

Jiyanmuratova Gulnoz Sherbutayevna

Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston Milliy Universiteti

“Sotsiologiya” kafedrası dotsenti, Sotsiologiya fanlari bo‘yicha (PhD).

e-mail: g.jiyanmuratova@nuu.uz

Elektoral xulq-atvor – saylovchilarning va umuman elektoratning jamiyat siyosiy madaniyatining o‘ziga xos xususiyatlari bilan belgilanadigan elektoral tanlovini belgilash va amalga oshirishdagi faolligi bo‘lib, bu orqali demokratiya tamoyili amalga oshiriladi.

Elektoratni tadqiq etishda avvalo shu savol tug‘iladi: uni xatti-harakatga bevosita nima undaydi, nima uchun u o‘zini boshqacha emas, aynan shunday tutadi va h.k. Shunga ko‘ra, saylovchilarning xulq-atvori omillari deganda, saylovchilarning saylov jarayonidagi muayyan harakatlari (harakatsizligiga) moyilligi va moyilligini oldindan belgilab beradigan va saylashdagi afzalliklarining o‘ziga xos xususiyatlarini belgilaydigan shartlar va holatlar (obyektiv va subyektiv xususiyatga ega) tushunilishi kerak.

Shu bilan birga, “elektoral xulq-atvor omillari” va “elektoral xulq-atvor motivlari” tushunchalarini bir-biridan farqlash zarur. Agar omillar umuman elektoral vaziyatga ta’sir etsa, unda motivlar ma’lum bir saylovchining saylovda ishtirok etishi yoki etmasligi sabablarining subyektiv idrokini aks ettiradi. Turli xil, ammo o‘zaro bog‘liq bo‘lgan ichki motivlar majmuasi asosida shakllanadigan motivlar insonning mazmunli xatti-harakatini belgilaydi (shu jumladan saylov jarayoni doirasida).

Elektoral xulq-atvor omillari va motivlarining bir-birini to‘ldiruvchi jihatlarni ko‘rib chiqamiz. Motiv (asos, sabab) sotsiologiyada subyektning harakat motivatsiyasi doirasini tavsiflash va tahlil qilish uchun qo‘llaniladigan asosiy tushunchalardan biridir. Sotsiologiya fanida motiv insonning tanlovi yoki harakatining ongli sababi sifatida talqin etiladi, ya’ni harakatga undovchi har qanday turtki motivdir.

Maks Veber o‘zining «Asosiy sotsiologik tushunchalar» asarida motiv – aktor yoki kuzatuvchiga ma’lum bir harakat uchun yetarli sabab sifatida ko‘rinadigan har qanday mavhum semantik birlik, deb yozgan [1, C. 602-633].

Motivni bir necha nuqtai nazardan ko‘rish mumkin:

- subyektning ehtiyojlarini qondirish bilan bog‘liq faoliyatni rag‘batlantirish, subyektning faoliyatini keltirib chiqaradigan va uning yo‘nalishini belgilovchi tashqi va ichki sharoitlar majmui sifatida;
- u amalga oshirilayotgan faoliyat yo‘nalishini rag‘batlantiruvchi va belgilovchi tanlash sifatida;
- shaxsning xatti-harakatlari va xatti-harakatlarini tanlash asosida idrok etilgan sabab sifatida.

Motiv shaxsning o‘zini o‘zi belgilash darajasi ko‘rsatkichi sifatida uning muayyan vazifani amalga oshirish bilan bog‘liq bo‘lgan aniq harakatga ongli istagini tavsiflaydi [2].

Saylov jarayonida motiv elektoral xulq-atvor subyektlari harakatlarining faolligi va maqsadli yo‘nalishini keltirib chiqaradigan tashqi va ichki belgilovchi omillar to‘plami bilan belgilanadi. Saylov motivining mazmuni ijtimoiy ta’sirning tabiatiga va shaxsni shakllantiruvchi ijtimoiy-iqtisodiy, sotsiomadaniy, funksional va subyektiv-faollik omillariga bog‘liqdir.

Obyektivlashtirilgan va ma'lum bir yo'nalishdagi faoliyatga undaydigan turg'un motivlar yig'indisi esa motivatsiya deb ataladi [3]. Boshqacha qilib aytganda, motivatsiyani shaxs yoki odamlar guruhining ijtimoiy ahamiyatga ega xulq-atvorini uning barcha tarkibiy qismlarida tushuntiruvchi ijtimoiy xarakterdagi sabablar majmui sifatida aniqlash mumkin.

Siyosiy motivatsiyaning mazmuni, eng avvalo, subyektning psixologik holati va tashqi muhit ta'sirining xarakteriga bog'liq bo'ladi. Ko'pgina hollarda ikkala komponent ham ustunlik qilishi mumkinligi ham ta'kidlanadi.

Ongli va ongsiz yoki anglangan va anglanmagan motivatsiyani ajratish mumkin. Psixologik o'zgaruvchining holati nuqtai nazaridan siyosiy motivatsiya quyidagicha: subyekt tomonidan harakatning sabablari va asoslarini turli darajada aks ettirish, maqsadli tarzda ma'lumotni tanlash, muqobillarni tanlash, vazifalarni belgilash, maqsadlarga erishish vositalarini aniqlash bilan bog'liq ongli motivatsiya shaklida namoyon bo'lishi mumkin. Bu yerda subyektning konkretlashtirilgan ehtiyojlari maqsad va ustanovkalarni rag'batlantiruvchi sabablari shaklini oladi. Subyekt bo'lajak faoliyati uchun argument sifatida mafkuraviy ko'rsatmalar, bir lahzali ratsional dalillar va boshqa qarashlardan foydalanishi mumkin. Masalan, M.Veber maqsadli-ratsional, qadriyatli-ratsional motivlarni ajratganligi bizga ma'lum.

Shuni alohida qayd etib o'tish lozimki, subyekt o'z manfaatlarini to'g'ri baholay olmaydigan yoki o'zining haqiqiy maqsadlarini yashirishni istab, ko'pincha, o'z niyatlarini faqat tashqi ko'rinishda tushuntiradigan, lekin aslida ularga mos kelmaydigan motivlarni ilgari surishi: yashirin ravishda to'plangan va shaxs tomonidan aks ettirilmagan xatti-harakatlarning dalillari harakati bilan bog'liq bo'lgan ongsiz motivatsiya shaklida ham namoyon bo'lishi mumkin. Ular biologik-irsiy, instinktiv stimullar bo'lishi mumkin, ular noadekvat, ramziy shaklda namoyon bo'lishi, turli xil ta'sirlar va beixtiyor harakatlarni keltirib chiqarishi mumkin.

Ongsiz motivatsiyaning ustunligi identifikatsiya mexanizmlarining o'zgarishiga sezilarli darajada ta'sir qiladi, subyektlarning kommunikativ o'zaro ta'sirini buzadi, siyosiy jarayonlarga qo'shimcha oldindan aytib bo'lmaydiganlikni keltirib chiqaradi.

Motivlarning roli ehtiyojlar, manfaatlar, moyilliklar, his-tuyg'ular, ustanovkalar, ideallar bo'lishi mumkin.

Ehtiyoj motivatsiyaning asosidir. Insonning atrof-muhitga tobeligi ma'lum. Bu qaramlik ehtiyoj tushunchasi bilan ifodalanadi. Subyektning xulq-atvori, pirovardida, ehtiyojlarni qondirishga qaratilgan, boshqacha aytganda, uning motivatsiyasi asosida ehtiyojlar yotadi. "Ehtiyoj" tushunchasi tadqiqotchilar tomonidan kamida ikkita o'zaro bog'liq, lekin bir-biriga mos kelmaydigan ma'nolarda qo'llaniladi [4]. Ehtiyoj, birinchidan, subyektning atrof-muhitga obyektiv tobeligi, ikkinchidan, bu qaramlikni ehtiyoj va qoniqish obyekti yo'qligida noqulaylik, norozilik sifatida, uning mavjudligida esa qulaylik sifatida his qilishdir. Inson motivatsiyasining asosiy qonuni shundan iboratki, ehtiyojni qondirish "keraksiz holatga" emas, balki yangi ehtiyojning paydo bo'lishiga olib keladi...". Qondirilgan birinchi ehtiyojning o'zi, qondirish harakati va qo'lga kiritilgan qondirish vositasi yangi ehtiyojlarga olib keladi. Ushbu yangi ehtiyojni qondirish vositalarini izlash, buning uchun maxsus vositalar va optimal sharoitlarni yaratish insonning qayta tashkil etish faoliyatining harakatlantiruvchi kuchini tashkil qiladi.

Inson o'z harakatlarini atrof-muhit sharoitlariga va boshqa odamlarning harakatlariga moslashtirishi kerak. Motivatsiyaning yagona energiya manbai bo'lgan ehtiyojlar ko'p hollarda faqat xulq-atvorga aylanadigan murakkab ruhiy holatlar va jarayonlarning dastlabki impulsi sifatida ishlaydi. Subyektning xulq-atvorini shakllantirishda uning *manfaatlari* hal qiluvchi ahamiyatga ega. Manfaat subyektning o'z ehtiyojlarini qondirish uchun optimal sharoitlarni

yaratish va qo'llab-quvvatlash istagi sifatida belgilanishi mumkin. Shunday qilib, subyektning manfaatlarining ehtiyojlari bilan o'zaro bog'liq [5]. Zero, manfaatlar shaxsning o'z ehtiyojlarini qondirish bilan bog'liq yo'nalganligini anglatadi, ya'ni shaxs o'zida u yoki bu ehtiyojni his qilishi bilanoq, unda shu ehtiyojni qondirish istagi bilan bog'liq o'y, fikr, g'oya shakllanadi, ya'ni manfaat yuzaga keladi. Sotsiologiyada shaxs manfaatining to'rt turi farqlanishi barchaga ma'lum: munosabat, harakat, tayanch va yo'nalish olish bilan bog'liq manfaatlar.

Ehtiyojlar va ularni qondirish istagi subyektning faoliyatiga undaydi. Manfaatlar uning xulq-atvorining asosiy yo'lini belgilaydi. Odamlarda o'z manfaatlarini ro'yobga chiqarish, ehtiyojlarini qondirish uchun nima yaxshi – nima yomon, nima muhim – nima muhim emasligi haqidagi tasavvurlar avloddan-avlodga o'tib boradi. Bu g'oyalar ijtimoiy ongda mustahkamlanib, ijtimoiy tajribaning nisbatan mustaqil elementlari sifatida avloddan-avlodga uzatiladi va qadriyatlar yoki qadriyatli tasavvurlarni ifodalaydi [6].

Qadriyatlar manfaatlarni shakllantirish jarayonida ham, faoliyat maqsadlari ketma-ketligi va iyerarxiyasini aniqlashda ham motivatsiyaga yo'naltiruvchi va tuzatuvchi ta'sir ko'rsatadi. Xulq-atvor shakllarining asosiy ijtimoiy regulyatori *ijtimoiy me'yorlar*dir [7]. Eng universallari – manfaatlar tafovuti o'zaro halokatga olib kelmasligi uchun odamlarning xatti-harakatlarini tartibga solish zarurligiga javob sifatida ming yillar oldin shakllangan umuminsoniy me'yorlar. Guruh me'yorlari muayyan guruhlar uchun majburiy deb e'tirof etilgan xulq-atvor qoidalari sifatida umuminsoniy me'yorlar bilan bog'liq bo'lishi, lekin ular bilan ziddiyatga olib kelishi ham mumkin.

Inson cheksiz miqdordagi aniq vaziyatlarda harakat qiladi, va ularning har biri, qat'iy aytganda, o'ziga xosdir. Xulq-atvor har doim vaziyatga adekvat bo'lishi uchun subyekt, nazariy jihatdan, uning ehtiyojlari va manfaatlarini qondirish bilan bog'liq holda yuzaga keladigan har bir vaziyatni qayta baholashi, o'z qadriyatlariga mos va o'zlashtirilgan me'yorlarga to'g'ri keladigan xulq-atvorni qayta ishlab chiqishi kerak. Ammo aslida bunday qayta baholash (va hamma vaqtda ham emas) faqat shaxslar va guruhlar taqdiridagi jiddiy burilishlarda sodir bo'ladi. Odatda, cheksiz o'zgaruvchan vaziyatlarda subyekt uchun murakkab va qiyin bo'lgan bu kognitiv faoliyat *ustanovka* (mo'ljal olish) deb ataladigan psixik mexanizmning harakati bilan almashtiriladi [8]. Ustanovka subyektning ma'lum bir narsa va hodisalarga yoki ular haqidagi ma'lumotlarga ma'lum bir tarzda munosabat bildirishga ongli va ongsiz tayyorligidir. Ustanovka go'yo subyektning xulq-atvor reaksiyalarini atrof-muhit signallari bilan bevosita bog'laydi.

Butun motivatsion zanjir ustanovkada xuddi «o'ralgan, yashirin» shaklda mavjuddek. Shunday qilib, ustanovka subyektning intellektual kuchlarini tejaydi. Muayyan ma'noda, bu mexanizm subyektning atrof-muhitning odatiy signallariga tezda javob berish, muntazam vaziyatlarda tezda harakat qilish qobiliyatini ta'minlaydi. Shu bilan birga, shunga o'xshash signallarga standartlashtirilgan javob sifatida ustanovka muqarrar ravishda noadekvat xatti-harakatlarning sababiga aylanadi, vaziyatni sifat jihatidan o'zgartirganda, yangi xatti-harakatlar modelini ishlab chiqishda kechikishga olib keladi.

Demak, xulosa o'rniida shuni qayd etish mumkin-ki, ehtiyojlar, manfaatlar, qadriyatlar, me'yorlar, ustanovkalar bevosita shaxslar va guruhlarining xatti-harakatlarini shakllantiradi va tartibga soladi.

Elektoral xulq-atvor omillarini o'rganish usullarining xilma-xilligi to'g'risida taqdim etilgan ma'lumotlar ularni tasniflash mezonlarini tanlashga yondashuvlarning ko'pligini tushuntiradi. Shunday qilib, omillarni quyidagicha tasniflash mumkin: obyektiv va subyektiv; qisqa muddatli va uzoq muddatli; guruh (jamoaviy) va individual; ichki va tashqi; ijtimoiy-siyosiy; ijtimoiy-

iqtisodiy; diniy; demografik va boshqalar. Umuman olganda, hozirgi vaqtda saylovchilarning xatti-harakatlari omillari omillarni tahlil qilish usullaridan foydalangan holda yetarli darajada o'rganilmoqda, bu jarayonda shaxsning xatti-harakatiga ta'sir qiluvchi aniqlovchi omillar ro'yxati aniqlanadi va ularning elektoral tanlovi bilan bog'liqligi tahlil qilinadi.

Shaxsning elektoral qaror qabul qilishi motivlari shakllanishi jarayoni obyektiv va subyektiv omillar kombinatsiyasi bilan bog'liq.

Obyektiv omillar sifatida odatda siyosiy ijtimoiylashuvning turli xususiyatlari ko'rib chiqiladi: yoshi, jinsi, ijtimoiy kelib chiqishi, maqomi, ma'lumoti, ichki va tashqi siyosiy muhit.

Subyektiv sifatida tavsiflanadigan omillarga esa quyidagilar kiradi: saylovchining individual psixologik fazilatlar, uning tarbiyasi, madaniyati, OAVning ta'siri, siyosiy tashkilotlar ta'sirining o'ziga xos xususiyatlari.

Tadqiqotchi I.V. Malashenko xorijiy va mahalliy nazariyalarni qiyosiy tahlil qilgandan so'ng, saylov jarayonini boshqarish amaliyotida quyidagi omillarning o'zaro ta'siriga e'tibor qaratish lozimligini ta'kidlaydi:

1. iqtisodiy omillar – mamlakat iqtisodiyotining holati va shaxsning o'z iqtisodiy ahvolini baholash;
2. ijtimoiy omillar – yashash joyi, jinsi va yoshi;
3. ma'naviy omillar – ta'lim darajasi va dunyoqarash – «mafkuraviy» xayrixohlik;
4. kognitiv omillar – do'stlar, oila, ommaviy axborot vositalari va Internetning ta'siri, ijtimoiy institutlarga ishonch darajasi – bu ichki va tashqi ma'lumotlar [9, C. 89-94].

D.V. Afanasyev omillar qatoriga quyidagilarni kiritadi: saylovchining psixotipi va uning siyosatga munosabati (siyosiy madaniyat); demografik, ijtimoiy va boshqa shaxsiy xususiyatlar (jinsi, yoshi, ma'lumoti, ijtimoiy va kasbiy holati, dini, millati, yashash joyi); saylovlarning darajasi, tartibi va ahamiyati; saylovchilarning iqtisodiy va ijtimoiy ko'rsatkichlar haqidagi subyektiv tasavvurlari (iqtisodiy ovoz berish nazariyasi doirasida asosiy bo'lgan omil); partiyaviy xayrixohlik, shuningdek, partiya/nomzodni idrok etish (partiyaviy masalalar bo'yicha pozitsiyasi, nomzod/etakchining shaxsiy fazilatlar); OAVning ta'siri (yoki ta'sir etmasligi), shuningdek, OAVga ishonch (ishonchsizlik); odat; norozilik; tasodifiy omillar (ob-havo, favqulodda vaziyat). D.V. Afanasyevning so'zlariga ko'ra, siyosiy jarayonning turli bosqichlarida turli omillar hukmronlik qiladi. Shuning uchun multifaktorial determinatsiya haqida gapirish maqsadga muvofiqdir [10, C. 29].

O.V. Zaxarovning ta'kidlashicha, elektoral faollik bevosita moliyaviy ahvolga, hayotiy tajribaga va ta'lim darajasiga bog'liq (garchi siyosatsizlik va absenteizm hodisalari yuqori daromadli respondentlar guruhiga ham xosdir). Umuman olganda, Rossiya elektorati G'arbdan birinchi navbatda siyosatchilarga nisbatan o'ta shaxsiy munosabati bilan ajralib turadi [11].

VSIOM rahbari, siyosatshunos va sotsiolog V.V. Fedorov, aksincha, saylov xatti-harakatlarini iqtisodiy sabablar bilan to'g'ridan-to'g'ri bog'lashdan bosh tortadi, uning asosiy qonuniyatlarini rivojlanishning sotsiomadaniy paradigmasi prizmasidan ochib beradi: madaniy munosabatlar, mafkuraviy yo'nalishlar, o'zgarayotgan qadriyatlar tizimi [12].

O'zbekiston Respublikasi zamonaviy fanida ham saylovchilarning xulq-atvori motivatsiyasida sotsiomadaniy omillarning o'rni va roliga bag'ishlangan tadqiqotlarga katta e'tibor qaratib kelinmoqda [13].

Adabiyotlar:

1. Qarang: Макс Вебер. Основные социологические понятия. Избранные

произведения. – Перевод с немецкого и общая редакция: Ю.Н. Давыдов. – М.: Прогресс, 1990. – С. 602-633.

2. Лупенкова Е.Ю. Управление мотивацией электорального выбора в системе социального взаимодействия субъектов / Социология и жизнь.

3. Qarang: Чернов А.Ю. Психология управления. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 1995.

4. Qarang: Грушин Б.А. Массовое сознание. – М., 1987; Здравомыслов А.Г. Многообразие интересов и институты власти. – М.: Луч, 1994.

5. Qarang: Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности. – М., 1986.

6. Qarang: Иванов В. Политическая психология. – М., 1990.

7. Qarang: Назаретян А.П., Федосов П.А. Методологические принципы, основные категории и методы социальной психологии. – М., 1985.

8. Qarang: Шаталов А.П. Социально-психологические механизмы распространения идеологии. – М., 1989.

9. Малашенко И.В. Изучение электорального поведения: сравнительный анализ зарубежных и отечественных теорий // Вестник Брянского государственного университета. – 2014. – №2. – С. 89-94.

10. Афанасев Д.В. Теории электорального поведения и факторы, влияющие на избирателей // Политическая жизнь региона. Вып. 5. Электоральное поведение россиян. Обеспечение избирательных прав органами конституционной юстиции / отв. редактор Л.И. Антонова; Избирательная комиссия Вологодской области. – Вологда: Древности Севера, 2004. – С. 29.

11. Захаров О.В. Социальные механизмы воздействия на электоральное поведение (управленческий аспект) [Электронный ресурс]: автореф. дис. на соиск. уч. степ. канд. социол. наук: 22.00.08 / О.В. Захаров. – М., 2011. / <http://cheloveknauka.com/sotsialnye-mehanizmy-vozdeystviya-naelektoralnoe-povedenie>.

12. Федоров В.В. Русский выбор. Введение в теорию электорального поведения россиян. – М.: Праксис, 2010. – 384 с.

13. Jiyannuratova G.Sh. O'zbekiston yoshlari elektoral xulq-atvorining sotsiomadaniy xususiyatlari: Monografiya. – Toshkent, 2025. / https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=fdbOTmYAAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=fdbOTmYAAAAAJ:MhiOAD_qIWkC