

УДК 324

DOI: 10.15587/2313-8416.2014.27606

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ТРАНСФОРМАЦІЙНОГО ПІДХОДУ ЩОДО ДОСЛІДЖЕННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ПРОСТОРУ

© М. М. Шелемба

В статті розроблено методологічні засади використання трансформаційної моделі із використанням якісних та кількісних методів дослідження електорального простору, серед яких методи факторного та кореляційного аналізу. Було розроблено та запропоновано підхід до параметричного визначення та методологічного закріплення показника «Відрізок зламу лінії кореляції між двома рядами даних» (в розрізі оцінки електорального простору під час виборчих кампаній).

Ключові слова: електоральний простір, трансформаційна модель, якісні методи, кількісні методи, факторний аналіз, кореляційний аналіз.

In the article methodological principles of the use of transformation model are worked out with the use of quality and quantitative methods researches of electoral space, among that there are methods of factor and cross-correlation analysis. It was worked out and offer going near self-reactance determination and methodological fixing of index "Segment of fracture of line of correlation between two rows of data" (in the cut of estimation of electoral space during electoral campaigns).

Keywords: electoral space, transformation model, quality methods, quantitative methods, factor analysis, cross-correlation analysis.

1. Вступ

В сучасних умовах становлення демократичної держави відбуваються зміни характеристик електорального простору, що пов'язане із змінами відношення виборців до здійснення свого громадського зобов'язання, змінами політичної грамотності, змінами соціально-економічного стану населення тощо. Дослідження стану та динаміки розвитку електорального простору необхідні для подальшого моделювання його змін. Процедура цього дослідження повинна відбуватись за визначеними методологічними засадами дослідження електорального простору, науково обґрунтованими та обраними конкретно щодо певного виду аналізу.

2. Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями

Проблема вибору моделі (підходу) та відповідних методів є актуальною, оскільки від того, наскільки обґрунтованими та доцільним буде вибір залежить ефективність оцінки стану електорального простору, яка, в свою чергу, вплине на можливе визначення перспектив розвитку.

3. Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питання методологічного забезпечення досліджень електорального простору висвітлені в працях низки вітчизняних та іноземних авторів, серед яких В. Я. Гельман, Г. В. Голосов, О. Ю. Мелешкіна, Ю. М. Благовещенський, К. П. Боришполець, Ю. Гайворонський, Ю. В. Дзядик, А. В. Єхнич, М. В. Жеребцов, І. А. Журкіна, В. Ф. Ковров, О. В. Лузіна, Л. В. Сморгунюв, Дж. С. Бенкс, Д. Блек, М. Фіоріна. Зважаючи на те, що в наукових колах використовуються різні підходи до визначення методології дослідження даного питання, при

використанні методів, запропонованих для країн із великим досвідом виборчих кампаній, не враховуються особливості українського електорального простору, існує необхідність представлення системного авторського підходу до оцінки із набором найбільш доцільних та обґрунтованих методів.

4. Мета статті

Формулювання методологічних аспектів використання трансформаційного підходу щодо дослідження електорального простору.

5. Трансформаційний підхід щодо дослідження електорального простору

На підставі вивчення основних наукових підходів, прикладних досліджень та тенденцій виборчих кампаній [1–3, 5–10] було розроблено трансформаційну модель із використанням якісних та кількісних методів дослідження.

Розглянемо основні методологічні засади використання трансформаційної моделі із використанням якісних та кількісних методів дослідження електорального простору. Дослідження електорального простору пропонується здійснювати із використанням факторного та кореляційного аналізу.

Факторний аналіз можна проводити із використанням якісних та кількісних показників. Метою факторного аналізу є пошук мінімальної (бажано двох) кількості найбільш вагомих факторів, які визначають та впливають на розподіл голосів виборців в кожному з регіонів (в нашому випадку областей) країни. В практиці розвинених західних країн часто для факторного аналізу у якості двох факторів – фактор конформізму та фактор консервативності. Для України такий розподіл, на

нашу думку, не може бути використаний з огляду на недостатню велику історію виборчих кампаній.

Для проведення дослідження було обрано дві незалежні некорельовані групи факторів. Перша група відповідає за ментальні характеристики і сформована мовною, етноконфесійною та конформістською складовими. Доцільність використання мовної та етнокультурної складової підтверджується дослідженням Ю. В. Дзядика [3], який довів, що врахування ментальності є визначальним як для України в цілому, так і, особливо, для її східних та західних областей. Автор вказує, що ігнорування, як і зловживання факторами ментальності українців може призвести до розколу України. Приклад зловживання можемо спостерігати на сучасному етапі розвитку держави, коли завдяки політичним зловживанням щодо питань мовної та етнічно конфесійної приналежності були сформовані сепаратистські настрої, здійснено замах на територіальну цілісність та країна постала перед загрозою розколу. Доцільність використання конформістської складової підтверджується дослідженнями західних авторів, але може бути адаптований до нашого аналізу, оскільки конформізм, який трактується як схильність чинити так, як чинить більшість є ментальною особливістю українців.

Фактор «ментальність» характеризує етнокультурні особливості населення та визначається:

– часткою українців регіону (області) в загальному складі населення кожного регіону (області). Максимальне значення 100% відповідає максимальному позитивному значенню 1, і відповідно кожне значення у відсотках десятковому значенню на шкалі від 0 до 1 з позитивними значеннями;

– використанням української мови - часткою населення кожного регіону (області), що вважає українську мову рідною. Максимальне значення 100 % відповідає максимальному позитивному значенню 1, та кожне значення у відсотках десятковому значенню на шкалі від 0 до 1 з позитивними значеннями;

– релігійності населення регіону – часткою релігійних організацій регіону в складі релігійних організацій країни. Найбільша частка приймається згідно із статистичними даними на рік виборів. Максимальне значення, визначене за статистикою відповідає максимальному позитивному значенню 1, і відповідно кожне значення відповідає десятковому значенню на шкалі від 0 до 1 з позитивними значеннями;

– рівнем конформізму. Це якісний показник і розраховується експертним методом. Група експертів за кожним регіоном визначає рівень конформізму виборців. Максимальне значення у відсотках відповідає максимальному позитивному значенню 1, і відповідно кожне значення у відсотках десятковому значенню на шкалі від 0 до 1 з позитивними значеннями. Максимальне значення експертами визначається для кожної виборчої кампанії окремо.

На нашу думку, рівень конформізму в останніх виборчих кампаніях був сформований під впливом агентів впливу, серед яких виділяються відкриті та скриті агенти. Особлива роль у формуванні конформізму населення відіграють екзит-полю, які можна віднести за ступенем прозорості та відкритості до категорії відкритих, та за ступенем скритого впливу на психологію прийняття рішень чинити як більшість – до категорії скритих агентів впливу. Тобто, із упевненістю можна стверджувати, що дані провідних екзит-полів країни є інструментами формування конформізму виборців.

Визначаємо вагу кожної із складових фактору «ментальність». Вагові показники також визначаються експертним методом. І визначаємо загальне значення цього фактору з урахуванням вагових показників. Максимальне значення відповідає максимальному позитивному значенню 1, і відповідно кожне значення десятковому значенню на шкалі від 0 до 1 з позитивними значеннями. Наносимо значення фактору «ментальність» на двох факторну шкалу за кожним регіоном та кожним періодом виборчих кампаній.

Параметричні дані щодо фактору «ментальність» (статистичні дані щодо етноконфесійного складу) пропонується отримувати на підставі статистичних показників на період здійснення виборчих кампаній (можливе відхилення в кілька місяців, півроку, якщо виборча кампанія відбувалась до або після річного звітного періоду).

Друга група факторів – фактори рівня життя населення регіону (області) визначається за допомогою параметричного показника рівня життя населення кожного регіону. Параметричні дані щодо фактору «рівень життя населення» (статистичні дані) пропонується отримувати на підставі статистичних показників на період здійснення виборчих кампаній (можливе відхилення в кілька місяців, півроку, якщо виборча кампанія відбувалась до або після річного звітного періоду).

Максимальне значення відповідає максимальному негативному значенню 1, і відповідно кожне значення у відсотках десятковому значенню на шкалі від 0 до -1 з негативними значеннями. У якості максимально високого рівня життя обирається те, яке є найбільш високим по регіонах України на момент виборчої кампанії. Наносимо значення фактору «рівня життя населення» на двохфакторну шкалу за кожним регіоном та кожним періодом виборчих кампаній.

Групуємо дані щодо результатів виборів за кожною партією по регіонах України у визначені для аналізу періоди виборчих кампаній, дані для групування отримуємо за матеріалами Центральної виборчої комісії, Територіальних виборчих комісій. Ці дані також використовуються для подальшого кореляційного аналізу.

Далі співвідносимо позиції кожної з політичних партій за набраними голосами із впливом на результати виборів двох вищеозначених факторів за кожним регіоном (областю), робимо висновок щодо залежності цих факторів та позицій партій в

тому або іншому регіоні, та країні в цілому.

Наступним етапом дослідження є проведення кореляційного аналізу. Цей вид аналізу адаптовано до моделі, запропонованої М. В. Гришиним [2], і він передбачає визначення максимального, мінімального та середнього рівнів кореляції між показником результатів підтримки кожної партії в кожному регіоні України та найбільш значимої соціальної кореляції на протязі наступних виборчих кампаній.

Визначено періоди, які будуть використовуватись як для кореляційного, так і для факторного аналізу, це:

1991–2002 рр. В цей період відбувались виборчі кампанії Парламентських виборів в Україні в 1994 р. (перші Парламентські вибори в Україні), 1998 р. (другі Парламентські вибори в Україні), 2002 р. (треті Парламентські вибори в Україні);

2003–2014 рр. В ці роки в Україні відбуваються виборчі кампанії Парламентських виборів в Україні в 2006 р. (четверті Парламентські вибори в Україні), 2007 р. (п'яті Парламентські вибори в Україні), 2012 р. (шості Парламентські вибори в Україні), 2014 р. (сьомі Парламентські вибори в Україні).

Дослідження можливих соціальних корелят дало змогу нам виділити таку, яка, на нашу думку, є найбільш значимою на протязі зазначених виборчих кампаній, це, зокрема – соціальна корелята «Індекс людського розвитку». Параметричні дані щодо значення Індeksu людського розвитку по регіонах України отримуємо із звітів Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй про людський розвиток.

Вибір саме цієї кореляти пов'язаний із тим, що вона, згідно із методологією [4], включає найважливіші показники людського розвитку в регіонах країни, а саме: тривалість життя при народженні, тривалість навчання, рівень життя через показник ВНД на душу населення за паритетом купівельної спроможності (ПКС). Статистичні дані щодо зазначених складових соціальної кореляти «Індекс людського розвитку» представлені в звітах статистичних органів регіонів України, та на рівні Державної служби статистики України. Значення соціальної кореляти «Індекс людського розвитку» представляємо на період здійснення виборчих кампаній, також допускається відхилення в кілька місяців, півроку, якщо виборчі кампанії відбувались до або після річних звітних періодів.

Далі розраховуємо коефіцієнт лінійної кореляції Пірсона [2] співвіднесенням показників результатів підтримки кожної партії в кожному регіоні України та найбільш значимої соціальної кореляти на протязі наступних виборчих кампаній «Індекс людського розвитку». Пропонується підтримати пропозицію М.В. Гришина [2], і вважати, що зв'язок з кореляцією на рівні 0,85 можемо прийняти у якості найбільш високого для даного дослідження, тобто для дослідження електорального простору під час Парламентських виборів в Україні. Це значення використовують, переважно, для дослідження суспільних явищ, тобто вибори

відносяться до цієї категорії. Також приймаємо визначення, що якщо значення коефіцієнту кореляції на рівні менше 0,3, то зв'язок із кореляцією вважатимемо слабким, якщо від 0,3 до 0,7 – середнім, і якщо більше 0,7 – високим.

Виділяємо значення максимального, мінімального та середнього рівнів кореляції між показником результатів підтримки кожної партії в кожному регіоні України та найбільш значимої соціальної кореляти в кожному з досліджуваних періодів виборчих кампаній (I-й досліджуваний період 1991–2002 рр., який включає три Парламентські вибори в Україні; II-й досліджуваний період 2003–2014 рр., який включає чотири Парламентські вибори в Україні).

За результатами розрахунків робимо висновки за кожним періодом виборчих кампаній та регіоном, в цілому загальними тенденціями по Україні, виявляємо можливі злами на лінії кореляції в певні періоди виборчих кампаній у тих або інших регіонах за результатами виборів. У разі, якщо розрахунки показали злами кореляції між показником результатів підтримки кожної партії в кожному регіоні України та найбільш значимої соціальної кореляти в кожному з досліджуваних періодів виборчих кампаній оцінюємо їх причини та наслідки на подальший розвиток електорального простору.

Нами було виявлено, що в наукових колах відсутня чітка параметризація визначення зламу лінії кореляції між двома рядами даних в розрізі оцінки електорального простору під час виборчих кампаній. На нашу думку, необхідне чітке означення відрізка зламу лінії кореляції між двома рядами даних, зокрема, у нашому випадку між показником результатів підтримки партії в кожному регіоні України та найбільш значимої соціальної кореляти в кожному з досліджуваних періодів виборчих кампаній. Можемо підтримати Ю. М. Благо-вещенського [1], який стверджує, що злами ліній кореляції більш доцільно аналізувати за основними партіями, які є лідерами у виборчих кампаніях.

Нами пропонується ввести показник «Відрізок зламу лінії кореляції між двома рядами даних» (в розрізі оцінки електорального простору під час виборчих кампаній) (формула (1) [авторська розробка]).

$$Z_r = a_r \sim Z_{sl}, Z_{sil}, \quad (1)$$

де Z_r – відрізок зламу лінії кореляції між двома рядами даних (в розрізі оцінки електорального простору під час виборчих кампаній), десятичні одиниці; a_r – значення відрізка зламу лінії кореляції між двома рядами даних (в розрізі оцінки електорального простору під час виборчих кампаній), яке може відповідати слабкому зламу, сильному зламу, десятичні одиниці; Z_{sl} – значення слабого зламу, яке визначається для основних партій, що є лідерами у виборчих кампаніях, десятичні одиниці. Це значення визначається за результатами кореляційного аналізу; Z_{sil} – значення сильного зламу, яке визначається для основних партій, що є лідерами у виборчих кампаніях, десятичні одиниці. Це значення визначається за результатами

кореляційного аналізу.

За кожним отриманим відрізком зламу лінії кореляції між двома рядами даних (в розрізі оцінки електорального простору під час виборчих кампаній) слід зробити висновки, оцінити ступінь його сили. Також здійснюється порівняльна оцінка запропонованих показників за визначені періоди виборчих кампаній, оцінюються найбільш сильні та слабкі відрізки зламу в кожному періоді відносно тих або інших партій. Особлива увага приділяється випадкам, коли відбуваються явища сильних зламів у однієї і тієї ж партії, оцінюються регіональні тенденції цих процесів.

Наукова новизна запропонованого показника полягає в тому, що в дослідженні вперше запропоновано підхід до параметричного визначення та методологічного закріплення показника «Відрізок зламу лінії кореляції між двома рядами даних» (в розрізі оцінки електорального простору під час виборчих кампаній), який може використовуватись для аналізу електорального простору сучасних регіонів України та країни в цілому, оскільки вітчизняні виборчі кампанії з огляду на не достатньо великий досвід існування виборчої системи характеризуються зламами кореляцій під час виборів.

Наприкінці дослідження здійснюється загальний висновок щодо стану електорального простору за результатами факторного та кореляційного аналізу.

6. Висновки

Розроблено та запропоновано основні методологічні засади використання трансформаційної моделі із використанням якісних та кількісних методів дослідження електорального простору, серед яких методи факторного та кореляційного аналізу. Представлена трансформаційна модель дослідження адаптована до сучасних умов електорального простору України та враховує його основні особливості і тенденції розвитку.

Література

1. Благовещенский, Ю. Н. Анализ выборов в Думу-2003 и стратификация избирателей. Интернет-мониторинг выборов 2003-2004 гг. в России. [Текст] / Ю. Н. Благовещенский. – М.: Фонд ИНДЕМ, 2004. – 522 с.
2. Гришин, Н. В. Динамика электоральных предпочтений населения Юга России. Сравнительное исследование [Текст] / Н. В. Гришин. – М.: Издательство «Социально-политическая МЫСЛЬ», 2008. – 182 с.
3. Дзядик, Ю. В. Образ України у електоральному просторі: динаміка, константи, прогноз [Електронний ресурс] / Ю. В. Дзядик. – Режим доступу: <http://vs.irtc.org.ua/~dzyadyk/vyb/Dzyadyk-2009-11-17.pdf> – 17.09.2014. – Загол. з екрану
4. Доклад о человеческом развитии 2013. Возвышение Юга: человеческий прогресс в многообразном мире [Електронний ресурс] / Режим доступу : http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2013_ru.pdf – 17.09.2014. – Загл. с экр.
5. Евстифеев, Р. В. Мелодии электоральных пространств. Политический процесс и электоральные предпочтения избирателей [Текст] / Р. В. Евстифеев. – Владимир: Собор, 2009. – 192 с.

6. Ключев, О. В. Електоральний простір у контексті трансформаційних змін в українському суспільстві [Текст]: дис.... канд. політ. наук / О. В. Ключев. – Донецьк, 2012. – 193 с.

7. Ковров, В. Ф. Теоретико-методологический анализ электорального поведения: социологический аспект [Текст] / В. Ф. Ковров. – М.: Палеотип, 2007. – 188 с.

8. Мелешкина, Е. Факторы структурирования электорального пространства [Текст] / Е. Мелешкина // Структура и динамика российского электорального пространства. – 2000. – № 2. – С. 89–92.

9. Фурашев, В. Н. Моделирование информационно-электоральных процессов [Текст] / В. Н. Фурашев. – К.: НИЦПИ АПрН Украины, 2007. – 182 с.

10. Хамутовская, С. В. Конкретно-социологический подход к изучению электорального поведения населения: сущность и особенности [Текст] / С. В. Хамутовская // Социологический альманах. – 2011. – № 2. – С. 263–269.

References

1. Blagoveshenskij, Ju. N. (2004). Analiz vyborov v Dumu-2003 i stratifikacija izbiratelej. Internet-monitoring vyborov 2003-2004 gg. v Rossii [Analysis of elections in Parliament - 2003 and stratification of electors. Internet-monitoring of elections 2003-2004 is in Russia]. Moscow, Russia: INDEM, 115–130.
2. Grishin, N. V. (2008). Dinamika jelektoral'nyh predpochtenij naselenija Juga Rossii. Sravnitel'noe issledovanie [Dynamics of electoral preferences of population of South of Russia. Comparative research]. Moscow, Russia: Publishing house "Socio-political IDEA", 182.
3. Dziadyk, Yu. V. (2009). Obraz Ukrainy u elektor'nomu prostori: dinamika, konstanty, prohnaz [Character of Ukraine in electoral space: dynamics, constants, prognosis]. Available at : <http://vs.irtc.org.ua/~dzyadyk/vyb/Dzyadyk-2009-11-17.pdf> (Last access: 17.09.2014). Title from the screen
4. Doklad o chelovecheskom razvitii 2013. Vozvysenie Juga: chelovecheskij progress v mnogoobraznom mire [Lecture about human development 2013. Rise of South : human progress in the varied world]. Available at : http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2013_ru.pdf (Last access: 17.09.2014). Title from the screen
5. Evstifeev, R. V. (2009). Melodii jelektoral'nyh prostranstv. Politicheskij process i jelektoral'nye predpochtenija izbiratelej (Vladimirskaja oblast', 1999-2009 gg.) [Melodies of electoral spaces. Political process and electoral preferences of electors (Vladimirskiy area, 1999-2009)]. Vladimir, Russia: Sobor, 192.
6. Kliuzhev, O. V. (2012). Elektor'nyj prostir u konteksti transformatsijnykh zmin v ukrains'komu suspil'stvi [Electoral space is in the context of transformation changes in Ukrainian society]. Donetsk, 193.
7. Kovrov, V. F. (2007). Teoretiko-metodologicheskij analiz jelektoral'nogo povedenija: sociologicheskij aspekt [Theoretical methodological analysis of electoral behavior: sociological aspect]. Moscow, Russia: Paleotip, 188.
8. Meleshkina, E. (2000). Faktory strukturirovaniya jelektoral'nogo prostranstva [Factors of systematization of electoral space]. Structure and dynamics of Russian electoral space, 2, 89–92
9. Furashov, V. N. (2007). Modelirovanie informacionno-jelektoral'nyh processov [A design is informative – electoral processes]. Kyiv, Ukraine: NIICPI AprN Ukraine, 182.
10. Hamutovskaja, S. V. (2011). Konkretno-sociologicheskij podhod k izucheniju jelektoral'nogo povedenija naselenija: sushhnost' i osobennosti [Certainly-sociological going near the study of electoral behavior of population: essence and features]. Sociological almanac, 2, 263–269.

*Рекомендовано до публікації д-р політ. наук Лендел М. О.
Дата надходження рукопису 22.09.2014*

Шелемба Михайло Михайлович, аспірант, кафедра політології та державного управління, ДВНЗ “Ужгородський національний університет”, м. Ужгород вул. Університетська 12, 88000
E-mail: shelemba.m@gmail.com