

## ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ТА ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ВИБОРУ

Лешенок У. С.,

*аспірант факультету соціології*

*Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

У статті аналізується зв'язок між ціннісними орієнтаціями населення України та електоральним вибором. Метою статті є дослідження даного взаємозв'язку на регіональному рівні за допомогою поєднання двох джерел даних – шостої хвилі Європейського соціального дослідження, проведеної в Україні, та результатів голосування населення України на Парламентських виборах 2012 року. Поняття «цінності» у даній статті визначено у межах теорії Ш. Шварца як бажані цілі, що виходять за рамки конкретних ситуацій, відрізняються одна від одної за своєю значущістю і є керівними принципами в житті людини. У аналізі використані десять цінностей, виділених Шварцом, які об'єднані у чотири ціннісні сектори, а саме цінності «Збереження», «Самоствердження», «Піклування про людей та природу» і «Відкритості до змін». На даних з обох джерел, згрупованих по областях, виявлена кореляція між рівнем вираженості цінностей із визначених секторів та часткою партій, які набрали більше 1% голосів на Парламентських виборах. Зафіксований зв'язок між ціннісними орієнтаціями та електоральним вибором відкриває перспективи для можливості кластеризації партій на основі цінностей їх прихильників як альтернативу групуванню партій у межах класичних ідеологічних континуумів.

В статье анализируется связь между ценностными ориентациями населения Украины и электоральным выбором. Целью статьи является исследование данной взаимосвязи на региональном уровне с помощью сочетания двух источников данных – шестой волны Европейского социального исследования, проведенной в Украине, и результатов голосования населения Украины на Парламентских выборах 2012 года. Понятие «ценности» в данной статье определено в рамках теории Ш. Шварца как желаемые цели, выходящие за рамки конкретных ситуаций, которые отличаются друг от друга по своей значимости и являются руководящими принципами в жизни человека. В анализе использованы десять ценностей, выделенных Шварцем, которые объединены в четыре ценностных сектора, а именно, ценности «Сохранения», «Самоутверждения», «Заботы о людях и природе» и «Открытости изменениям». На данных из обоих источников, сгруппированных по областям, выявлена корреляция между уровнем выраженности ценностей из определенных секторов и долей партий, набравших более 1% голосов на Парламентских выборах. Зафиксированная связь между ценностными ориентациями и электоральным выбором открывает перспективы для возможности кластеризации партий на основе ценностей их сторонников в качестве альтернативы группированию партий в пределах классических идеологических континуумов.

The article analyzes the relationship between the value orientations of the Ukrainians and the electoral choice. The purpose of the article is to study this relationship at the regional level by combining two data sources - the sixth wave of the European Social Survey conducted in Ukraine and the results of the Ukrainians voting in the 2012 parliamentary elections. The concept of "value" in this article is defined within Schwartz's theory as desirable goals that go beyond specific situations, differ in importance from each other and are guiding principles in human life. The analysis uses the ten Schwarz's values, which are grouped into four value sectors, which are named «Conservation», «Self-Enhancement», «Self-Transcendence» and «Openness to Change». Correlation between the level of values from the identified sectors and the proportion of parties that scored more than 1% of the votes in the parliamentary elections is observed on the data from both sources, grouped by region. The fixed correlation between value orientations and electoral choice opens up perspectives for the possibility of clustering parties based on the values of their supporters as an alternative to grouping parties within the classical ideological continuums.

**Ключові слова:** цінності, ціннісні орієнтації, політичні орієнтації, електоральний вибір

**Постановка проблеми.** У соціології існує кілька підходів до пояснення електоральної поведінки респондентів (на основі соціально-демографічних, соціально-психологічних характеристик, через теорію раціонального вибору) [1]. Досліджуючи фактори, які можуть впливати на вибір тієї чи іншої політичної сили або політичного лідера, соціологи, з одного боку, прагнуть побудувати моделі, які дозволяють робити прогнози щодо електоральної поведінки населення, а з іншого боку, прагнуть

оцінити, як функціонує демократія. Адже саме через вибори громадяни можуть суттєво впливати як на вибір політичної еліти, так і на вибір шляху розвитку країни та спосіб розв'язання найбільш актуальних проблем, і від того, наскільки дієвим є цей механізм, залежить міра демократичності суспільства [2, с. 239]. Актуальність вивчення електоральної поведінки зумовлена тим, що вона виступає важливим соціально-політичним показником, за допомогою якого можна визначити як рівень розвитку демократії у певному суспільстві, так і особливості формування демократичних інститутів [3, с. 190].

Але зазвичай у спробах знайти певні кореляційні зв'язки, які можуть лягти в основу математичних моделей, дослідники використовують змінні, у яких за допомогою прямого питання фіксують електоральний вибір респондента. З цим пов'язаний ряд проблем, які виникають під час використання прямого питання щодо переваг респондента відносно певних політичних сил чи лідерів, або ж його намірів щодо голосування на найближчих виборах. Це і загальновідома «спіраль мовчання», коли респонденти, відчуваючи, що їхні думки у суспільстві репрезентовані меншістю, а не більшістю, прагнуть приховати свої реальні атитюди та вподобання [4], і відсутність реального лідера або лідерів громадської думки, що є причиною високої частки тих, хто не визначився з вибором. У даній статті здійснена спроба поєднати дані опитування та результати голосування на виборах як змінну, яка найбільш об'єктивно фіксує електоральний вибір.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У електоральній соціології є кілька підходів до пояснення факторів електорального вибору респондента. Так, згідно з точкою зору прихильників соціально-психологічної теорії електоральної поведінки, яку ще можна назвати теорією партійно-ідеологічної ідентифікації, прихильність виборців до певної політичної партії, її кандидатів чи певного політичного типу партій складається в ході ранньої соціалізації індивіда в сім'ї, найближчому оточенні (коло спілкування в школі, на вулиці тощо) [1, с. 159]. У межах соціологічної (соціально-демографічної, статусної) теорії електоральної поведінки ключовим фактором, який впливає на політичні переваги респондентів, вважається набір соціально-демографічних характеристик, таких як вік, рівень доходу, місце проживання, рівень освіти, професія, релігійна приналежність [1, с. 153]. Також у вітчизняній електоральній соціології поширений підхід, у межах якого вважається, що електоральний вибір особи залежить від її ціннісних орієнтацій, адже вся система поведінки зрештою базується на цінностях [5]. У межах «економічної моделі» вважається, що виборець прагне здобути максимальний економічний ефект від електорального вибору, у «маркетинговій моделі» виборець також орієнтується на оптимальний «ринково виправданий» варіант вибору, але, окрім економічних, може враховувати й інші чинники (етнічні, релігійні, тощо) [6].

Дана робота присвячена дослідженню зв'язку між ціннісними орієнтаціями та електоральним вибором населення України. У межах визначення поняття «цінності» можна виділити два підходи в залежності від того, хто є їх носієм – окремі індивіди або ж соціальні спільноти. Підхід до інтерпретації цінностей як індивідуальних характеристик сформувався у межах психології, де цінності розглядались як змінна, через яку можна пояснити людську поведінку. Так, наприклад, Г. Олпорт та П. Вернон визначали цінності як базові переконання або уявлення індивіда щодо того, що є або не є важливим у його житті [7, с. 505]. У визначенні цінностей М. Рокіча цінності – це стійкі переконання у тому, що певний вид діяльності або спосіб існування є більш особисто або соціально прийнятним, ніж протилежний йому [8, с. 5]. Теорія індивідуальних цінностей Рокіча поступово була витіснена теорією базових цінностей Ш. Шварца, який під цінностями розуміє бажані цілі, які виходять за рамки конкретних ситуацій, відрізняються одна від одної за своєю значимістю і є керівними принципами в житті людини [9, с. 903].

В основі даної роботи лежить теоретичне припущення, що цінності впливають на те, як люди організують та встановлюють певну ієрархію у своїх уявленнях і установках щодо різноманітних політичних питань, приймають політичні рішення і комунікують у сфері політики [10, с. 1]. Прикладом емпіричного обґрунтування зв'язку між цінностями та ідентифікацією з ідеологією може бути дослідження Ю. Пюрко з колегами, які довели існування зв'язку між базовими цінностями та лівими і правими політичними орієнтаціями на базі Європейського соціального дослідження (ESS) [11]. У низці досліджень підтверджується вплив цінностей на електоральний вибір. Для прикладу можна навести дослідження Ф. Леймгрубера, де у якості емпіричної бази були використані дані Швейцарського електорального дослідження за 2007 рік. В результаті аналізу Леймгрубер довів, що базові цінності мають опосередкований вплив на результати голосування, і цей вплив опосередкований саме політичними орієнтаціями [12]. Також Дж. Капрара та Ф. Зімбардо (2004), дослідивши вибори в Італії у 2001 та 2006 роках, довели, що цінності зумовлюють більшу варіацію електорального вибору, ніж соціально-демографічні змінні [13]. Серед українських соціологічних досліджень яскравим прикладом є дослідження І. Колодія, одним із завдань якого було вивчення впливу ціннісних орієнтацій, виміряних за методикою Р. Інґлегарта, на імовірність того, що респондент проголосує за «ліві» партії [14]. У дослідженні ціннісні орієнтації були використані у регресійних моделях як предиктори, і був зафіксований їх значущий вплив на залежну змінну.

У розглянутих роботах, з одного боку, аналіз здійснюється на індивідуальному рівні, тобто ціннісні орієнтації розглядаються як мотиви, що спонукають респондента проголосувати за ту чи іншу політичну силу або лідера. З іншого боку, електоральний вибір або політичні орієнтації тут фіксуються за допомогою прямих питань у соціологічному опитуванні.

**Метою статті** є дослідження зв'язку між ціннісними орієнтаціями та політичним вибором населення України на регіональному рівні за допомогою поєднання двох джерел даних – масового опитування та результатів голосування, представлених Центральною виборчою комісією. Тобто перехід з індивідуального рівня на регіональний (у даному дослідженні – на рівень областей України), дає можливість використати для фіксації електорального вибору не соціологічне опитування, а результати виборів як найбільш об'єктивний індикатор такого вибору.

**Виклад основного матеріалу.** У цій роботі взаємозв'язок електорального вибору та ціннісних орієнтацій досліджений за допомогою даних масового опитування (ціннісні орієнтації) та результатів голосування на Парламентських виборах 2012 року. Інтерпретація поняття «цінності» базується на методиці Ш. Шварца, відповідно, цінності визначаються як бажані цілі, які виходять за рамки конкретних ситуацій, відрізняються одна від одної за своєю значущістю і є керівними принципами в житті людини [9, с.903]. В початковому варіанті теорії Шварца пропонується включати у круговий континуум 10 базових людських цінностей, які можуть бути зведені у 4 ширші ціннісні сектори. Так, до сектору «Збереження» належать цінності «Безпека», «Конформність» і «Традиція», а до протилежного за змістом сектору «Відкритість до змін» належать цінності «Ризик-новизна», «Самостійність» і «Гедонізм»; до сектору «Самоствердження» – цінності «Влада-багатство» і «Досягнення», а до протилежного за змістом сектору «Турбота про людей і природу» – «Універсалізм» та «Доброзичливість». На основі операціоналізації даної моделі Ш. Шварц створив дві методики – Ціннісний опитувальник і Портретний опитувальник. Аналіз ціннісних орієнтацій у даній статті базується на основі Портретного опитувальника, який включає в себе набір із 21 ціннісного «портрета» абстрактних осіб, схожість з якими респонденту пропонується оцінити за шкалою із шести пунктів: від «Дуже схожий на мене» до «Зовсім не схожий на мене» [15, с. 10]. Ця методика включена в анкету Європейського соціального дослідження. Шоста хвиля Європейського соціального дослідження (ESS), проведена в Україні у 2012 році, буде використана для аналізу ціннісних орієнтацій у даній роботі.

У якості змінної, яка фіксує електоральний вибір населення, у даному дослідженні використані результати голосування на Парламентських виборах, проведених в Україні у 2012 році. Як було зазначено вище, результати виборів, які надаються Центральною виборчою комісією по кожній дільниці, тут розглядаються як найбільш валідний спосіб фіксації електорального вибору.

Гіпотеза дослідження. Між ціннісними орієнтаціями та електоральним вибором населення України є статистично значущий взаємозв'язок на регіональному рівні. Даний зв'язок проявляється у тому, що рівень підтримки певної політичної сили позитивно корелює із рівнем вираженості групи цінностей, схожих за своїм мотиваційним наповненням. Оскільки для аналізу цінності розділені на чотири ціннісні сектори, очікується, що рівень вираженості цінностей, які входять до секторів «Самоствердження» та «Відкритість», буде мати позитивну кореляцію з рівнем підтримки частини політичних сил, які використані у аналізі. Водночас кореляція рівня підтримки цих політичних сил з секторами «Збереження» і «Піклування про людей та природу» буде негативною або буде відсутня. Так само передбачається наявність політичних сил, рівень підтримки яких буде позитивно корелювати з вираженістю цінностей «Піклування» та «Збереження» і негативно або незначуще корелювати з вираженістю цінностей «Самоствердження» та «Відкритості».

Для того щоб одночасно розглянути результати опитування та результати голосування на виборах, дані у обох масивах були згруповані за областями. Як було зазначено вище, у методиці Ш. Шварца наявний 21 індикатор, що використовуються в опитувальнику ESS для вимірювання 10 цінностей. Кожен з цих «портретів» респондент оцінює від 1 («Дуже схожий на мене») до 6 («Зовсім не схожий на мене»). Для подальшої роботи з цими змінними і перекодування їх у 10 цінностей насамперед варто змінити спрямування шкали, щоб більше значення інтерпретувалось як більша подібність. На наступному етапі по кожній цінності обраховується середнє значення індикаторів, через які вона вимірюється, але від отриманого середнього значення по кожній цінності віднімається середнє значення по усім індикаторам, які вимірюють цінності. Така методика розрахунку дає можливість обійти проблему того, що деякі респонденти схильні визначати усі наведені «портрети» як такі, що дуже схожі на нього або на неї. Аналогічним чином утворюються чотири ціннісні сектори, а саме «Самоствердження», «Відкритість до змін», «Збереження» і «Піклування про людей та природу». Надалі для полегшення інтерпретації 10 цінностей будуть зведені у 4 ціннісні сектори.

Для аналізу результатів голосування на Парламентських виборах 2012 року були відібрані 5 партій, які пройшли п'ятивідсотковий бар'єр та потрапили до Верховної Ради, а також 3 партії, які даний бар'єр не подолали, але набрали більше 1%. Результати голосування представлені у Таблиці 1.

## Результати голосування по багатомандатному округу, 2012

Партія	Відсоток "ЗА"	Голосів "ЗА"
Партія регіонів	30,00	6 116 746
Політична партія Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина»	25,54	5 209 090
Політична партія «УДАР (Український Демократичний Альянс за Реформи) Віталія Кличка»	13,96	2 847 979
Комуністична партія України	13,18	2 687 269
Політична партія Всеукраїнське об'єднання «Свобода»	10,44	2 129 933
Партія Наталії Королевської «Україна – Вперед!»	1,58	322 198
Політична партія «Наша Україна»	1,11	226 492
Радикальна Партія Олега Ляшка	1,08	221 144

Джерело: [www.cvk.gov.ua](http://www.cvk.gov.ua)

Результати голосування, так само, як і ціннісні орієнтації, групуються за областями. По кожній дільниці була розрахована частка кожної з восьми партій, наведених вище, а по областям була розрахована середня частка кожної партії. Для фіксації взаємозв'язку між вираженістю цінностей «Самоствердження», «Відкритості до змін», «Піклування про людей і природу» та «Збереження» і результатів голосування за кожну партію, розраховано коефіцієнт кореляції Пірсона, значення якого наведені у Таблиці 2.

Таблиця 2

## Коефіцієнти кореляції між рівнем підтримки партії та мірою вираженості ціннісних орієнтацій

Частка партії	Ціннісні орієнтації			
	Самоствердження	Піклування	Відкритість	Збереження
Партія регіонів	-0,15**	0,13**	-0,07**	-0,06**
ВО «Батьківщина»	0,13**	-0,09**	-0,10**	0,07**
«УДАР Віталія Кличка»	0,13**	-0,10**	0,06**	-0,09**
Комуністична партія України	-0,10**	0,09**	0,08**	-0,09**
ВО «Свобода»	0,02**	-0,05**	-0,14**	0,18**
Партія Н. Королевської «Україна – Вперед!»	0,02**	0,004	-0,05**	-0,08**
«Наша Україна»	0,17**	-0,15**	-0,04**	0,03**
Радикальна Партія О. Ляшка	0,11**	-0,20**	0,13**	-0,06**

\*\* кореляція є значущою на рівні 0,01

На основі представлених коефіцієнтів кореляції можна підтвердити гіпотезу, висунуту раніше, щодо наявності статистично значущого зв'язку між рівнем вираженості ціннісних орієнтацій та рівнем підтримки тих чи інших політичних сил. Коефіцієнти зв'язку є слабкими, але, як було зазначено вище, вплив ціннісних орієнтацій на електоральний вибір все ж є непрямим (Ф. Леймгрубер, Дж. Капрара, Ю. Пюрко). Тому навіть невисокі значення кореляції все одно представляють інтерес для аналізу, адже значущість даних коефіцієнтів доводить, що зв'язок між ціннісними орієнтаціями та електоральним вибором на регіональному рівні існує, навіть більше, інтерес представляє структура цих зв'язків.

Як ми і припускали вище, якщо певна політична сила має позитивну кореляцію з одним із секторів, то з протилежним за мотиваційним наповненням сектором зв'язок або негативний, або відсутній. Так, наприклад, рівень підтримки Партії регіонів позитивно корелює з рівнем вираженості цінностей «Піклування» і негативно – з рівнем вираженості цінностей «Самоствердження». Аналогічна ситуація наявна і у структурі зв'язку ціннісних орієнтацій та рівня підтримки Комуністичної партії. Протилежна ситуація спостерігається у структурі зв'язків ціннісних орієнтацій та рівня підтримки партій «УДАР» та «Батьківщина»: рівень підтримки цих партій позитивно корелює з цінностями «Самоствердження» та негативно – з цінностями «Піклування». А от, наприклад, рівень підтримки партії «Свобода» позитивно корелює з ціннісними орієнтаціями сектору «Збереження» та негативно із протилежним «Збереженню» ціннісним сектором – «Відкритості до змін». Саме така структура зв'язку є важливою, адже, якби рівень підтримки політичних сил мав однаковий напрям кореляції з цінностями, протилежними за мотиваційним змістом, це могло б наштовхнути нас на припущення, що ми маємо справу зі статистичним артефактом. Але отримані результати, у сумі із значущістю коефіцієнтів кореляції, дозволяють зробити висновок про існування зв'язку між ціннісними орієнтаціями та рівнем підтримки політичних сил на регіональному рівні.

Оскільки дані коефіцієнти кореляції представлені на регіональному рівні, це обмежує можливість інтерпретації цих зв'язків на індивідуальному рівні, тобто, коли цінності інтерпретуються як мотиви, що спонукають респондента проголосувати за ту чи іншу політичну силу. Bazуючись на існуючих дослідженнях взаємозв'язку цінностей та політичних орієнтацій, можна зробити припущення, яким чином ціннісні орієнтації та електоральний вибір пов'язані на індивідуальному рівні, але емпіричні дані, використані у цьому дослідженні не дають можливості підтвердити або спростувати такий зв'язок. Для того щоб припустити, які політичні орієнтації можуть бути характерні для респондентів, які поділяють ті чи інші цінності, можна скористатись результатами дослідження Ш. Шварца (2014). Ціннісні орієнтації, що входять до сектору «Піклування», а саме «Універсалізм» та «Доброзичливість», пов'язані як із прагненням респондентів до збереження та покращення добробуту людей, які входять до їх найближчого оточення, так і захисту добробуту всього суспільства в цілому. Ті респонденти, які поділяють дані цінності, переймаються захистом природи, ідеями соціальної справедливості, рівності, демонструють толерантність. У політичних орієнтаціях таких респондентів дані цінності можуть проявлятися у переконаннях щодо необхідності рівномірного розподілу ресурсів та можливостей у суспільстві, що може виражатись у підтримці втручання держави в економіку країни, схваленні політики позитивної дискримінації тощо. Ціннісні орієнтації, які складають сектор «Збереження» («Конформність», «Традиція», «Безпека»), виражаються у прийнятті звичаїв та переконань, які продукуються традиційною культурою або релігією, переконаннях, що уряд має обмежувати дії, які можуть зашкодити іншим або порушити соціальні норми. Такі респонденти переймаються безпекою та стабільністю у суспільстві, соціальних взаємодіях та їх особистому житті. У політичних орієнтаціях усе перераховане може бути виражене у переконаннях у тому, що уряд повинен запобігати підривному діям громадян та примушувати населення дотримуватись законів, від суспільства очікується захист традиційних релігійних та сімейних цінностей.

Ціннісні орієнтації, які входять до сектору «Самоствердження» («Влада-Багатство» та «Досягнення») проявляються у прагненні домінування та контролю над іншими людьми і ресурсами, а також у наданні високої значущості особистому успіху і схваленню іншими людьми. У політичних орієнтаціях респондентів, які поділяють такі цінності, може простежуватись негативне ставлення до втручання уряду в економічні процеси у державі. Ціннісні орієнтації у секторі «Відкритості до змін» («Самостійність», «Ризик-Новизна», «Гедонізм») пов'язані з прагненням до чуттєвого задоволення, захоплюючих пригод, нового досвіду. Респонденти, для яких характерна висока вираженість даних цінностей, прагнуть до незалежності у власних діях і думках, самостійності при прийнятті рішень. У політичних орієнтаціях це може проявлятися в очікуванні від держави захисту громадянських прав та свобод, переконанні у тому, що кожен громадянин вільний діяти і думати так, як вважає за потрібне.

**Висновки** дослідження і перспективи подальших пошуків. Таким чином, в результаті проведеного дослідження можна зробити висновок про існування статистично значущого зв'язку між ціннісними орієнтаціями населення України та електоральним вибором на регіональному рівні. Отримання таких результатів стало можливим завдяки поєднанню двох масивів даних – результатів масового опитування та результатів голосування на виборах. Кореляція на регіональному рівні не означає, що аналогічні зв'язки відтворюються на індивідуальному рівні, але існуючі дослідження, присвячені взаємозв'язку цінностей, політичних орієнтацій та електорального вибору, дають підстави припустити, що на індивідуальному рівні може існувати непрямий вплив ціннісних орієнтацій на електоральний вибір через політичні орієнтації (Ф. Леймгрубер, Дж. Капрара, Ю. Пюрко). В такому разі політичні орієнтації є всеохоплюючими нормативними принципами, віруваннями та переконаннями відносно уряду, громадян та суспільства [9, с. 902]. Серед перспектив подальших досліджень можна назвати верифікацію такого причинного зв'язку в умовах українського суспільства.

Також можна припустити, що на основі сили та напрямку кореляційних зв'язків політичні партії можуть бути об'єднані у певні кластери. Так, наприклад, Партія регіонів та КПУ, рівень підтримки яких позитивно корелює з вираженістю цінностей «Піклування» та негативно – з вираженістю цінностей «Самоствердження», входили до однієї коаліції у Верховній раді 6 скликання (2010–2012). Водночас у Верховній Раді 7 скликання у 2014 році була утворена коаліція, до складу якої увійшли партії ВО «Батьківщина», «УДАР» і ВО «Свобода», при цьому рівень підтримки даних партій позитивно корелює з вираженістю цінностей «Самоствердження» та негативно – з вираженістю цінностей «Піклування». Тобто подальші дослідження в цьому напрямку відкривають можливості кластеризації партій на основі ціннісних орієнтацій їх прихильників, адже групування партій у межах класичних ідеологічних континуумів (як-то ліві/праві, ліберальні/консервативні) в Україні ускладнено через відсутність ідеологічної ідентифікації як у самих партій, так і через відсутність ідеологічної самоідентифікації у респондентів. Перспективним є дослідження ідеологічної близькості даних партій (шляхом експертного опитування, аналізу передвиборчих програм) з метою перевірки того, чи відтворюються у програмах або діяльності цих партій цінності, з якими позитивно корелює рівень підтримки даних партій.

---

## Література:

1. Вишняк О. Електоральна соціологія: історія, теорія, методи. Київ: Ін-т соціології НАНУ, 2000. 310 с.
2. Бекешкіна І. Вибори–2012: динаміка рейтингів і мотивація вибору. Соціальні виміри суспільства, 2013. № 5. С. 239–251.
3. Хамутовская С. Социально-психологический подход к изучению электорального поведения населения: сущность и особенности. *Spółeczeństwo i Edukacja – Międzynarodowe Studia Humanistyczne*, 2012. № 2. С. 189–204.
4. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. 352 с.
5. Каревіна О. Економічні інтереси та соціально-економічні і політичні орієнтації населення України на етапі переходу до нового соціально-економічного устрою. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 1998. № 4/5. С. 176–187.
6. Шинкаренко О. Маркетингова модель електоральної поведінки: сутність та основні характеристики. Український соціологічний журнал, 2013. № 1/2. С. 87–91.
7. Campbell J.B., Jayawickreme E., Hanson E.J. Chapter 18 Measures of Values and Moral Personality. *Measures of Personality and Social Psychological Constructs*, 1st Edition. Academic Press, 2014. 824 p.
8. Rokeach M. *The Nature of Human Values*. New York: Free Press, 1973. 438 p.
9. Schwartz S. H., Caprara G. V., Vecchione M., Bain P., Bianchi G., Caprara M. G., Cieciuch J. Basic Personal Values Underlie and Give Coherence to Political Values: A Cross National Study in 15 Countries. *Political behavioral*, 2014. № 36/4. P. 899-930.
10. Hitlin S., Piliavin J. A. Values: Reviving a Dormant Concept. *Annual Review of Sociology*, 2004. № 30. P. 359-393.
11. Piurko Y., Schwartz S. H., Davidov E. Basic Personal Values and the Meaning of Left-Right Political Orientations in 20 Countries. *Political Psychology*, 2011. № XX. P. 1–25.
12. Leimgruber P. Values and Votes: The Indirect Effect of Personal Values on Voting Behavior. *Swiss Political Science Review*, 2011. № 17/2. P. 107–127.
13. Caprara, G. V., Zimbardo, P. Personalizing politics. *American Psychologist*, 2004. № 59. P. 581–594.
14. Колодій І. Соціальний клас, політична культура і освіта як джерела лівих політичних орієнтацій в Україні, Польщі, Росії і Нідерландах: попередній порівняльний аналіз. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2008. № 4. С. 55-73.
15. Schwartz S. H. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2012. № 2/1. P. 1–20.