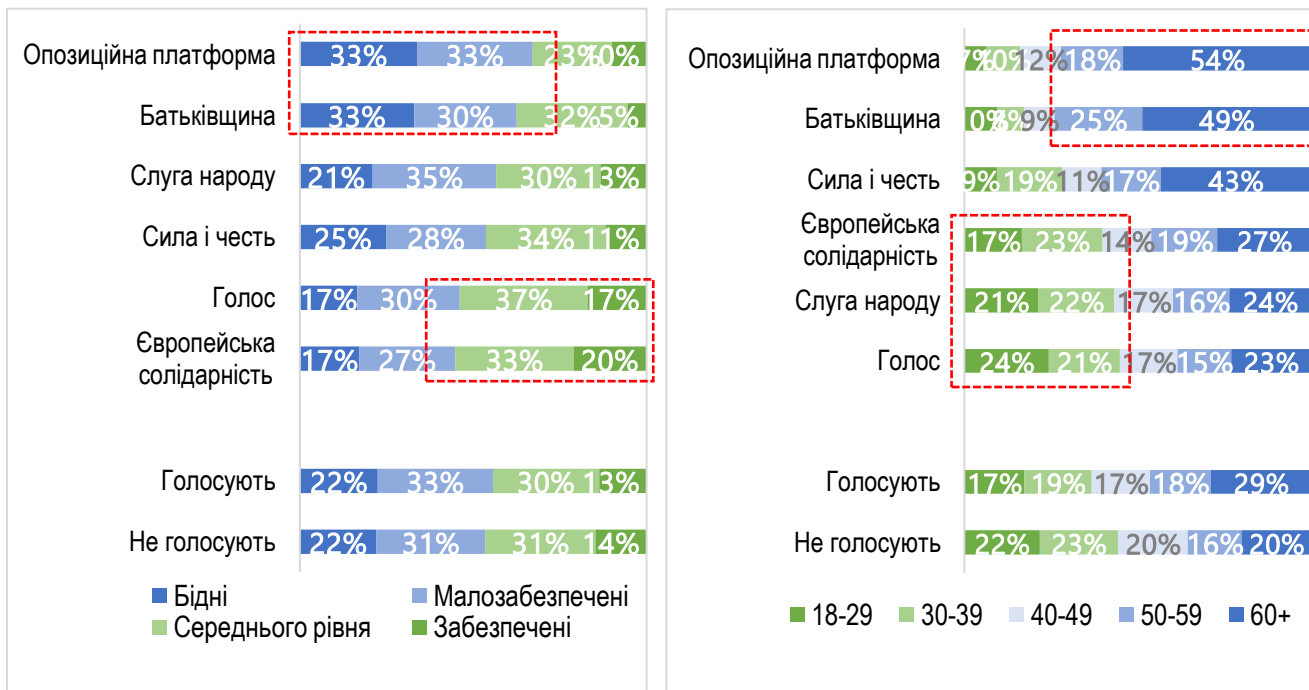
По цінностях бачимо, що наприклад, для забезпечених значно важливішими є цінності самостійності, стимуляції й менш важлива традиційність (див. Діагр. 3.14). Серед регіонів є тенденція переважання у західних областей традиційності, для центральних й південних регіонів дещо більше виражені цінності гедонізму, а у східних – доброзичливість й менша цінність досягнень (усі розбіжності значущі на рівні 1%) (див. Діагр. 3.15).

Залишається розглянути соціально-демографічні характеристики самих виборців для виконання останнього висунутого в дослідженні завдання. Для цього розглянемо демографічну структуру серед виборців аналізованих партій (див. Діагр. 3.16, 3.17). Різниця дохідної структури голосуючих та не голосуючих не відрізняють, однак у віці розбіжності є: серед виборців більша частка людей старшого віку. Серед партій за доходом найбільша частка бідних серед виборців «Опозиційної платформи» й «Батьківщини». Також у цих же ж партіях найбільше виборців віку 60+ (різниця є між партіями – в «ОПЗЖ» ця частка ще більша ніж в «Батьківщини»). Приблизно рівне співвідношення у своїй структурі незабезпечених та забезпечених мають партії Слуга народу й Сила і честь. За віком серед виборців Сили і честь старші переважають групу молоді, але їх

менше ніж в «ОПЗЖ» й «Батьківщині». Відносно більше молоді в структурі «Є.С.», «Голосу» і «Слуги народу», а забезпечених – в «Є.С.» і «Голосу».

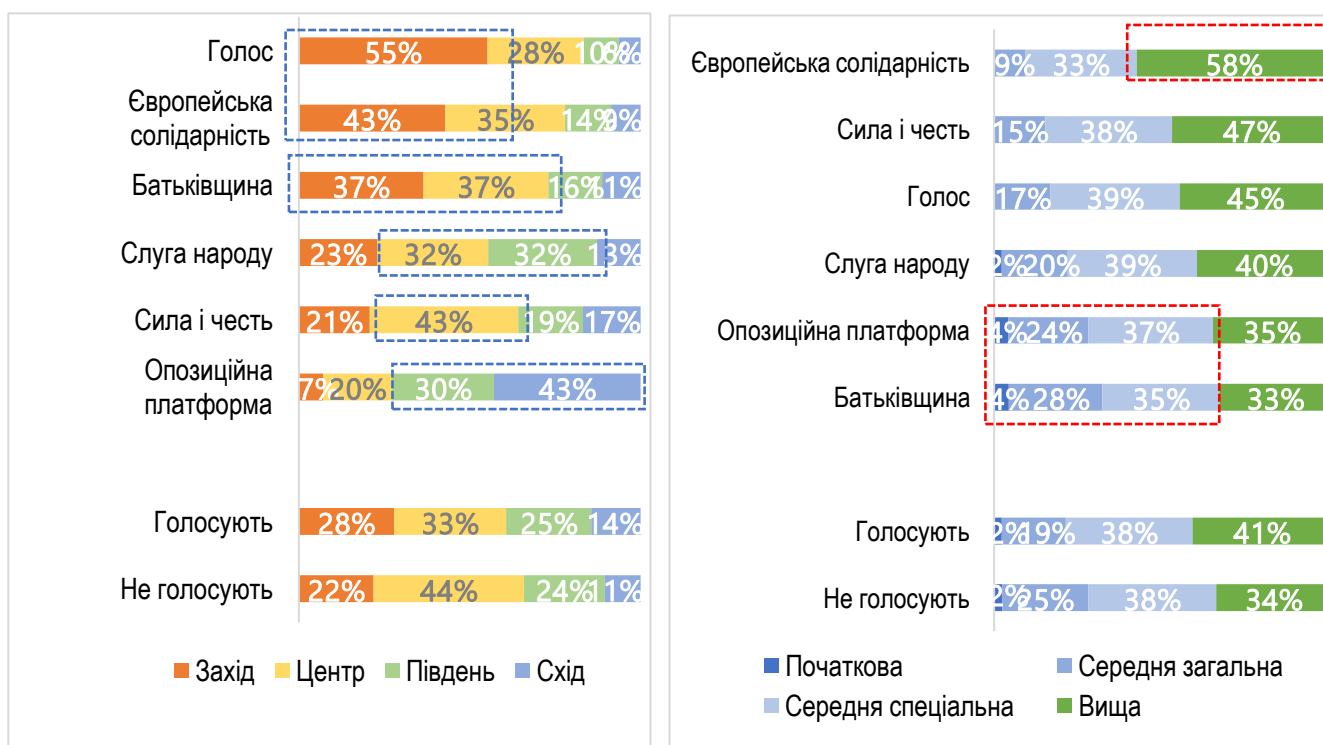
Діаграми 3.16 та 3.17

Дохідна та вікова структура виборців партій



Діаграми 3.18 та 3.19

Регіональна та освітня структура виборців партій

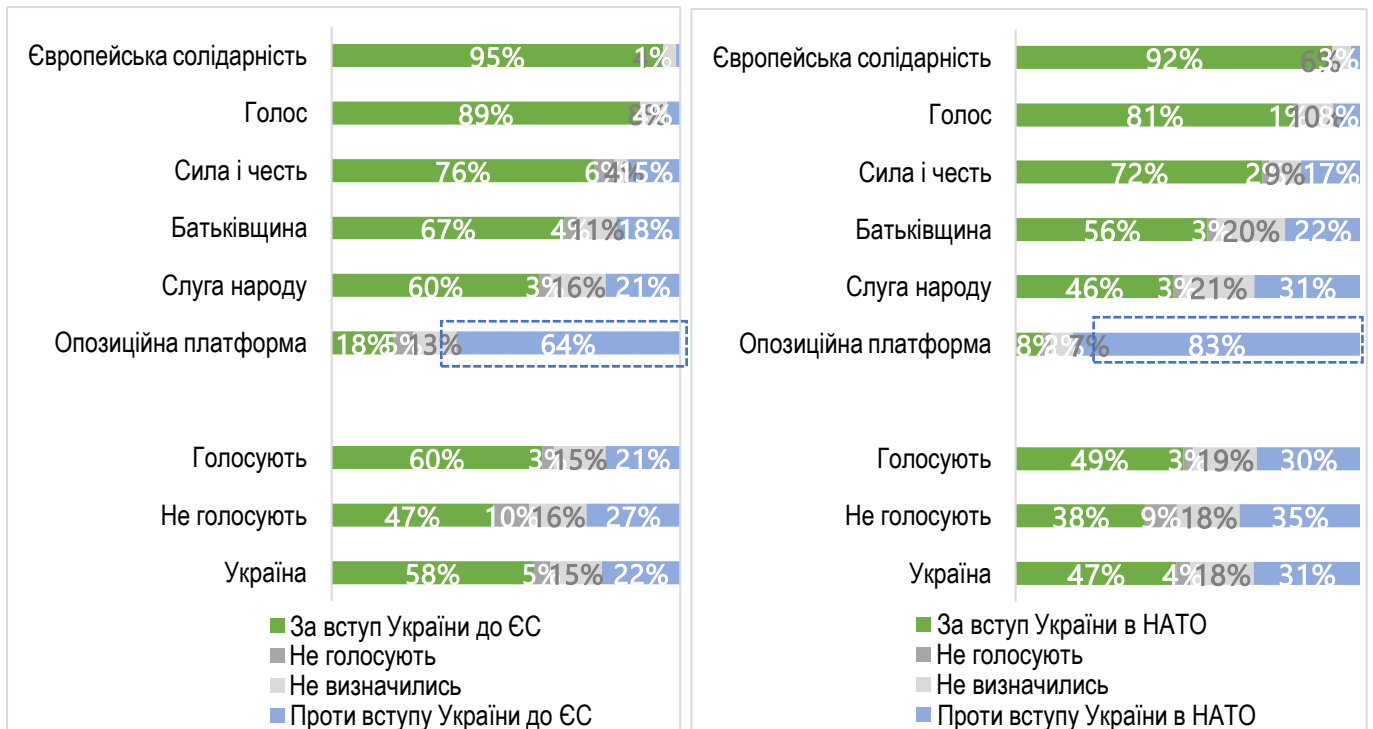


За регіонами й освітою особливості виборців є наступними (див. *Діагр. 3.18, 3.19*). Як і з попередніми демографічними характеристиками, тут скрізь мова йде лише про значущі розбіжності відсотків. Відносно більша частка людей з вищою освітою серед виборців «Європейської солідарності», а менша – «Опозиційної платформи» й «Батьківщини». Інші партії мають проміжні відсотки, «Голос» і «Сила й честь», «Слуга народу» відсотками по освіті не відрізняються. Також, відносно не голосуючих, дещо більша частка осіб з вищою освітою серед тих, хто голосує. З регіонами серед неголосуючих найбільше і більше відносно голосуючих представлені мешканці центральних областей. У розрізі партій, найбільше мешканців східних регіонів серед виборців «Опозиційної платформи», центральних – серед виборців «Сили і Честь». А у структурі «Голосу» найбільше мешканців західних регіонів, також більше таких жителів відносно інших партій у «Європейської Солідарності» й «Батьківщини», хоча у «Батьківщини» однаково представлені вихідці із як західних, так і центральних областей. Структуру «Слуги народу» більшою мірою складають однаково центральні і південні області. Також присутні відмінності і за такими характеристиками як стать, тип населеного пункту: наприклад, серед неголосуючих більше ніж серед виборців чоловіків, й дещо більше сільських жителів, а найменше мешканців сіл серед виборців «Опозиційної платформи», а відносно більше – серед «Батьківщини», «Слуги народу», «Голосу» (див. *Дод. Ж1, Ж2*). Таким чином було охарактеризовано соціально-демографічні особливості виборців й відповідно було виконано останнє завдання дослідження.

Для фінального завершення аналізу результатів й повного уявлення про портрети виборців також розглянемо розподіли по партіях на досліджуваних нами зовнішньополітичних й інших політичних симпатіях.

Діаграми 3.20 та 3.21

Структура виборців партій за зовнішньополітичними симпатіями



Діаграми 3.22 та 3.23

Структура виборців партій за ставленням до Росії і ринку землі



За зовнішньо політичними симпатіями, бачимо, що найбільше вступ України до ЄС підтримують партії «Європейська Солідарність» й «Голос» (розбіжності немає, однаково висока підтримка) (див. *Діагр. 3.20*). Однак і серед виборців «Сили і честь», «Батьківщини», «Слуги народу» більшість підтримують євроінтеграцію, а серед «Опозиційної платформи» – більшість навпаки не підтримують. Так само більшість виборців «ОПЗЖ» не підтримують вступ до НАТО (див. *Діагр. 3.21*). Загалом підтримка вступу в атлантичний альянс є нижчою ніж в ЄС як по Україні загалом, так і серед виборців усіх партій. Найвища підтримка вступу в НАТО серед виборців «Європейської Солідарності». Також з дещо меншим відсотком, але теж значним показником висока підтримка вступу в альянс серед виборців «Голосу», далі за показником підтримки йде партія «Сила і честь». Серед «Батьківщини» більше половини теж підтримують вступ в НАТО, а серед виборців «Слуги народу» це менше половини, але більше ніж тих, хто не підтримують. Ті, хто голосує, більше підтримують євро- та атлантичну інтеграцію, ніж ті, хто не голосує. За ставленням до Росії (див. *Діагр. 3.22*) більшість по Україні і серед всіх партій вважають її агресором, окрім «Опозиційної платформи» – серед її виборців більшість не вважає Росію агресором. Загалом найбільше з цим погоджуються виборці «Європейської Солідарності», далі у підтримці цієї тези з нерозбіжними відсотками «Голос» і «Сила та честь», потім «Батьківщина», також це більшість серед виборців «Слуги народу». Ті, хто голосує, дещо частіше називають Росію агресором ніж ті, хто не голосує. Із підтримкою запровадження продажу сільськогосподарської землі ситуація така (див. *Діагр. 3.23*): більшість як по Україні загалом, так і серед виборців усіх партій не підтримує відкриття ринку землі, однак відносно менше противників ринку землі серед виборців «Європейської солідарності», «Слуги народу» (відсотки «проти» у партій не розбіжні, відрізняються від усіх інших партій, крім «Голосу»). Виборці «Голосу», «Батьківщини» й «Сили і честь» теж більшість проти, але найбільше противників ринку землі серед прихильників «Опозиційної платформи» (відрізняється від «Батьківщини», «Голосу», «Слуги народу», «Є.С.».)

ВИСНОВКИ ДО ТРЕТЬОГО РОЗДІЛУ

Проведене дослідження дало змогу дослідити ціннісну структуру населення, ціннісні характеристики виборців, відмінності ціннісних характеристик виборців в залежності від їх прихильності до певних політичних партій, їх соціально-демографічну структуру та особливості зовнішньополітичних й інших політичних симпатій. Отримані результати дозволяють створити комплексне уявлення про ціннісний портрет українських виборців. Відповідно, для основних політичних партій, та виборців загалом можемо сформулювати портрети виборців наступним чином:

- Виборці «Європейської солідарності» мають найбільше виражені цінності економічного індивідуалізму; відносно інших більший запит на свободу; однак за базовими цінностями виборці усереднені між інших партій й досить близькі до загальноукраїнських цінностей, але відносно більшу важливість має для них самостійність. Виборці найбільше з поміж інших підтримують євро- та атлантичну інтеграцію, найбільше вважають Росію агресором та меншою мірою відносно інших проти відкриття ринку землі. Також це переважно жителі західних й центральних областей, відносно більш забезпечені та з найбільшою часткою осіб з вищою освітою.
- Виборці «Голосу» також мають відносно більше виражені цінності економічного індивідуалізму; частковий запит на свободу але більшість на порядок; за базовими цінностями мають більш виражені відносно інших цінності відкритості до змін, також для них важливіші окремі цінностей самостійності, універсалізму, конформності й менш важливі цінності самоствердження, особливо влади. Серед виборців є висока підтримка вступу в ЄС та альянс, відносно менший спротив до відкриття ринку землі, й значна підтримка тези про Росію-агресора. Це жителі переважно західних регіонів й частково центральних, серед них відносно велика частка осіб молодого віку та більш забезпечених.
- Виборці «Слуги народу» за полюсами державного патерналізму й економічного індивідуалізму мають посередні значення, майже не відмінні від

загальноукраїнських; також мають високий запит на порядок; відрізняються у базових цінностях важливішими і найбільш значимими відносно інших цінностями відкритості до змін, а саме за гедонізмом, стимуляцією, та відповідно з нижчими по важливості цінностями консерватизму – конформності, традиції. Виборці партії це також не абсолютні, але скоріше прихильники євроінтеграції й вступу в НАТО, які з відносно більшістю вважають Росію агресором і меншою мірою ніж інші проти запровадження ринку землі. Виборці переважно мешканці центрально-південних областей, й з відносно більшою часткою молоді.

- Виборці «Сили і честь» також мають значення цінностей посередині патерналізму й індивідуалізму, не відмінні значення від загальноукраїнських; також мають високий запит на порядок; відрізняються у базових цінностях вищими цінностями самоствердження, а саме важливістю цінності влади. Це виборці, які підтримують євро- та атлантичну інтеграцію, вважають Росію агресором і проти ринку землі. Серед них відносно більше людей старшого віку, мешканці центральних областей.
- Виборці «Батьківщини» мають більш виражені цінності державного патерналізму; частковий запит на свободу, але більший на порядок; також у них більш виражені відносно інших цінності консерватизму й менше відкритості до змін, відносно інших більшу цінність бачать у окремій цінності досягнення. Виборці скоріше прихильники вступу України в ЄС та НАТО, вважають Росію агресором та проти продажу землі. Це більше відносно інших мешканці малих населених пунктів й центрально-західних областей, віком від п'ятдесяти років й нижчим рівнем освіти, більшою часткою незабезпечених.
- Виборці «Опозиційної платформи» найбільше з-поміж інших тяжіють до цінностей державного патерналізму; мають найвищий запит на порядок; і найбільше мають виражені консервативні цінності, і менші по важливості цінності самоствердження, особливо досягнень. Це виборці, які не підтримують ні вступ в ЄС, ні в НАТО, не вважають Росію агресором та найбільше проти запровадження ринку землі. Це переважно мешканці найбільше східних областей, також південних; відносно інших більше мешканці великих міст й

відповідно менше мешканці сіл; серед них найбільше людей старшого віку й матеріально незабезпечених, більше осіб з нижчим рівнем освіти.

- Власне виборці та ті, хто не голосує, мають такі відмінності: виборці відрізняються від неголосуючих дещо вищим рівнем освіти, відносно рівномірною представленістю серед усіх регіонів, водночас серед неголосуючих більше мешканців центральних регіонів; також виборці відрізняються більшою часткою жінок, людей старшого віку, мають менш виражені цінності відкритості до змін, але мають більш виражений консерватизм, а також дещо більшу важливість універсалізму; голосуючі більше підтримують євро- та атлантичну інтеграцію, також відносно більше вважають Росію агресором.

Також у результаті проведення й аналізу дослідження було виконано завдання визначення ієрархії важливості цінностей для українців та підтверджено гіпотезу про те, що найважливішими для українців є цінності безпеки та самовизначення. Найбільш важливими для українців було визначено такі цінності самовизначення як доброзичливість й універсалізм, а також як окрема цінність безпека. Дуже важливою також для українців є цінності самостійності, традиційності, а найменш важливими є гедонізм й досягнення.

Відносно цінностей українців загалом було також перевірено гіпотезу про більше виражені цінності державного патерналізму в населення, однак вона не підтвердилась: українцям загалом притаманний однаково як державний патерналізм так і економічний універсалізм зі визначеним індексом, хоча у одній із складових вимірювання цих цінностей, а саме дихотомії рівності доходів й індивідуальної активності, значення тяжіють до індивідуалізму.

Одним з основних завдань також було визначення цінностей виборців, основні ціннісні відмінності яких було вже охарактеризовано вище. Важливо зауважити, що було підтверджено гіпотези про те, що виборці різних партій відрізняються представленістю цінностей економічного індивідуалізму й державного патерналізму та що виборці різних партій відрізняються за

ціннісними портретами. Гіпотеза-наслідок про те, що найбільше цінності економічного індивідуалізму властиві виборцям партій «Європейська солідарність», «Голос» та «Слуга народу» підтвердилась частково, лише для двох перших партій. Однак цілком підтвердилась гіпотеза про те, що найбільше цінності державного патерналізму властиві виборцям партій Батьківщина та «Опозиційна платформа». Також вдалось підтвердити гіпотези-наслідки щодо того, що цінності консерватизму найбільш виражені у виборців «Опозиційної платформи» та «Батьківщини» і гіпотезу про найбільш виражені цінності відкритості до змін у виборців «Слуги народу». Виборців найбільшої партії також було розглянуто ще й у вікових сегментах, що дало більш ілюстративне розуміння їх відмінності. Однак у огляді цінностей виборців дуже важливо у висновку зазначити ще один момент. Попри розбіжності, є цінності спільні для усіх виборців: це безпека й доброзичливість, які очолюють ієрархію виборців та однаково дуже важливі для прихильників усіх партій.

Також було виконано завдання виявлення чи наявні відмінності цінностей за зовнішньополітичними симпатіями та ставленням до ринку землі. Було підтверджено гіпотезу про те, що групи зовнішнь-політичних симпатій та підтримки ринку землі відрізняються за ціннісними характеристиками. Зокрема це проявляється у тяжінні прихильників євро інтеграції, прихильників вступу в НАТО, прихильників продажу землі до цінностей економічного індивідуалізму й цінностей відкритості до змін. Отож було підтверджено гіпотези про те, що у прихильників євроінтеграції та прихильників запровадження продажу землі більш виражені цінності економічного індивідуалізму та цінності відкритості до змін. Зв'язок між ставленням до Росії та цінностями також був присутній, хоча меншою мірою у тяжінні прихильників тези про Росію-агресора до тех цінностей індивідуалізму, однак у базових цінностях суттєвих розбіжностей не виявлено тому гіпотеза, що для тих, хто вважає, Росію агресором, більш важливою є цінність безпеки – не підтвердилась. Найбільше яскравими виявилися відмінності груп тих, хто підтримує та не підтримує продаж землі,

адже перші найбільше тяжіють до відкритості до змін й переходять у цю площину переважні відкритості над консерватизмом, а у патерналізмі й індивідуалізмі найбільше видно було відмінності у питанні співвідношення приватної й державної власності. Також яскраво відрізнялась група противників вступу до ЄС вираженим цінностями консерватизму, що логічно вкладається в проаналізовані інші змінні, адже це, ті ж люди, що мають старший вік, нижчий рівень доходу, обирають Опозиційну платформу, живуть в східних регіонах.

За результатами дослідження було також визначено соціально-демографічні особливості виборців, які були описані вище у формі портретів прихильників партій. Було розглянуто і зв'язок соціально-демографічних характеристик із самими цінностями й перевірено, які саме змінні більше пов'язані із цінностями. Було розглянуто зв'язок типу населеного пункту, статі, освіти, віку, доходу із цінностями й було підтверджено гіпотезу, що серед соціально-демографічних характеристик найбільший зв'язок із цінностями має вік, який має більші коефіцієнти кореляції з основними ціннісними блоками змінних, ніж інші характеристики. Водночас, із цінностями індивідуалізму такий же зв'язок як вік має ще матеріальна забезпеченість, і виражається це у тенденції, що чим заможніші й молодші індивіди, тим більше їм властиві цінності економічного індивідуалізму. У ціннісних типах це ж співвідношення стосується відкритості до змін та самоствердження, а з протилежного боку відповідно старші та менш запечені більше тяжіють до консервативних цінностей.

Таким чином, завдяки проведеному дослідженню, вдалося сформуванати комплексне уявлення про ціннісний портрет українських виборців та зрозуміти особливості ціннісних характеристик як українців загалом, так і за їх партійними, зовнішньополітичними вподобаннями, у розрізі соціально-демографічних категорій, розрізі неголосуючих; вдалося зафіксувати відмінності і простежити у чому проявляється зв'язок цінностей та цих змінних, що в свою чергу дає ґрунтовну інформацію про характеристики прихильників нових політичних сил та цілісне розуміння особливостей цінностей українців.

ВИСНОВКИ

У результаті написання магістерської роботи було виявлено ціннісні характеристики українських виборців, та сформовано їх ціннісний портрет.

Для реалізації поставленої мети було виконано ряд завдань, зокрема, проаналізовано теоретичні та методологічні засади вивчення цінностей і виборчої поведінки для того, щоб по можливості використати і врахувати результати при реалізації дослідження. Відповідно, у першому розділі продемонстровано еволюцію вивчення цінностей як в гуманітарному дискурсі, так і показано становлення поглядів і їх подальший розвиток в соціологічному дискурсі від класичної до сучасної гілки соціологічних знань. Так, було розглянуто теоретичні та практичні підходи до вивчення цінностей у соціології. Були зафіксовано різні акценти в роботах соціологів щодо визначенні цінностей, і в результаті синтезу підходів за основу було прийнято об'єктивістський підхід у поєднанні з інтерпретативною парадигмою щодо розуміння цінностей. Відповідно цінності визначені як стійкі уявлення, про бажані і важливі цілі, суспільні ідеали, що впливають із соціокультурного середовища та позначають мотиваційні цілі поведінки індивіда з огляду на бажані для нього досягнення. Розглянуто класичну спадщину соціологічної науки щодо соціального походження і ролі цінностей у суспільстві: це у своїх роботах обґрунтовує Вебер в інтерпретативному підході, Дюркгейм - в контексті колективних уявлень, Парсонс й Мертон - в межах структурного функціоналізму, та дослідники в інтегрованих підходах. У результаті за основу дослідницької парадигми було обрано структурно-функціональний підхід, для можливості розробки номотетичного дослідження повторюваних випадків з об'єктивним критерієм вивчення характеристик певної групи та інтерпретативні парадигми для детальнішого дослідження розуміння цінностей.

У роботі було показано еволюцію підходів до аналізу цінностей і зафіксовано перехід від вивчення цінностей суспільства загалом і до вивчення ціннісних характеристик окремих груп, якими є і виборці як колективний агент

дії. Також у першій частині роботи було проаналізовано емпіричні дослідження цінностей у соціології. Вивчення цінностей має значиме місце серед інтересів соціологічної науки, адже, як було визначено, цінності є в першу чергу саме соціальним феноменом, який повинен підлягати дослідженню у вимірі його суспільного походження. Інтеграція суспільствознавчих наук сприяє перейняттю соціологією надбань соціально-психологічних концепцій, особливо у їх методологічних аспектах дослідження. Зокрема, інтегруються у соціологічні дослідження методики Рокіча, Хофстеде, та інших, що й було показано у другому параграфі першого розділу. Відповідно методологічним підходом для подальшого дослідження було обрано розробки Р.Інглехарта, Ш.Шварца, які широко застосовуються у сучасних дослідженнях, в тому числі і в Україні, про що свідчить розглянутий досвід дослідження й аналізу цінностей українців, і що зумовлює прихильність до вибору цих апробованих методик.

Продемонстровано, що в українській соціологічній науці відбувається також запозичення західних традицій дослідження цінностей, однак із своїми особливостями. У вітчизняній соціології цінностей центральними стають теми цінностей молоді, ієрархії та тенденцій змін цінностей, їх демократичний та європейський вимір, постреволюційні метаморфози. Першими дослідниками цінностей у цьому напрямку були І.Попова, яка закладає теоретико-методологічні основи вивчення цінностей, В.Бакіров, який осмислює вектори ціннісної свідомості. Різні ціннісні аспекти українців вивчають О.Злобіна, Н.Костенко, І.Сокурянська, В.Смакота. В Україні розвиваються самостійні інституції, що роблять моніторинг цінностей, зокрема за методологічними розробками А.Ручки, який досліджує ціннісні зміни суспільства. Характер досліджень також залежить від суспільних подій, окремим етапом стає осмислення цінностей учасників революцій. Розширення досвіду аналізу цінностей українців значно забезпечується також участю України в міжнародних соціологічних проектах, внесок у що робить І.Балакірева. Актуалізуються методологічні розробки Шварца, Інглехарта, ціннісні дослідження проводять

сучасні соціологічні компанії. Вітчизняний досвід досліджень цінностей в Україні дав розуміння специфіки цінностей українців, що було корисно зокрема і для висунення подальших гіпотез у власному дослідженні та специфікації інструментарію.

У другій частині роботи було охарактеризовано теоретико-методологічні підходи дослідження виборчої поведінки. Показано, що вивчення виборчої поведінки визріває із ширших пластів дослідження поведінкових аспектів, яке розпочинається в філософських роздумах, потім активно продовжується в психологічній науці, зокрема в межах біхевіоризму, соціобіхевіоризму і інших підходів, а у соціології поведінковий аспект трансформується у вивчення сутності соціальної дії, як ядра в поведінці суб'єкта, що власне знаходить відображення в теоріях раціональної та ірраціональної дії.

Продемонстровано, що електоральна соціологія визріває разом з розширенням виборчого права та багато в чому визначається інтересом до передвиборчих прогнозів, отримує своє продовження в появі низки концептуальних підходів до пояснення виборчої поведінки. За основу для подальшого дослідження було взято до уваги положення соціологічного підходу до вивчення виборчої поведінки П.Лазарсфельда та Дж.Цаллера, зокрема, через обґрунтованість впливу соціально-групових факторів та ціннісного компоненту у формуванні політичної обізнаності, що є суттєвим чинником при формуванні виборчої поведінки.

Показано, що разом з теоретичними напрацюваннями розвивається мережа також електоральних опитувань, спершу у США під керівництвом Дж.Геллапа, а згодом і у Європі, в тому числі і у вітчизняній практиці. Електоральною соціологією ґрунтовно займаються О.Вишняк, а також В.Полторак, М.Хмелько, О.Стегній, і їхні висновки про політичну й демографічну структуру українців стали корисними для формування інструментарію. Важливим було ідентифікація громадської думки й настроїв

В.Оссовського, вивчення емоційного й соціального стану суспільства Є.Головахи та Н.Паніної. Значний внесок у прикладні дослідження роблять І.Бекешкіна, В.Паніотто, М.Чурилов. В Україні підходи до виборчої поведінки починалися з пояснення ідеологічно-політичних аспектів, але у подальшій актуалізації вагомими стають вивчення соціально-економічних факторів, зв'язок з зовнішньополітичними симпатіями, суспільними настроями, регіональними вимірами політичного вибору. Вивчення цих підходів дає нам розуміння комплексності виборчої поведінки і її нерозривного зв'язку одразу з демографічними, економічними і соціальними факторами. Це розуміння лягає в основу також структури нашого проекту, виокремлені суттєві характеристик у попередніх дослідженнях мають своє відображення і у нашому практичному дослідженні.

У другому розділі було показано, що у результатах досліджень як зарубіжних так і вітчизняних соціологів зафіксовані залежності між цінностями і політичним вибором. Для проектування власного дослідження в перспективі ціннісного виміру політичної поведінки були проаналізовані різні методики (Рокіча, Інглехарта, Шварца), зроблено їх аналіз і за основу зокрема прийнятий підхід Ш.Шварца, як такий, що містить потенціал для аналізу цінностей електорату.

Останнім та водночас найбільш вагомим етапом написання роботи було визначення ціннісних характеристик українських виборців за результатами емпіричного дослідження проведеного у жовтні 2019 року із залученням результатів, отриманих Соціологічною групою «Рейтинг», що стало послідовним продовження синтезу теоретичних концепцій та емпіричного досвіду дослідження цієї проблематики. Окрім застосованих раніше в соціологічній практиці методик фіксації цінностей й політичних намірів, також в опитування були внесені актуальні політичні питання й демографічні виміри, що в комплексі дало цілісне уявлення про ціннісний портрет українських виборців.

У результаті проведення дослідження було визначено ієрархію важливості цінностей для українців, яку очолюють цінності безпеки та самовизначення. Це важливий висновок також і для виміру виборчих симпатій, адже ці ж цінності є однаково найбільш важливими для виборців усіх аналізованих партій, попри електоральні розбіжності у інших цінностях. Також вдалося визначити, що українцям загалом притаманні як цінності державного патерналізму так і економічного індивідуалізму, які відрізняються залежно від віку й доходу: якщо старші й бідніші тяжіють до патерналізму, то молодші й багатші – до індивідуалізму. Це співвідноситься також з партіями та політичними симпатіями: найбільш виражені цінності державного патерналізму у виборців «Опозиційної платформи» й «Батьківщини», які є старшими й менш забезпеченими відносно інших виборців. У базових цінностях співвідношення вікових й дохідних груп спостерігається у тяжінні молоді й більш забезпечених до відкритості та самоствердження, а відповідно старші та менш забезпечені більше тяжіють до консервативних цінностей. Певне тяжіння до консервативних цінностей також присутнє серед жителів західних областей.

Загалом у базових цінностях, завдяки комплексному аналізу цінностей окремо та за блоками, вдалося зрозуміти специфіку ціннісних характеристик виборців різних партій. Найбільш виражені цінності відкритості до змін, а саме, гедонізму й стимуляції, і найменш виражені цінності традиційності присутні серед виборців нової політичної сили «Слуга народу». Проведений аналіз за соціально-демографічними характеристиками дозволив зробити висновок про суттєвий зв'язок цінностей та вікових категорій, що може опосередковано визначати ціннісні відмінності і серед політичних партій. Тому у роботі також було розглянуто ціннісний вимір виборців партій ще й у вікових сегментах, що дало більш ілюстративне розуміння відмінностей ціннісних характеристик виборців партії. Взагалі кожна з аналізованих партій має свої особливості у ціннісних портретах. Виборці «Європейської солідарності» мають найбільше виражені цінності економічного індивідуалізму, відносно інших більший запит

на свободу, за базовими цінностями відносно більшу важливість має для них самостійність, також вони найбільше підтримують інтеграцію із міжнародними союзами. Виборці «Голосу» також мають відносно більше виражені цінності економічного індивідуалізму, мають більш виражені відносно інших цінності відкритості до змін, також для них важливіші окремі цінностей самостійності, універсалізму, конформності й менш важливі цінності самоствердження, особливо влади. Виборці «Сили і честь» мають значення цінностей посередині патерналізму й індивідуалізму і відрізняються у базових цінностях вищими цінностями самоствердження, а саме важливістю цінності влади. У виборців «Батьківщини» більш виражені відносно інших цінності консерватизму й менше відкритості до змін, відносно інших більшу цінність вони бачать у окремій цінності досягнення. Найбільш ціннісно-відмінною можна назвати партію «Опозиційна платформа», виборці якої найбільше з-поміж інших тяжіють до цінностей державного патерналізму, мають найвищий запит на порядок, найбільш виражені консервативні цінності, і для них менші по важливості цінності самоствердження, особливо досягнень. Поряд з цим, це виборці, які не підтримують ні вступ в ЄС, ні в НАТО, та не вважають Росію агресором. Ще одним важливим реалізованим елементом дослідження став аналіз ціннісних відмінностей голосуючих та неголосуючих. У результаті було визначено, що виборці відрізняються від неголосуючих менш вираженими цінностями відкритості до змін, але більш вираженим консерватизмом, а також вони мають дещо більшу важливістю універсалізму як окремої цінності, і вони більше підтримують євро- та атлантичну інтеграцію, негативніше ставляться до Росії.

Також було виконано завдання виявлення чи наявні відмінності цінностей за зовнішньополітичними симпатіями та ставленням до ринку землі. Було визначено, що відмінності присутні і проявляються у тяжінні прихильників євроінтеграції, прихильників вступу в НАТО, прихильників продажу землі до цінностей відкритості до змін, цінностей індивідуалізму. Мало помітним було визнано зв'язок між цінностями та ставленням до Росії, а найбільш вагомим

виявилися відмінності груп тих, хто підтримує та не підтримує продаж землі (особливо в цінності приватної власності), також суттєво відрізнялась від інших група противників вступу до ЄС.

У результаті здійсненого дослідження вдалося сформуванати комплексне уявлення про ціннісний портрет українських виборців в цілому і представити ціннісні портрети окремо для виборців кожної з основних партій, і, що важливо, це було здійснено з одночасним представленням особливостей ціннісних характеристик за виборчими, зовнішньополітичними, соціально-демографічними категоріями. Фіксація простежених відмінностей дає детальні соціокультурні характеристики прибічників як усталених, так і нових політичних сил, та цілісне розуміння ціннісних орієнтацій українців, що формує потенціал для подальших досліджень ціннісних вимірів виборчих практик у соціологічному дискурсі.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бакіров В. С. Ценностное сознание и активизация человеческого фактора / В. С. Бакіров. – Харків: Харків : Вища школа, Издательство при ХГУ, 1988. – 149 с.
2. Балакірева О. М. Молодь України: спосіб життя та ціннісні орієнтації / О. М. Балакірева, Т. В. Бондар. // моніторинг громадської думки. – 2010. – С. 201–230.
3. Балакірева О. М. Молодь України: спосіб життя та ціннісні орієнтації / О. М. Балакірева, Т. В. Бондар. // моніторинг громадської думки. – 2010. – С. 201–230.
4. Балакірева О. М. Система ціннісних орієнтацій, культурні потреби і духовний світ української молоді / О. М. Балакірева, О. А. Ганюков, Н. П. Дудар. // Про становище молоді в Україні (за підсумками 1999 року): Щорічна доповідь Президентів України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України.- К.: Український ін-т соціальних досліджень. – 2000.
5. Балакірева О. М. Трансформація ціннісних орієнтацій в українському суспільстві / О. М. Балакірева. // Український соціум. – 2002. – №1. – С. 21–32.
6. Балакірева О. М. Трансформація ціннісних орієнтацій в українському суспільстві / О. М. Балакірева. // Український соціум. – 2007. – №2. – С. 7–19.
7. Балакірева О. М. Ціннісні орієнтації сучасної молоді України (за результатами дослідження) / О. М. Балакірева, Т. В. Бондар, В. А. Головенько., 2011. – 22 с.
8. Балакірева О.М. Демократичні цінності в українському суспільстві / О.М. Балакірева // Український соціум. – 2007. – № 3. – С. 7–25.
9. Балакірева О.М. Ціннісні орієнтації українського суспільства: 1996–1999–2006 рр. / О.М. Балакірева // Український соціум. – 2008. – № 2. – С. 135–164.
10. Бурдьє П. Социология политики / П. Бурдьє. – Москва, 1993. – 333 с.
11. Вебер М. Избранные произведения / М. Вебер. – Москва, 1990. – 808 с.
12. Вебер М. Основные социологические понятия / М. Вебер., 1996. – 123 с.

13. Вишняк О. І. Електоральна соціологія: історія, теорії, методи / О. І. Вишняк., 2000. – 309 с.
14. Вишняк О. Політична система України в соціологічному вимірі: динаміка членства в політичних партіях та партійної ідентифікації громадян / О. Вишняк // Українське суспільство. Двадцять років 101 незалежності. Соціологічний моніторинг: у 2-ох т. Том 1. Аналітичні матеріали / О. Вишняк. – Київ, 2011. – (Інститут соціології НАН України). – С. 576.
15. Вишняк О. Політична типологія регіонів України: динаміка та фактори змін / О. Вишняк. // Українське суспільство 1992-2008. Соціологічний моніторинг. – 2008.
16. Головаха Є. І. Тенденції розвитку українського суспільства / Є. І. Головаха, Н. В. Паніна., 1998. – 131 с.
17. Докторов Б. З. Первопроходцы мира мнений: От Гэллага до Грушина / Б. З. Докторов. // Институт Фонда «Общественное мнение». – 2005. – 239 с.
18. Дюркгейм Э. Ценностные и “реальные” суждения / Э. Дюркгейм. // Социологические исследования. – 1991. – С. 106–114.
19. Зарембо К. Українське покоління Z: цінності та орієнтири / К. Зарембо. – Київ, 2017. – 71 с.
20. Злобіна О. Г. Вектори ціннісних трансформацій українців у контексті цивілізаційного вибору / О. Г. Злобіна. // Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. – 2016. – №3.
21. Злобіна О. Г. Ціннісні орієнтації української молоді в європейському контексті / О. Г. Злобіна. // Культура в сучасному українському суспільстві: стан та проблеми. – 2008. – С. 95–102.
22. Злобіна О. Ціннісні основи образів життєвого успіху / О. Злобіна. // Український соціологічний журнал. – 2012. – №1-2. – С. 54–63.
23. Золкіна М. Сучасні українці: задоволеність життям, очікування від майбутнього, головні цінності / М. Золкіна. // "Громадська думка". – 2012. – №10.

24. Инглхарт Р. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития / Р. Инглхарт, К. Вельцель. // Новое издательство. – 2011. – 464 с.
25. Инглхарт Р. Рональд Инглхарт: «Мир изменяется, и эти изменения предсказуемы» [Электронный ресурс] / Р. Инглхарт // Forbes. – 2015. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.forbes.ru/sobytiya/obshchestvo/306145-ronald-inglkhart-mir-izmenyaetsya-i-eti-izmeneniya-predskazuemy>.
26. Инглхарт, Р. Культурная эволюция: как изменяются человеческие мотивации и как это меняет мир / Рональд Инглхарт ; пер. с англ. С. Л. Лопатиной, под ред. М. А. Завадской, В. В. Косенко, А. А. Широкановой, научн. ред. Э. Д. Панарин. — Москва : Мысль, 2018. — 347 с
27. Ієрархії персональних цінностей представників різних поколінь українців (на базі масиву ESS 2012 року). // Наукові записки НаУКМА. Соціологія. – 2018. – №1. – С. 10–24.
28. Карандашев В. Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство / В. Н. Карандашев., 2004. – 72 с.
29. Колодий И. Социальный класс, политическая культура и образование как источники левых политических ориентаций в Украине, Польше, России и Нидерландах: предварительный сравнительный анализ / И. Колодий. // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2008. – №4. – С. 55–73.
30. Костенко Н. Новини часів війни й виборів / Н. Костенко, С.Макеєв // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2015. – №2. – С. 3–23.
31. Культурні ритми 2014 року. // Інститут соціології НАН України. – 2015. – С. 314–439.
32. Лешенок У. С. Взаємозв'язок ціннісних орієнтацій населення України та електорального вибору / У. С. Лешенок. // Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Політологія. Соціологія. Право. – 2018. – №3. – С. 32–37.
33. Лешенок У. С. Типологія ціннісних орієнтацій українців (на основі даних європейського соціального дослідження) / У. С. Лешенок. // «Соціологічні

дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». – 2018. – №41. – С. 56–61.

34. Магун В. Жизненные ценности населения: сравнение Украины с другими европейскими странами / В. Магун, М. Руднев. // Институт социологии НАНУ; Харьковский национальный университет им. В.Н.Карамзина. – 2007. – С. 226–273.

35. Макеєв С. О. Соціологія (навчальний посібник) / С. О. Макеєв., 2008. – 566 с.

36. Макеєв С. Стан сингулярності соціальні структури, ситуації, повсякденні практики / С. Макеєв, С. Оксамитна. – Київ, 2017. – 182 с.

37. Матусевич В.А., Оссовский В.Л. Электоральное поведение: техника социологического исследования / В.А. Матусевич, В.Л. Оссовский // Философская и социологическая мысль. – 1994. - №11/12. – С. 96-102.

38. Мелешкина Е. Ю. Исследования электорального поведения: теоретические модели и проблемы их применения / Е. Ю. Мелешкина. // «Социологические науки». – 2017. – С. 187–213.

39. Місютіна В. І. Соціально-економічна нерівність та зміна ціннісних орієнтацій українців/ Детермінанти соціально-економічної нерівності в сучасній Україні / В. І. Місютіна., 2011. – 592 с.

40. Національний екзит-пол'2004 [Електронний ресурс] // Фонд «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва». – 2005. – Режим доступу до ресурсу: https://dif.org.ua/files/logo/exit-poll/book/exit_poll1-2_ok_final.pdf

41. Новикова Л. Ціннісні відмінності поколінь в сучасному українському суспільстві / Л. Новикова. // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Соціологія. – 2015. – №1. – С. 23–31.

42. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания / Э. Ноэль-Нойман., 1996. – 352 с.

43. Осовський В. Л. Ценности профессиональной деятельности: Опыт и методологические проблемы социологического исследования / В. Л. Осовський. // Ин-т философии. – 1986. – С. 32.

44. Оссовський В. Л. Громадська думка: спроба соціологічної інтерпретації / В. Л. Оссовський., 1999. – 137 с.
45. Оцінка населенням Екрані деяких політичних подій вересня 2019 року [Електронний ресурс] // Київський міжнародний інститут соціології. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=894>.
46. П'яте всеукраїнське муніципальне опитування [Електронний ресурс] // Соціологічна група «Рейтинг». – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://ratinggroup.ua/research/regions/pyatyu_vseukrainskiy_municipalnyy_opros.html?fbclid=IwAR08zGNAxc-PztZuLMLBCfljVWvZjB6DVkv67oCcB3V0O6vvi9hYw7QTZuc.
47. Парето В. Компендиум по общей социологии / В. Парето; пер. с итал. А. А. Зотова; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – 2-е изд. – Москва: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. – 511 с.
48. Парламентські вибори-2014: електоральні настрої населення України [Електронний ресурс] // Фонд «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва». – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <https://dif.org.ua/article/parlamentski-vibori-2014-elektoralni-nastroi-naselennya-ukraini>.
49. Парсонс Т. Система современных обществ / Т. Парсонс. // Аспект Пресс. – 1997. – 270 с.
50. Позачергові вибори народних депутатів України 21.07.2019 [Електронний ресурс] / Центральна виборча комісія – Режим доступу до ресурсу: <https://www.cvk.gov.ua/pls/vnd2019/wp300pt001f01=919.html>
51. Полторац В. А. Политический маркетинг / В. А. Полторац. – Днепропетровск, 2001.
52. Полторац В. А. Соціологія політики: предмет, структура, функції / В. А. Полторац, О. В. Петров, А. В. Толстоухов., 2011. – (Соціологія політики : підручник: у 2-х частинах).
53. Попова И. М. Системный подход в социологии и проблема ценностей / И. М. Попова. // Вопросы философии. – 1968. – №5. – С. 20–25.

54. Попова І. М. Ценностные представления и «парадоксы» самосознания / І. М. Попова. // Социологические исследования. – 1984. – №4.
55. Рокич, М. Природа человеческих ценностей / М. Рокич // Свободная пресса. – 1973. – №5. – С. 20-28.
56. Ручка А. А. Ценностный подход в системе социологического знания / А. А. Ручка. // Наукова думка. – 1987. – С. 132.
57. Ручка А. О. Зміни цінностей українців за 25 років [Електронний ресурс] / А. О. Ручка // Нова Україна. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: https://www.youtube.com/watch?v=kKvI_r_DZin0.
58. Ручка А. О. Ціннісна метаморфоза в ментальності громадян України під час надзвичайних подій 2014 р. / А. О. Ручка. // Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. – 2014. – №1. – С. 117–124.
59. Ручка А. О. Ціннісні пріоритети населення України за умов трансформації / А. О. Ручка // Українське суспільство. Соціологічний моніторинг. – ІС НАНУ, 2011. – С. 201-215.
60. Ручка А. Політико-ідеологічна самоідентифікація населення сучасної України / Ручка А. // Українське суспільство 1992–2012. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг / За ред. д.ек.н.В.Ворони, д.соц.н.М.Шульги. – ІС НАНУ, 2012. – С. 29-40.
61. Ручка А. Цінності та ціннісна зміна у сучасному суспільстві / Анатолій Ручка. // Культурологічна думка. – 2013. – №6. – С. 172–179.
62. Савельєв Ю. Б. Емансипаційні цінності і толерантність у контексті модернізації українського суспільства / Ю. Савельєв. // Український соціум. – 2015. – №1. – С. 68–81.
63. Савельєв Ю. Б. Ціннісний вимір суспільного розвитку: суперечності змін цінностей в процесі модернізації / Ю. Б. Савельєв. // Проблеми розвитку соціологічної теорії: концептуалізація ціннісних змін в сучасному суспільстві: Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції, 2 листопада 2012 р., (м.Київ). – 2012. – С. 34–41.

64. Савельєв Ю. Б. Ціннісні передумови формування активної громадянської позиції як прояву соціального включення в процесі модернізації / Ю. Б. Савельєв. // Український соціум. – 2014. – №1. – С. 66–77.
65. Савчук О. В. Динаміка ціннісних орієнтацій української молоді / О. В. Савчук. // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. – 2012. – №16. – С. 60–67.
66. Святненко С. В. Ціннісні орієнтації української молоді: порівняльний аналіз / С. В. Святненко, О. Г. Виноградов. // Наукові записки. Том 149. Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота. – 2013. – С. 32–36.
67. Сейле Д.-Л. Применимы ли размежевания Роккана к Центральной Европе? // Политическая наука. – 2004. - №4. – С. 56-63
68. Ситник Т. Багатовимірність цінностей. Як змінюються цінності українців? (дані опитувань) [Електронний ресурс] / Т. Ситник // GfK Ukraine. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content_import/2015-11-24_news/data/ua/Documents/Sytnyk_GfK_Sept_17_2015.pdf.
69. Смакота В. Цінності і норми в соціології (теоретико-методологічний аспект). // Соціальні виміри суспільства. Збірник наукових праць. – 2002. – №5.
70. Сокурянська Л. Г. Динаміка ціннісних орієнтацій студентської та шкільної молоді України: від цінностей радянських до європейських / Л. Г. Сокурянська. // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2016. – С. 213–221.
71. Сокурянська Л. Г. Ціннісні засади громадянської ідентифікації сучасного українського студентства / Л. Г. Сокурянська. // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. 2010. №891: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. – 2010. – №26. – С. 116–122.
72. Сокурянська Л. Динаміка ціннісних орієнтацій українських студентів часів незалежності: назад до «матеріалізму»? / Л. Сокурянська, О. Свід // Український соціологічний журнал. – 2017. – №1. – С. 135–139.

73. Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество / П. А. Сорокин., 1992. – 543 с.
74. Соціологія: короткий енциклопедичний словник / [В. І. Волович, В. І. Тарасенко, М. В. Захарченко та ін.], 1998. – 736 с.
75. Стегній О. Регіональний чинник розвитку політичної культури населення України / О. Стегній. // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2005. – №3. – С. 94–123.
76. Танчер В. Майдан как социокультурный феномен современности / В. Танчер, А. Ручка. // ІІІЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України. – №4. – С. 307–312.
77. Томас У. Методологические заметки / У. Томас, Ф. Знанецкий. // Американская социологическая мысль. – 1994.
78. Україна'2012: політичний портрет [Електронний ресурс] // Фонд «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва». – 2012. – Режим доступу до ресурсу: https://dif.org.ua/uploads/pdf/1378818259_2631.pdf.
79. Українське суспільство і європейські цінності – Київ: Дослідження було проведено Інститутом Горшеніна у співпраці з Представництвом Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні та Білорусі. – 58 с. – (звіт за результатами соціологічного дослідження).
80. Хмелько В. Участь у голосуванні та електоральні преференції виборців основних демографічних категорій і великих регіонів у переголосуванні другого туру [Електронний ресурс] // Київський міжнародний інститут соціології. – 2004. – Режим доступу до ресурсу: <http://old.kiis.com.ua/pub/uchugolos.pdf>
81. Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения/ Перевод с англ. А.А. Петровой - М.: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2004. –558с.
82. Ціннісна складова модернізаційних процесів у сучасному соціумі України / [О. М. Балакірева, В. М. Геєць, В. Р. Сіденко та ін.]. – Київ: НАН України, ДУ "Ін-т екон. та прогнозув. НАН України", 2014. – 340 с.
83. Цінності українців pro et Contra реформ в Україні [Електронний ресурс] // Центр соціальних та маркетингових досліджень «СОЦИС». – 2015. – Режим

доступу до ресурсу: <http://old.socis.kiev.ua/ua/press/tsinnosti-ukrajintsiv-pro-et-contra-reform-v-ukrajini.html>.

84. Шестаковський О. Радикалізовані європейці: цінності Євромайдану в порівнянні з європейськими. Інфографіка [Електронний ресурс] / О. Шестаковський // «Українська правда». – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pravda.com.ua/articles/2014/01/14/7009459/>.

85. Ядов В. А. Соотношение ценностных ориентаций и реального (явного) поведения личности в сферах труда и досуга. Личность и ее ценностные ориентации / В. А. Ядов. // Информационный бюллетень ИКСИ. – 1969. – №19. – С. 49–66.

86. Які цінності стоять за рішеннями українців вдаватися (або не вдаватися) до корупції? [Електронний ресурс] // Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://dif.org.ua/article/yaki-tsinnosti-stoyat-za-rishennyami-ukrajintsiv-vdavatisya-abo-ne-vdavatisya-do-koruptsii>.

87. Arrow K. J. Social Choice and Individual Values / K. J. Arrow. // Yale University Press, 1963. – 204 с.

88. Basic Personal Values Underlie and Give Coherence to Political Values: A Cross National Study in 15 Countries / [S. Schwartz, G. V. Caprara, M. Vecchione та ін.]. // Springer. – 2013.

89. Campbell A. The Voter Decides / A. Campbell. // Evanston. – 1954. – 242 с.

90. Caprara G. V. Personalizing politics: a congruency model of political preference. / G. V. Caprara, P. G. Zimbardo. // APA. – 2004.

91. Carmines E. G. Value Priorities, Partisanship and Electoral Choice: The Neglected Case of the United States / E. G. Carmines, G. C. Layman. // Political Behavior. – 1997. – №19. – С. 283–316.

92. Crossley A. The Developing years: an the History of Public Opinion Polls / A. Crossley. // Poll. – 1966. – С. 34.

93. Downs A. An Economic Theory of Democracy / A. Downs., 1957. – 320 с.

94. Dukes W. F. Psychological Studies of Values / W. F. Dukes. // Psychological Bulletin. – 1955. – №52. – С. 24–50.
95. European Social Survey [Электронный ресурс] / _European Social Survey website – Режим доступа до ресурсу: <https://www.europeansocialsurvey.org/>
96. European Values Study [Электронный ресурс] / European Values Study website – Режим доступа до ресурсу: <https://europeanvaluesstudy.eu/>
97. Fiorina M. Retrospective Voting in American National Elections / M. Fiorina. // Yale University Press. – 1981. – №3.
98. Herdin T. Value Changes in Transforming China / T. Herdin, W. Aschauer. // University of Salzburg. – 2013.
99. Hester V.H. Competing for the same value segments? Insight into the volatile Dutch political landscape [Электронный ресурс] / V.H.Hester, P. C. Schoonees, J. F. Groenen, J. V. Rosmalen // Plos one. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0190598>.
100. Hofstede G. Dimensions of national cultures in fifty countries and three regions, in J.Deregowski, S.Dziurawiec and R.Annis (eds) Explications in Cross-Cultural Psychology / G. Hofstede. // Lisse: Swets and Zeitlinger. – 1983.
101. Hofstede G. Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Quantitative Study Across Twenty Cases / G. Hofstede. // 35. – 1990. – №2. – С. 286–316.
102. Inglehart R. Culture shift in advanced industrial society / R. Inglehart. – Princeton: Princeton University Press, 1990. – 504 с.
103. Inglehart R. Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies / R. Inglehart. – New Jersey: Princeton University Press, 1997. – 440 с.
104. Introduction to the Values Theory [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <http://essedunet.nsd.uib.no/cms/topics/1/1/1.html>.
105. Klages H. Brauchen wir eine Ruckkehr zu traditionellen Werten? / H. Klages. // Aus Politik und Zeitgeschichte. – 2001. – №29.
106. Kluckhohn F. R. Variations in value orientations / F. R. Kluckhohn. – 1961. – С. 5–48.

107. Latin definition for: valeo, valere, valui, valitus [Электронный ресурс] // Latdict – Режим доступа до ресурсу: <http://www.latin-dictionary.net/definition/38320/valeo-valere-valui-valitus>.
108. Lazarsfeld P. The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign / P. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet., 1968. – 178 с. – (3).
109. Leimgruber P. Values and Votes: The Indirect Effect of Personal Values on Voting Behavior / P. Leimgruber. // Swiss Political Science Review. – 2011. – №17. – С. 107–127.
110. Lipset S. Cleavage Structures, Party Systems, and Voter Alignments / S. Lipset, S. Rokkan. – New York, 1967. – (Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives).
111. Milton R. The two-value model of political ideology and British politics / R. Milton. // British Journal of Social and Clinical Psychology. – 1979. – №18. – С. 169–172.
112. Noelle-Neumann E. Der Wertewandel 30 Jahre spatter / E. Noelle-Neumann. // Aus Politik und Zeitgeschichte. – 2001. – №29. – С. 15–22.
113. Personality and Politics: Values, Traits, and Political Choice / [G. V. Caprara, S. Schwartz, C. Capanna та ін.]. // Political Psychology. – 2006.
114. Pitlik H. Economic Freedom, Individual Perceptions of Life Control, and Life Satisfaction / H. Pitlik, D. M. Redín, M. Rode. – Vancouver, 2015. – 24 с.
115. Pitlik H. Individualistic Values, Institutional Trust, and Interventionist Attitudes [Электронный ресурс] / H. Pitlik, M. Rode // WIFO Working Papers, No. 515. – 2016. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/156663/1/862533155.pdf>.
116. Pitlik H. Individualistic Values, Institutional Trust, and Interventionist Attitudes [Электронный ресурс] / H. Pitlik, M. Rode // WIFO Working Papers, No. 515. – 2016. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/156663/1/862533155.pdf>.
117. Piurko Y. Basic Personal Values and the Meaning of Left-Right Political Orientations in 20 Countries / Y. Piurko, S. Schwartz, E. Davidov. – 2011.

118. Rokeach M. Beliefs, Attitudes and Values: A Theory of Organization and Change / M. Rokeach. // Jossey-Bass Inc Pub. – 1968. – 230 с.
119. Rokeach, M. Understanding human values / M. Rokeach. // New York: Free Press. – 1979. – 322 с.
120. Schwartz S. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values / S. Schwartz. // The Hebrew University of Jerusalem. – 2012. – №2.
121. Schwartz S. Basic human values: Theory, measurement, and applications / S. Schwartz. // Revue Francaise de Sociologie. – 2006. – №47. – С. 929–968.
122. Schwartz S. Basic Personal Values, Core Political Values, and Voting: A Longitudinal Analysis / S. Schwartz, G. V. Caprara, M. Vecchione. // Political Psychology. – 2010.
123. Schwartz S. H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries / Shalom Schwartz. // Academic Press. – 1992. – №25. – С. 1–65.
124. The Structure of Value Relations. ESS [Электронный ресурс] / European Social Survey – Режим доступа до ресурсу: <http://essedunet.nsd.uib.no/cms/topics/1/1/2.html>
125. World Values Survey [Электронный ресурс] / World Values Survey website – Режим доступа до ресурсу: <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>
126. Znaniecki F. The Polish Peasant in Europe and America / F. Znaniecki, W. Thomas., 1927. – 128 с. – (1).

ДОДАТКИ

Додаток А

Результати факторного аналізу та перевірки узгодженості змінних

Таблиця А.1

Результати факторного аналізу та перевірки узгодженості змінних

Матриця повернутих компонент (метод Варімакс)					Аналіз придатності Альфа Кронбаха		
Факторний аналіз – 4 фактори	1	2	3	4			
Безпека - особиста	0,097	0,642	0	0,154	0,604	0,717	
Безпека - суспільна	0,346	0,571	0,105	-0,003			
Конформізм - суспільний	0,079	0,624	0,067	0,027	0,474		
Конформізм - особистий	0,176	0,684	-0,005	0,05	0,461		
Традиція - скромність	-0,046	0,657	-0,021	0,01			
Традиція - правила	0,277	0,56	0,019	0,069			
Самостійність - вчинки	0,269	-0,017	0,593	0,062	0,529	0,744	
Самостійність - рішення	0,363	0,078	0,486	-0,049	0,52		
Стимуляція - новизна	0,18	0,138	0,687	0,056			
Стимуляція - ризик	-0,006	-0,112	0,691	0,21	0,744		
Гедонізм- проведення часу	-0,028	0,053	0,589	0,413			
Гедонізм - втіха	-0,026	0,078	0,619	0,415			
Досягнення - честолобство	-0,035	0,033	0,302	0,656	0,669	0,715	
Досягнення - успіх	0,216	0,026	0,205	0,728	0,478		
Влада-ресурси	0,018	0,043	0,195	0,676			
Влада-домінування	0,214	0,188	-0,052	0,682			
Доброчливість-Турбота	0,699	0,184	0,027	0,219	0,736	0,799	
Доброчливість-Надійність	0,724	0,175	0,075	0,13	0,723		
Універсалізм-Турбота про інших	0,667	0,158	0,067	0,091			
Універсалізм-Толерантність	0,674	0,077	0,143	0,011			
Універсалізм-Турбота про природу	0,764	0,134	0,088	-0,008			

Додаток Б

Середні за цінністю економічного індивідуалізму для вікових і дохідних груп

Таблиця Б.1

Середні за цінністю економічного індивідуалізму для вікових і дохідних груп

Вік-5	Загальний індекс ек. індивідуалізму	Дохід	Загальний індекс ек. індивідуалізму
18-29	5,73	Бідні	4,58
30-39	5,42	Малозабезпечені	5,05
40-49	5,20	Середнього рівня	5,48
50-59	5,07	Забезпечені	5,82
60+	4,68		
Всього	5,18	Всього	5,18

Додаток В

Середній та медіанний вік серед виборців партій

Таблиця В.1

Середній та медіанний вік серед виборців партій

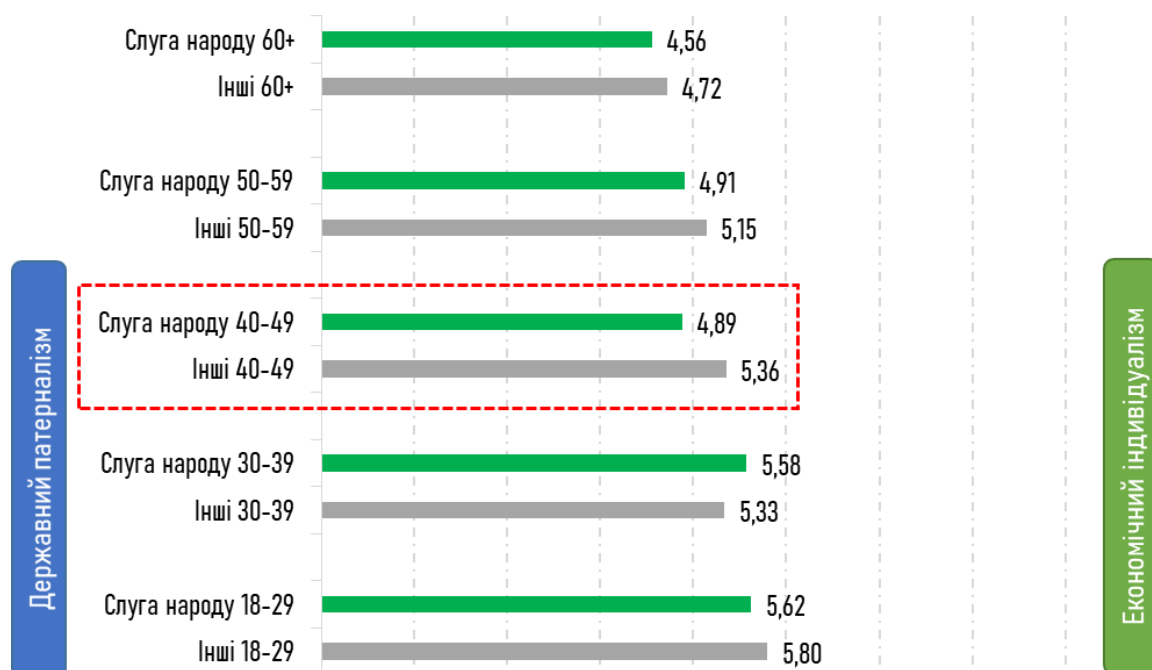
Виборці партій	Вік-Середній	Вік-Медіана	Стд.Відхилення
Опозиційна платформа	58,0	60,0	15,7
Батьківщина	56,9	59,0	16,0
Сила і честь	51,4	55,0	17,1
Європейська солідарність	46,5	47,0	16,5
Слуга народу	44,6	43,0	16,2
Голос	44,8	41,0	17,1
Не голосують	43,4	42,0	16,1

Додаток Г

Середні за цінностями економічного індивідуалізму для вікових груп серед виборців Слуги народу та інших у віковій групі

Діаграма Г.1

Середні за цінностями економічного індивідуалізму для вікових груп серед виборців Слуги народу та інших у віковій групі



Додаток Г

Частотні й відсоткові розподіли за політичними вподобаннями

Таблиця Г.1

Частотні й відсоткові розподіли за політичними вподобаннями

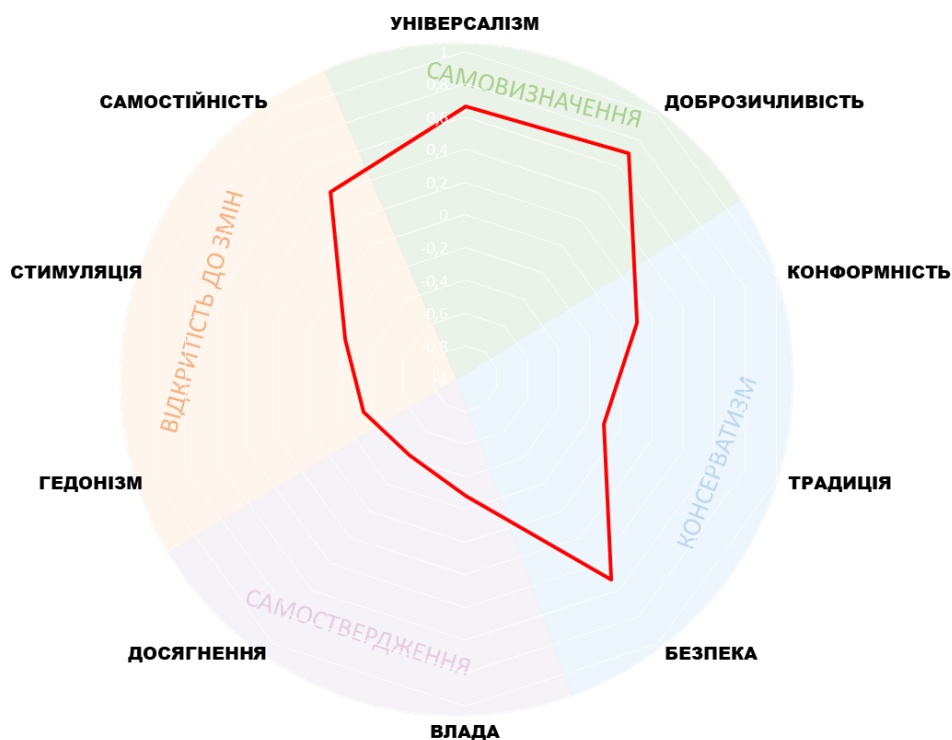
Якби сьогодні проводився референдум щодо вступу України до Європейського Союзу, як би Ви проголосували?		
	Частота	Валідний відсоток
За вступ України до Європейського союзу	1738	57,9
Проти вступу України до Європейського союзу	672	22,4
Не буду голосувати	139	4,6
Важко відповісти	451	15
Всього	3000	100
Якби сьогодні проводився референдум щодо вступу України в НАТО, як би Ви проголосували?		
	Частота	Валідний відсоток
За вступ України в НАТО	1402	46,7
Проти вступу України в НАТО	927	30,9
Не буду голосувати	119	4
Важко сказати	552	18,4
Всього	3000	100
Чи вважаєте Ви Росію країною-агресором стосовно України?		
	Частота	Валідний відсоток
Так	1908	63,6
Ні	780	26
Важко відповісти	312	10,4
Всього	3000	100
Якби сьогодні проводився референдум щодо питання продажу земель сільськогосподарського призначення, як би Ви проголосували?		
	Частота	Валідний відсоток
За продаж земель с.г. призначення	529	17,6
Проти продажу земель с.г. призначення	2011	67
Не буду голосувати	54	1,8
Важко відповісти	406	13,5
Всього	3000	100

Додаток Д

Базові цінності загалом по Україні – розподіл за ціннісними блоками

Діаграма Д.1

Базові цінності загалом по Україні – розподіл за ціннісними блоками



Додаток Е

Частотні та вікові розподіли соціально-демографічних груп

Таблиця Е.1

Частотні та вікові розподіли соціально-демографічних груп

Вік-5		
	Частота	Валідний відсоток
18-29	542	18,1
30-39	600	20
40-49	525	17,5
50-59	514	17,1
60+	819	27,3
Всього	3000	100
Регіони		
Захід	803	26,8
Центр	1045	34,8
Південь	741	24,7

Продовження Табл. Е.1

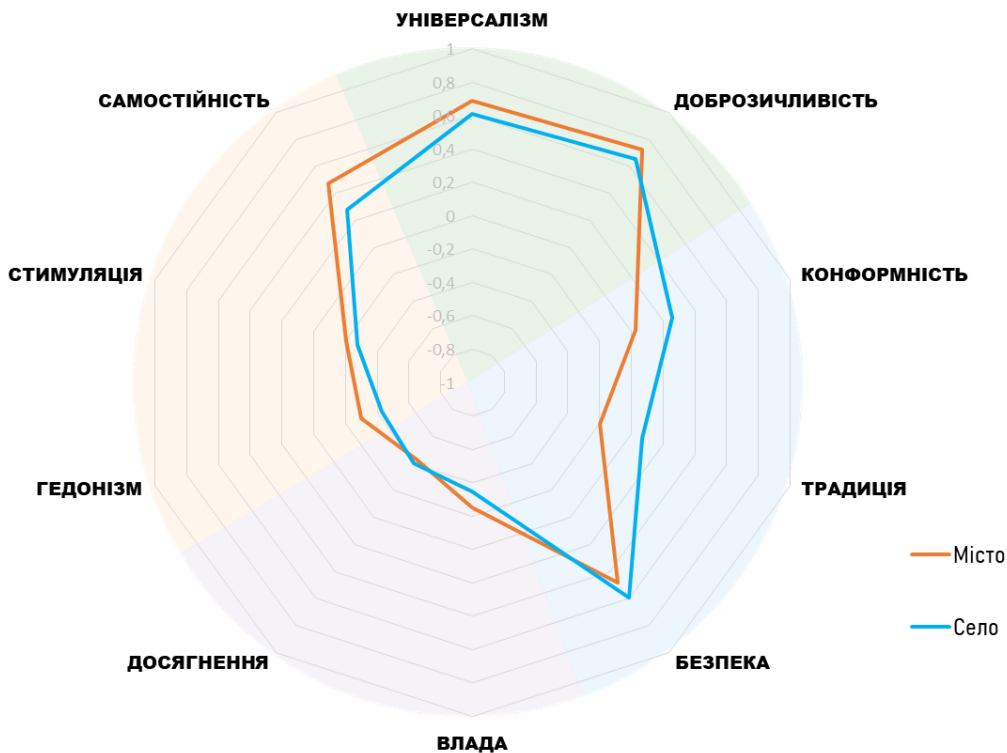
Схід	411	13,7
Всього	3000	100
Стать		
Чоловік	1353	45,1
Жінка	1647	54,9
Всього	3000	100
Матеріальне становище		
Бідні (засобів до зарплати/пенсії не вистачає, змушені позичати)	663	22,1
Малозабезпечені (на повсякденні витрати вистачає, але купувати одяг вже складно)	968	32,3
Середнього рівня (в основному вистачає, але для купівлі дорогих предметів треба брати в борг)	914	30,5
Забезпечені (майже на все вистачає, але купівля квартири, будинку є недоступною)	401	13,4
ВВ/НВ	54	1,8
Всього	3000	100
Освіта		
Початкова, неповна середня	70	2,3
Середня загальна (школа, ПТУ)	602	20,1
Середня спеціальна (технікум)	1133	37,8
Вища, незакінчена вища	1195	39,8
Всього	3000	100
Тип населеного пункту		
Місто більше 1млн.	440	14,7
Місто 500-999 тис.	247	8,2
Місто 100-499 тис.	487	16,2
Місто 50-99 тис.	244	8,1
Місто до 50тис.	365	12,2
СМТ	206	6,9
Село	1011	33,7
Всього	3000	100

Додаток Є

Базові цінності за соціально-демографічними характеристиками

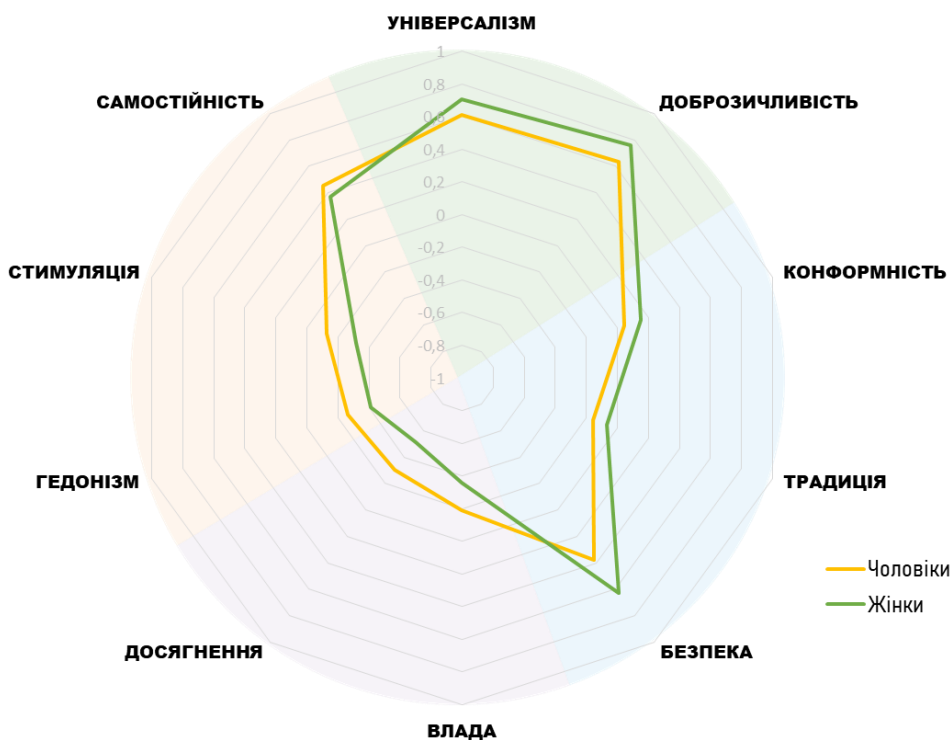
Діаграма Є.1

Базові цінності за типом поселення

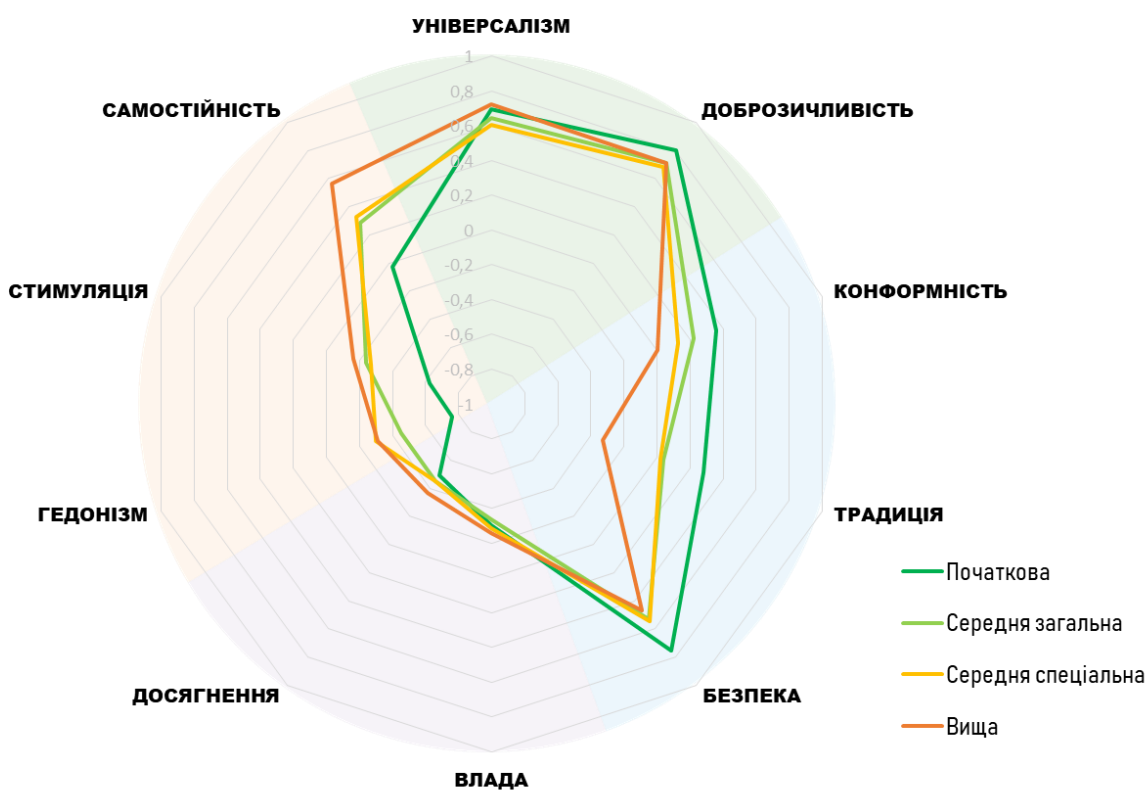


Діаграма Є.2

Базові цінності за статтю



Базові цінності за освітою



Додаток Ж

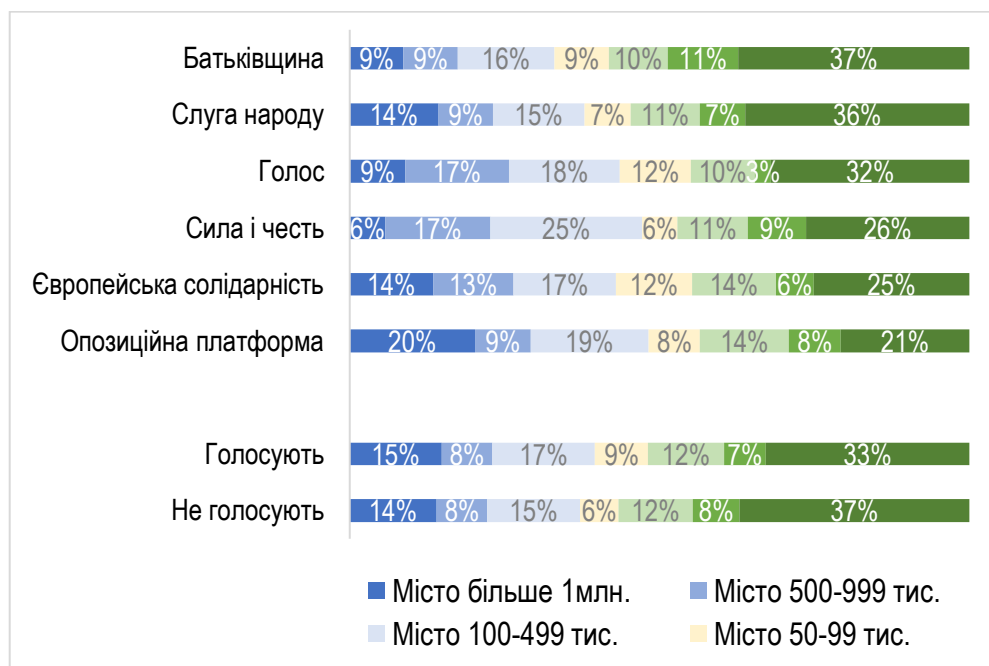
Демографічна структура виборців партій

Діаграма Ж.1

Статева структура виборців партій



Структура виборців партій за типом населеного пункту



Додаток 3

Інструментарій для проведення опитування – формалізована анкета

№ АНКЕТИ: [_____] ОБЛАСТЬ: [_____] ЧАС: [_____]

НАСЕЛЕНИЙ ПУНКТ: 1. Місто більше 1млн. 2. Місто 500-999 тис. 3. Місто 100-499 тис. 4. Місто 50-99 тис. 5. Місто до 50тис. 6. СМТ 7. Село

Доброго дня! Мене звати З метою дослідження настроїв українців дослідницька компанія Соціологічна група «Рейтинг» проводить опитування. Ваша думка дуже важлива для нас! Це анонімне опитування, результати будуть використані виключно в узагальненому вигляді. Опитування займе близько 10 хв. Вам зручно буде пройти інтерв'ю зараз?

1. Чи взяли б Ви участь у виборах до Верховної Ради, якби вони відбувалися найближчим часом?

1. Однозначно так
2. Скоріше так
3. Скоріше ні
4. Точно ні
5. Важко відповісти

2. Якби парламентські вибори проводилися наступної неділі, то як би Ви проголосували? (Картка 2).

1. Опозиційний блок
2. Сила і честь
3. Батьківщина
4. Опозиційна платформа «За життя»
5. Європейська солідарність
6. Українська стратегія Гройсмана
7. Громадянська позиція
8. Слуга народу
9. Радикальна партія О.Ляшка
10. Партія Анатолія Шарія
11. Голос
12. Свобода
13. Інша партія
14. Зіпсував би бюлетень, проти всіх
15. Не брали б участі у виборах
16. Важко відповісти

3. Якби сьогодні проводився референдум щодо вступу України до Європейського Союзу, як би Ви проголосували?

1. За вступ України до Європейського союзу
2. Проти вступу України до Європейського союзу
3. Не буду голосувати
4. Важко відповісти

4. Якби сьогодні проводився референдум щодо вступу України в НАТО, як би Ви проголосували?

1. За вступ України в НАТО
2. Проти вступу України в НАТО
3. Не буду голосувати
4. Важко відповісти

5. Чи вважаєте Ви Росію країною-агресором стосовно України?

4. Так
5. Ні
6. Важко відповісти

6. Скажіть будь ласка, наскільки Ви згодні чи не згодні з наступними твердженнями. "1" означає, що ви повністю згодні з думкою, розташованою ліворуч, а "10" - з думкою справа. Ви також можете вибрати будь-яке проміжне положення на шкалі. (Картка 6)

6.1 Доходи населення слід зробити більш рівними	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Потрібно стимулювати індивідуальну активність громадян шляхом можливостей для збільшення доходів
6.2 Слід збільшити державну власність у бізнесі та промисловості	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Слід збільшити приватну власність у бізнесі та промисловості

6.3 Влада повинна брати на себе більше відповідальності у забезпеченні життя кожного громадянина	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Люди повинні брати на себе більше відповідальність за забезпечення свого життя
--------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------------------------------------------------------------------------------

7.1-7.21 Ми пропонуємо вам опис людини, якій притаманні певні риси. Оцініть, наскільки така людина схожа на вас.

1. Дуже схожа на мене
2. Схожа на мене
3. Досить схожа на мене
4. Трохи схожа на мене
5. Не схожа на мене
6. Зовсім не схожа на мене
99. Немає відповіді
(Картка 7)

7.1 Для неї важливо жити в безпечному оточенні. Вона уникає всього, що може загрожувати її безпеці	1	2	3	4	5	6	99
7.2 Для неї важливо, щоб уряд гарантував її безпеку від усіх загроз. Вона хоче, щоб держава була сильною і могла захистити своїх громадян	1	2	3	4	5	6	99
7.3 Вона переконана, що люди повинні виконувати те, що їм кажуть. Вона вважає, що люди завжди повинні дотримуватися правил, навіть якщо ніхто за ними не стежить	1	2	3	4	5	6	99
7.4 Для неї важливо завжди поводитися правильно. Вона прагне уникати будь-яких вчинків, які можуть викликати осуд	1	2	3	4	5	6	99
7.5 Для неї дуже важливо бути скромним і "триматися в тіні". Вона намагається не приваблювати до себе уваги	1	2	3	4	5	6	99
7.6 Для неї важливі традиції. Вона намагається дотримуватися релігійних чи родинних звичаїв	1	2	3	4	5	6	99
7.7 Для неї важливо вигадувати нові ідеї та бути творчою людиною. Їй подобається все робити своїм оригінальним чином	1	2	3	4	5	6	99
7.8 Для неї важливо самій приймати рішення про те, що робити. Їй подобається бути вільною, не бути залежною	1	2	3	4	5	6	99
7.9 Їй подобаються сюрпризи, і вона завжди шукає, якою б новою справою зайнятися. Вона вважає, що важливо займатися в житті багатьма різними речами	1	2	3	4	5	6	99
7.10 Вона шукає пригод і любить ризикувати. Вона хоче життя, сповненого вражень	1	2	3	4	5	6	99
7.11 Для неї важливо добре проводити час. Їй подобається себе палувати	1	2	3	4	5	6	99
7.12 Вона шукає будь-яку змогу повеселитися. Для неї важливо робити те, що дає їй втіху	1	2	3	4	5	6	99
7.13 Для неї важливо демонструвати всім, яка вона здібна. Вона хоче, щоб люди захоплювалися тим, що вона робить	1	2	3	4	5	6	99
7.14 Для неї дуже важливо бути успішною. Вона сподівається, що люди визнають її досягнення	1	2	3	4	5	6	99

7.15 Для неї важливо бути багатою. Вона хоче мати багато грошей і дорогі речі	1	2	3	4	5	6	99
7.16 Для неї важливо бути шанованою людиною. Вона хоче, щоб люди робили те, що вона каже	1	2	3	4	5	6	99
7.17 Для неї дуже важливо допомагати оточуючим людям. Їй хочеться піклуватися про їхнє благополуччя	1	2	3	4	5	6	99
7.18 Для неї важливо бути вірною своїм друзям. Вона хоче присвятити себе близьким людям	1	2	3	4	5	6	99
7.19 Для неї дуже важливо, щоб у ставленні до людей в усьому світі дотримувалася рівність. Вона переконана, що в усіх повинні бути рівні можливості в житті	1	2	3	4	5	6	99
27.20 Вона вважає важливим вислуховувати думки тих, хто від неї відрізняється. Навіть якщо вона не згодна із ними, то однаково хоче зрозуміти їхню точку зору	1	2	3	4	5	6	99
27.21 Вона твердо переконана, що люди повинні берегти природу. Для неї важливо піклуватися про навколишнє середовище	1	2	3	4	5	6	99

Д1. Скільки років Вам вже виповнилося []

Д2. Стать респондента (фіксує інтерв'юер) 1. Чоловік 2. Жінка

Д3. Вкажіть Вашу освіту?

1. Початкова, неповна середня
2. Середня загальна (школа)
3. Середня спеціальна (технікум, коледж)
4. Вища, незакінчена вища

Д4. Яке з тверджень краще підходить для характеристики Вашого матеріального становища?

(Картка Д4)

1. Засобів до зарплати/пенсії не вистачає, змушені позичати
2. На повсякденні витрати вистачає, але купувати одяг вже складно
3. В основному вистачає, але для купівлі дорогих предметів треба брати у борг
4. Майже на все вистачає, але купівля квартири, будинку є недоступною
5. Практично ні в чому собі не відмовляємо
6. Немає відповіді/Важко відповісти