

УДК 316.334.3:324

UDC 316.334.3:324

**СПЕЦИФИКА ВЫБОРА
БЕЛОРУССКИХ ИЗБИРАТЕЛЕЙ****SPECIFICITY OF SELECTION
OF BELARUSIAN VOTERS****О. А. Руденко,**
*аспирант кафедры социологии БГУ***O. Rudenko,**
*Post-Graduate Student of the
Department of Sociology, BSU*

Поступила в редакцию 28.11.18.

Received on 28.11.18.

В статье представлены разноплановые дефиниции понятия электорального поведения, обозначаются детерминанты выбора, представленные в рамках существующих теоретико-методологических подходов: социологического, социально-психологического и рационально-инструментального. Рассмотрение электорального поведения белорусов идет по нескольким направлениям: 1) анализ официальных данных, представленных Центральной комиссией Республики Беларусь по выборам и проведению республиканских референдумов и 2) анализ данных массового опроса, проведенного Информационно-аналитическим центром при Администрации Президента Республики Беларусь. На основании официальных данных Центральной комиссии Республики Беларусь по выборам и проведению республиканских референдумов отмечается специфика предпочтений избирателей при выборе Президента (с 1994–2015 гг.) по областям, а с позиции массового сознания определяются основные причины участия / неучастия электората в выборах президента.

Ключевые слова: электоральное поведение, электорат, выборы.

The article presents diverse definitions of the concept of electoral behavior, identifies the determinants of choice presented in the framework of the existing theoretical and methodological approaches: sociological, socio-psychological and rational-instrumental. Consideration of electoral behavior of Belarusians goes in several directions: 1) analysis of the official data provided by the Central Commission of the Republic of Belarus on elections and holding republican referendums and 2) analysis of data of a mass survey conducted by the Information and Analytical Center under the Administration of the President of the Republic of Belarus.

Based on the official data of the Central Commission of the Republic of Belarus on Elections and Republican Referendums, specific voter preferences are noted when choosing the President (from 1994-2015) by regions, and the main reasons for electorate participation / non-participation in the presidential election are determined from the point of view of mass consciousness.

Keywords: electoral behavior, electorate, elections.

Одним из самых важных аспектов изучения политической активности населения является изучение электорального поведения. Рассмотрение электорального поведения в контексте выборов позволяет говорить не только о текущих симпатиях электората к отдельным политикам, но и о различных формах их трансформаций. Цель данной статьи – определить специфику выбора белорусских избирателей.

Говоря в целом об электоральном поведении, хочется отметить, что на сегодняшний день научная литература представлена разноплановыми дефинициями данного понятия, однако общепринятого определения среди исследователей так и не сложилось. С позиции российских ученых, занимающихся

изучением данного феномена, понимание электорального поведения базируется на различных основаниях. Так, к примеру, под электоральным поведением И. В. Охременко понимает форму проявления политического поведения граждан по поводу делегирования своих полномочий [1, с. 20]. В. Л. Римский, говоря об электоральном поведении, понимает его в качестве системы взаимосвязанных реакций, действий или бездействий граждан, осуществляемых с целью приспособления к условиям проведения политических выборов [2, с. 8]. И. В. Малащенко отмечает данный феномен с позиции совокупности действий граждан, связанных с формированием органов политической власти [3, с. 89]. Специалист по политиче-

скому маркетингу Ф. Н. Ильясов понимает под электоральным поведением участие (неучастие) субъекта в выборах в органы представительной власти, а также голосование за определенного кандидата или партию [4, с. 25]. Как можем заметить, представленные определения электорального поведения в основном характеризуют данный феномен с узкой направленности, упуская из виду его структурные составляющие.

Характеристику данного феномена с учетом его структурных составляющих можно обнаружить в научных трудах белорусского социолога С. В. Хамутовской, которая рассматривает электоральное поведение в качестве «формы участия граждан в политической жизни, которое включает политически значимые потребности, мотивы, ориентации, предпочтения, установки и социальные действия электората как специфической общности, проявляемые в ходе избирательных кампаний и выборов в органы государственной власти [5, с. 263].

Согласимся с тем, что электоральное поведение граждан не ограничивается только фактом участия их в выборах и голосовании за определенных политических фигур, это сложный феномен, имеющий сложную структурную организацию. Говоря об электоральном поведении с позиции учета его сложной внутренней организации, с нашей точки зрения, его можно понимать в качестве «комплексного политического участия граждан в формировании властных структур, включающего в себя мнения, установки и ценности избирателей, а также модели их поведения, как на момент выборов, так и в довыборный и послевыборный период» [6, с. 103].

Специфика понимания данного феномена с позиции существующего плюрализма его трактовок также находит свое содержательное место в западных теориях, где выбор избирателей тесным образом связан с мотивами их участия в голосовании и самим процессом голосования. На сегодняшний день существующие в науке объяснительные схемы базируются на уже имеющихся базовых концепциях западных ученых, которые традиционно разграничены рамками существующих в науке теоретико-методологических подходов: социологического, социально-психологического и рационально-инструментального. Теоретико-мето-

дологические основания и общее понимание специфики электорального поведения в рамках существующих подходов рассматривается в тесной связи с детерминантами, которые определяют факт участия и голосования избирателей на выборах. Детерминанты выбора в рамках существующих теоретико-методологических подходов можно представить следующим образом: 1) социальный статус индивида и социальная принадлежность (социологический подход); 2) партийная идентификация (социально-психологический подход); 3) максимизация выгод при минимизации издержек (рационально-инструментальный подход). Несмотря на существующее теоретико-методологическое разнообразие трактовок поведения избирателей, на сегодняшний день становится все сложнее с уверенностью говорить об истинных основаниях выбора, а попытки конструирования вероятностных схем развития событий терпят неудачи. Учитывая специфику существующих подходов при анализе электорального поведения белорусских граждан, можно с условностью говорить об их релевантном перенесении. Интересным вектором рассмотрения в этой связи выступает ориентированность на конкретные положения существующих социологических схем.

Как таковое основание систематического осмысления проблематики электорального выбора было заложено в рамках географического направления А. Зигфрида (социологический подход), где детерминанты выбора и особенности местности были рассмотрены автором в качестве основных детерминант формирования электоральных предпочтений. Исследования французского демографа привели к определению оснований формирования электорального поведения и выдвинули предположения о существовании влияния на выбор избирателей следующих факторов: 1) историческая особенность страны; 2) административное и социально-политическое формирование страны; религиозные предпочтения; 3) влияние внешней среды; 4) способность исследуемого объекта противостоять подобным влияниям [7, с. 50].

По мнению ученого, географическая особенность местности того или иного региона страны являлась основной предпосылкой конструирования социального и политиче-

ского поведения. В ходе эмпирических исследований А. Зигфрид определил региональную особенность голосования во Франции, где некоторая часть Франции была склонна к голосованию за правых, а некоторая – за левых. Учитывая то, что А. Зигфрид был одним из первых исследователей, направивших свой научный интерес на изучение специфики формирования электорального поведения в Европе, можно говорить об огромном прорыве в этой области. Географическое направление в русле конкретных эмпирических замеров нельзя назвать приоритетным направлением в выборе исследователей, однако недооценивать эвристический потенциал данного подхода не стоит.

На сегодняшний день вопросы, связанные с региональной спецификой выбора избирателей, позволяют лучше понять суть симпатий электората, а также оснований их формирования в региональном ключе. Поэтому в рамках комплексного понимания региональной специфики выбора белорусских избирателей обратимся к данным официальной статистики. По данным Центральной комиссии Республики Беларусь по выборам и проведению республиканских референдумов (ЦКК), явка электората в Республике Беларусь в период проведения выборов президента выглядит следующим образом (таблица 1).

Таблица 1 – Региональная специфика участия избирателей в президентских выборах (1994–2015 гг.) (в%) [8–13]

	1994 г.		2001 г.	2006 г.	2010 г.	2015 г.
	I тур (%)	II тур (%)				
Брестская обл.	96,22	95,19	85,84	92,90	91,03	90,39
Витебская обл.	94,48	95,19	84,67	95,10	93,15	91,08
Гомельская обл.	93,71	95,53	85,74	98,20	93,24	90,44
Гродненская обл.	94,77	93,55	85,67	94,20	90,90	88,48
Минская обл.	95,59	94,64	84,12	95,10	90,96	89,66
Могилевская обл.	96,40	96,93	85,26	99,00	93,71	90,96
г. Минск	94,94	89,82	77,59	89,90	84,11	74,38

Как мы можем заметить, белорусскому электорату независимо от области присуща высокая поведенческая активность, связанная с участием в выборах президента. Данное обстоятельство может быть объяснено

тем, что выборы президента являются значимым событием общереспубликанского масштаба, посредством участия в котором граждане выбирают не столько кандидата из предложенных альтернатив, сколько будущее страны. Подтверждение такого рассуждения можно обнаружить в субъективных оценках респондентов, связанных с причинами, которые являются основополагающими при посещении избирательных участков. По результатам социологического исследования, проведенного Информационно-аналитическим Центром при Администрации Президента Республики Беларусь (ИАЦА), 71 % респондентов связывал свой приход на избирательные участки с «гражданским долгом», 33,5 % респондентов с возможностью «выразить свое мнение, отношение к ситуации в стране», а 18,5 % респондентов отмечали, что «выборы дают реальную возможность участвовать в жизни страны» [14]. Как мы видим, причины явки на избирательные участки разнообразны, и они варьируются от степени значимости механизма легитимации для самих избирателей.

Субъективное отношение к механизму легитимации власти посредством выборов не только представляет собой перечень причин, связанных с приходом на избирательные участки, но и перечнем причин, которые способствуют процессу игнорирования избирателями данного процесса легитимации властных структур. К числу избирателей-абсентеистов можно отнести 6,5 % участников опроса (проведенного тем же Информационно-аналитическим центром), которые заявили о нежелании участвовать в выборах президента в 2015 г. Избиратели-абсентеисты отмечали, что «итог выборов известен заранее» (39 %), 29,5 % респондентов посчитали, что «выборы никак не повлияют на ситуацию в стране», «на отсутствие интереса к политике» и «не пойдут голосовать без видимых на это причин» указали в среднем 15 % электората, 10 % респондентов считали, что «выборы будут нечестными» и 6 % респондентов указали на «отсутствие достойных кандидатов» [14].

Результаты опроса демонстрируют причинное разнообразие трактовок поведения избирателей в период проведения президентской избирательной кампании, в частности отказа от участия в голосовании. Субъективное отношение избирателей-абсентеи-

стов к выборам связано в первую очередь с пессимистичным прогнозом относительно успеха будущих социальных трансформаций посредством выборов. Кроме этого, следует отметить обстоятельство, связанное с отсутствием разнообразия на политическом рынке страны конкурентоспособных альтернатив. К числу главных подтверждений данной ситуации можем отнести следующее: по итогам выборов президента в 2015 г. в электоральной гонке 6,3 % [8] избирателей не поддержали ни одну из представленных альтернатив, что позволило говорить о второй позиции кандидата «против всех» на выборах. Схожие результаты выборов можно обнаружить в президентской избирательной кампании 2010 г., где ни один из кандидатов не был поддержан 6,47 % избирателей [15].

Отсутствующая поддержка у представленных политических альтернатив у более чем 6 % избирателей может быть определена двояко: с одной стороны, данную группу избирателей можно охарактеризовать как «неопределившихся» в выборе (тех, кто не смог остановить свой выбор в пользу одной из предложенных альтернатив). С другой стороны, данная группа избирателей может быть отмечена с противоположной стороны как «определившиеся», где выбор «против всех» – это сознательный акт, основанный на рационально-инструментальной выработке своей позиции. Ситуация выбора кандидата «против всех» может быть объяснена с позиции выбора «не против» представленных в бюллетени альтернатив, а «ни с кем», то есть ни с действующим политическим лидером, ни с оппонировавшими ему альтернативными кандидатами. По сути, данную группу избирателей можно отметить с позиции ожидания своего политического героя. В этом ключе поиски региональной специфики выбора в рамках белорусского поля политики актуализируют рассмотрение электорального поведения в тесной привязке к конкретным политическим лидерам.

Характеризуя особенности политического поля Республики Беларусь, белорусский социолог Ж. М. Грищенко отмечает наличие в политическом поле страны ситуации, связанной «с отчужденностью значительной части гражданского общества от политической элиты и приверженностью к личной позиции президента» [16, с. 55]. На протяжении всех

избирательных кампаний поддержка президента находится на высоком уровне, а подтверждением этому выступают официальные данные о голосовании по республике за 1994–2015 гг. К примеру, выборы президента в 2015 г. демонстрируют высокую поддержку президенту страны по всем областям (Брестская область – 86,22 %; Витебская область – 87,28 %; Гомельская область – 87,79 %; Гродненская область – 85,89 %; Минская область – 85,74 %, Могилевская область – 88,3 %; г. Минск – 65,69 %) [9]. Что касается динамики поддержки, то начиная с первых президентских выборов поддержка избирателями действующего президента страны находится на высоком уровне. Следует также отметить, что уровень поддержки никак не зависит от области, единственное что мы можем заметить, это различие в голосовании «за» по г. Минску (1994 г. – 70 %; 2001 г. – 57,37 %; 2006 г. – 70,8 %; 2010 г. – 67,65 %, 2015 г. – 65,69 %) [9–13] по сравнению с голосованием по областям. Данное обстоятельство не может быть определено только с более индифферентной позиции столичных жителей к политике и отсутствием в данном отношении интереса. Тем более что по данным социологических исследований ИАЦа, среди читателей печатных СМИ мы можем обнаружить, что внутривнутриполитической ситуацией в стране интересуются 52 % граждан в возрасте 60+, а среди молодежи до 30 лет таких лиц оказалось 33,2 %. При этом гендерных и региональных различий исследователями не было зафиксировано: мужчины и женщины в равной степени склонны к проявлению интереса к политической ситуации в стране (46,2 % и 43,9 % соответственно), городские и сельские жители демонстрируют примерно одинаковый интерес к политическим новостям (44,5 % и 46 % соответственно). Среди аудитории радио отдают предпочтение новостям население 60+ (86,4 %), молодежь (53,7 %). Среди сельского населения проявляют интерес к новостным эфирам 78,2 % респондентов, городские жители 67,7 %. Среди пользователей Интернета 58,2 % (2015 г.) и 55 % (2016 г.) респондентов знакомятся с политическими новостями [14].

В целом интерес респондентов к политическим новостям (по данным социологического исследования) в гендерном и региональном аспекте не позволяет сделать вы-

вод о индифферентной позиции городских жителей к политическим новостям по сравнению с сельскими жителями, но могут быть соотнесены с существующим расколом в политической ориентированности между городским и сельским населением. Как отмечает белорусский социолог С. В. Хамутовская, в нашей стране наблюдается раскол между городским и сельским населением, а связан он в первую очередь с наличием консервативной ориентации и тяготением жителей села к «прошлому» политическому и экономическому общественному устройству по сравнению с жителями городов, которые более прогрессивно настроены к возможным переменам [17, с. 58]. При этом автором отмечается, что выбор белорусских избирателей определяется «симпатиями к личностным качествам кандидатов» [17, с. 58]. Такое понимание специфики явки столичных жителей на выборы президента никак не соотносится с предположениями о прогрессивной в этом ключе ориентированностью электората г. Минска, так как уступающая явка, напротив, выступает объяснением противоположной ситуации. По официальным данным ЦИКа, ситуация выглядит иначе: столичные жители менее активны в поведенческом ключе, чем жители областей. По г. Минску ситуация выглядит следующим образом (1994 г. (I тур) – 94,94 %; 1994 г. (II тур) – 79,82 %; 2001 г. – 77,59 %; 2006 г. – 89,90 %; 2010 г. – 84,11 %; 2015 г. – 74,38 %). Если говорить о сопоставлении явки и голосования за действующего президента, то в г. Минске за всего годы можно заметить следующие цифры поддержки: 1994 г. (I тур) – 26,48 %; 1994 г. (II тур) – 70 %; 2001 г. – 57,37 %; 2006 г. – 70,8 %; 2010 г. – 67,65 %; 2015 г. – 65,69 %) [8–13]. Как видим предпочтения в выборе по г. Минску за последние президентские кампании (2010 и 2015 г.) незначительно отличаются от явки по г. Минску, по сравнению с 1994 (I туром), 2001 и 2006 г. С первых выборов президента явка избирателей находится на высоком уровне, в частности, первые выборы Президента Республики Беларусь демонстрируют активное включение избирателей в процесс легитимации лидера страны. Анализируя выборы первого президента страны, белорусский социолог А. П. Вардамацкий, акцентируя внимание на высоком уровне участия избирателей в выборах 1994 г. в обоих тур-

рах, связывает данную активность с «эффектом последней надежды» и «эффектом новизны». Исследование, проведенное А. П. Вардамацким, примечательно в анализе рейтингов кандидатов в тесной связи с двумерным распределением электората на социальные группы. Интересным выступает факт демонстрации симпатии к кандидату А. Г. Лукашенко у всех социальных групп и полное отсутствие симпатий у этих же групп к персоне В. Кебича [18, с. 48].

Рассматривая результаты выборов в региональном ключе, стоит отметить не только высокий уровень явки на президентские выборы, но и высокий уровень поддержки действующего президента независимо от области. По сути, на протяжении всех президентских избирательных кампаний мы наблюдаем легитимную пролонгацию президентских полномочий, которая может свидетельствовать как о полной удовлетворенности белорусских избирателей лидером, так и о нехватке конкурентоспособных политических альтернатив. При этом мы можем наблюдать, что существующие политические альтернативы испытывают на себе процесс «не принятия» электоратом, которой сопровождается отсутствием доверительного отношения избирателей к альтернативным кандидатам, особенно к «выходцам» из политических партий. Так, по данным социологического мониторинга, проведенного Институтом социологии НАН Беларуси (на республиканской выборке в 2009 г.), доверие граждан к политическим партиям находится на низком уровне (доверяют – 6,9 %, а не доверяют – 45,3 %) [19, с. 81]. Схожие позиции граждан можно обнаружить в результатах социологического замера, проведенного Информационно-аналитическим центром при Администрации Президента в 2016 г., где 76,5 % опрошенных с недоверием относились к политическим партиям, а 10 % респондентов были склонны доверять оппозиционным силам [20].

К еще одной особенности в голосовании белорусских избирателей отнесем досрочное голосование. На прошедших в 2015 г. выборах президента воспользовались возможностью досрочного голосования в г. Минске 384 285 человек [9], а по стране досрочно проголосовали 2 523 981 человек [9]. Если соотнести общее количество избирателей, проголосовавших досрочно, с общим числом избирателей, принявших участие в вы-

борах в 2015 г. (6 113 013 человек (87,2 % [8])), получается, что чуть менее 1/3 избирателей предпочли проголосовать досрочно. Можем отметить, что процесс досрочного голосования находит среди избирателей положительный отклик и позволяет говорить о выработке у избирателей в данном отношении привычки, а главным подтверждением всему этому выступает положительное отношение более чем у половины участников опроса (58 %) к данной процедуре [14]. Следует отметить, что не только в выборах президента часть электората голосует досрочно, но и, к примеру, на прошедших в 2016 г. парламентских выборах 36,5 % респондентов отметили, что проголосовали досрочно [20].

Если говорить про досрочное голосование на президентских выборах по областям, то в Витебской области процент избирателей, проголосовавших досрочно, составил 39,49 % [21], а меньше всего проголосовавших досрочно в г. Минск (29,49 %) [21]. В остальных областях процент избирателей, принявших участие в досрочном голосовании, ненамного отличается от процентного соотношения по Витебской области: Брестская область (37,50 %), Гомельская область (37,89 %), Гродненская область (36,84 %), Минская область (36,89 %), Могилевская область (36,65 %) и за пределами Республики Беларусь (38,65 %) [21]. Из представленных выше данных можно сделать вывод о том, что голосованию на выборах президента в каждой области присуща схожая черта, связанная с количеством избирателей, проголосовавших досрочно (в среднем 1/3).

На основании вышесказанного следует отметить следующие выводы: современное рассмотрение электорального поведения основывается на трех основных подходах: социологическом, социально-психологическом и рационально-инструментальном. Актуальность и применимость вышеперечисленных подходов к анализу электорального поведения в Республике Беларусь возмож-

на, но с некоторой условностью. Так как выбор избирателей может отмечаться разнообразием, а с уверенностью говорить об влиянии социального окружения, социального статуса или партийной идентификации применительно к белорусским избирателям не приходится – необходим комплексный подход, включающий в себя все возможные основания выбора избирателей.

Региональная особенность электорального поведения в период выборов президента не находит своего яркого спектра выраженности: независимо от области избиратели демонстрируют высокий уровень явки на избирательные участки и активно используют возможность досрочного голосования. Данные о голосовании по областям говорят: 1) о наличии высокой электоральной явки на участки голосования по всем областям; 2) схожих предпочтениях в выборе и 3) наличии положительной оценки досрочного голосования, что подтверждается количеством избирателей, проголосовавших досрочно (в среднем 1/3 часть по каждой из областей).

Характер отношения избирателей к процедуре легитимации власти посредством выборов определяет ее сущность, а доверие гражданского общества к механизму легитимации власти посредством выборов отражается в субъективных оценках респондентов, обозначающих истинные мотивы прихода на избирательные участки. Результаты исследования, демонстрирующие истинное отношение избирателей к процедуре легитимации, разнообразны и зависят от степени важности самой процедуры выборов. При этом наличие в массовом сознании мотива «гражданского долга» способствует высокой поведенческой активности белорусского электората в период проведения выборов президента, а пессимистичные прогнозы относительно будущих общественных изменений посредством выборов определяют истинные мотивы отказа от участия в голосовании избирателей-абсентеистов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Охременко, И. В. Электоральное поведение: теория вопроса / И. В. Охременко. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2002. – 52 с.
2. Римский, В. Л. Клиентелизм как фактор электорального поведения российских граждан [Электронный ресурс] / В. Л. Римский. – Режим доступа: <http://www.democracy.ru/library/articles/klientelizm/Index.html>. – Дата доступа: 05.03.2018.

REFERENCES

1. Okhremenko, I. V. Elektoralnoye povedeniye: teoriya voprosa / I. V. Okhremenko. – Volgograd : Izd-vo VolGU, 2002. – 52 s.
2. Rimskiy, V. L. Klientelizm kak faktor elektoralnogo povedeniya rossliyskikh grazhdan [Elektronnyy resurs] / V. L. Rimskiy. – Rezhim dostupa <http://www.democracy.ru/library/articles/klientelizm/Index.html>. – Data dostupa: 05.03.2018.

3. Малащенко, И. В. Изучение электорального поведения: сравнительный анализ зарубежных и отечественных теорий / И. В. Малащенко // Вестник Брянского государственного университета. – 2014. – №2. – С. 89–94.
4. Ильясов, Ф. Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах / Ф. Н. Ильясов. – М. : ИМА-пресс, 2000. – 200 с.
5. Хамутовская, С. В. Конкретно-социологический подход к изучению электорального поведения населения: сущность и особенности // Социологический альманах. – 2011. – № 2. – С. 263–269.
6. Руденко, О. А. Электоральное поведение: понятия и структурные компоненты / О. А. Руденко // Труд. Профсоюзы. Общество. – 2018. – № 2. – С. 102–105.
7. Желтов, В. В. К вопросу об анализе электорального поведения / В. В. Желтов, М. В. Желтов // Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2011. – № 3(12). – С. 48–63.
8. Центральная комиссия Республики Беларусь по выборам и проведению республиканских референдумов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Elections-PRB2015-Soob3.pdf>. – Дата доступа: 16.02.2018.
9. Центральная комиссия Республики Беларусь по выборам и проведению республиканских референдумов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Elections-PRB2015-itog.pdf>. – Дата доступа: 20.06.2018.
10. Центральная комиссия Республики Беларусь по выборам и проведению республиканских референдумов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Archive-Elections-PRB1994-itogi.pdf>. – Дата доступа: 02.03.2018.
11. Центральная комиссия Республики Беларусь по выборам и проведению республиканских референдумов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Archive-Elections-PRB2001-Results.pdf>. – Дата доступа: 02.03.2018.
12. Центральная комиссия Республики Беларусь по выборам и проведению республиканских референдумов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Archive-Elections-PRB2006-Sved1.pdf>. – Дата доступа: 02.03.2018.
13. Центральная комиссия Республики Беларусь по выборам и проведению республиканских референдумов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Elections-PRB-sved21.pdf>. – Дата доступа: 02.03.2018.
14. Информационно-аналитический центр при администрации Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://iac.gov.by/sbornik/009.pdf>. – Дата доступа: 21.06.2018.
15. Центральная комиссия Республики Беларусь по выборам и проведению республиканских референдумов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Elections-PRB-soob9.pdf>. – Дата доступа: 12.07.2018.
3. Malashenko, I. V. Izucheniye elektoralnogo povedeniya: sravnitelnyy analiz zarubezhnykh i otechestvennykh teoryi / I. V. Malashenko // Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2014. – № 2. – S. 89–94.
4. Ilyasov, F. N. Politicheskiy marketing. Iskusstvo i nauka pobezhdat na vyborah / F. N. Ilyasov. – M. : IMA-press, 2000. – 200 s.
5. Khamutovskaya, S. V. Konkretno-sotsiologicheskiy podkhod k izucheniyu elektoralnogo povedeniya naseleniya: sushchnost i osobennosti // Sotsiologicheskiy almanakh. – 2011. – № 2. – S. 263–269.
6. Rudenko, O. A. Elektoralnoye povedeniye: ponyatiya i strukturnyye komponenty / O. A. Rudenko // Trud. Profsoyuzy. Obshchestvo. – 2018. – № 2. – S. 102–105.
7. Zheltov, V. V. K voprosu ob analize elektoralnogo povedeniya / V. V. Zheltov, M. V. Zheltov // vestnik vladivostokskogo gosudarstvennogo univrsiteta Ekonomiki i Servisa. – 2011. – № 3(12). – S. 48–63.
8. Tsentralnaya komissiya Respubliki Belarus po vyboram i provedeniyu respublikanskikh referendumov [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Elections-PRB2015-Soob3.pdf>. – Data dostupa: 16.02.2018.
9. Tsentralnaya komissiya Respubliki Belarus po vyboram i provedeniyu respublikanskikh referendumov [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Elections-PRB2015-itog.pdf>. – Data dostupa: 20.06.2018.
10. Tsentralnaya komissiya Respubliki Belarus po vyboram i provedeniyu respublikanskikh referendumov [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Archive-Elections-PRB1994-Itogi.pdf>. – Data dostupa: 02.03.2018.
11. Tsentralnaya komissiya Respubliki Belarus po vyboram i provedeniyu respublikanskikh referendumov [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Archive-Elections-PRB2001-Results.pdf>. – Data dostupa: 02.03.2018.
12. Tsentralnaya komissiya Respubliki Belarus po vyboram i provedeniyu respublikanskikh referendumov [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Archive-Elections-PRB2006-Sved1.pdf>. – Data dostupa: 02.03.2018.
13. Tsentralnaya komissiya Respubliki Belarus po vyboram i provedeniyu respublikanskikh referendumov [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Elections-PRB-sved21.pdf>. – Data dostupa: 02.03.2018.
14. Informatsionno-analiticheskiy tsentr pri administratsii Prezidenta Respubliki Belarus [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://iac.gov.by/sbornik/009.pdf>. – Data dostupa: 21.06.2018.
15. Tsentralnaya komissiya Respubliki Belarus po vyboram i provedeniyu respublikanskikh referendumov [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Elections-PRB-soob9.pdf>. – Data dostupa: 12.07.2018.

16. Грищенко, Ж. М. Онтология успеха и поражения / Ж. М. Грищенко // Социологические исследования. – 1998. – № 9. – С. 54–59.
17. Хамутовская, С. В. Электоральное поведение: основные подходы к изучению / С. В. Хамутовская // Веснік БДУ. – 2009. – № 2 – С. 57–60.
18. Вардамацкий, А. П. Выборы первого Президента Белоруссии / А. П. Вардамацкий // Политические исследования. – 1995. – № 9. – С. 45–49.
19. Котляров, И. В. Динамика социально-политической ситуации в Беларуси опыт социологического мониторинга / И. В. Котляров // Проблемы управления. – 2009. – № 2 (31). – С. 78–84.
20. Информационно-аналитический центр при администрации Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://iac.gov.by/sbornik/010.pdf>. – Дата доступа: 21.06.2018.
21. Центральная комиссия Республики Беларусь по выборам и проведению республиканских референдумов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Elections-PRB2015-d_gol.pdf. – Дата доступа: 02.03.2018.
16. Grishchenko, Zh. M. Ontologiya uspekha i porazheniya / Zh. M. Grishchenko // Sotsiologicheskiye issledovaniya. – 1998. – № 9. – S. 54–59.
17. Khamutovskaya, S. V. Elektoralnoye povedeniye: osnovnyye podkhody k izucheniyu / S. V. Khamutovskaya // Vesnik BDU. – 2009. – № 2 – S. 57–60.
18. Vardamatskiy, A. P. Vyborny pervogo Prezidenta Belorussii / A. P. Vardamatskiy // Politicheskiye issledovaniya. – 1995. – № 9. – S. 45–49.
19. Kotlyarov, I. V. Dinamika sotsialno-politicheskoy situatsii v Belarusi opyt sotsiologicheskogo monitoringa / I. V. Kotlyarov // Problemy upravleniya. – 2009. – № 2 (31). – S. 78–84.
20. Informatsionno-analiticheskiy tsentr pri administratsii Prezidenta Respubliki Belarus [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://iac.gov.by/sbornik/010.pdf>. – Data dostupa: 21.06.2018.
21. Tsentralnaya komissiya Respubliki Belarus po vyboram i provedeniyu respublikanskikh referendumov [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Elections-PRB2015-d_gol.pdf. – Data dostupa: 02.03.2018.