

СОЦІОЛОГІЯ ПОЛІТИКИ

УДК 316.334.3

ГУГНІН Е.А.

ЕЛЕКТОРАЛЬНА КУЛЬТУРА: ПОНЯТТЯ, СУТНІСТЬ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ

Статтю присвячено вивченню однієї з найцікавіших тем сучасної електоральної соціології – електоральній культурі. Здійснюючи аналіз сутності і специфічних рис електоральної культури, автор детально зупиняється на: основних фундаментальних і специфічних факторах, що впливають на людей електоральної культури історичних етапів її формування; виділенні основних критеріїв типологізації електоральної культури. Логічним завершенням статті є розгляд сучасного стану і перспектив подальшого розвитку електоральної культури в Україні.

Ключові слова: електоральна культура, технології формування електоральної культури, критерії типологізації.

Тривалий час у науці електоральна культура розглядалася в рамках політичної культури, хоча цікавість до специфіки електоральної поведінки індивідів вчені почали виявляти ще з часів проведення перших виборів (у сучасному їх розумінні). Тому розглядаючи витоки електоральної культури, перш за все, необхідно проаналізувати особливості дослідження саме політичної культури. Термін “політична культура” вперше було використано в XVIII ст. німецьким філософом І. Гердером. Великий внесок у дослідження політичної культури в різні часи зробили відомі зарубіжні вчені: Г. Алмонд, С. Верба, Л. Пай, У. Розенбаум, Р. Роуз, К. фон Бойме, М. Дювержета ін. Саме ці науковці, ґрунтовно дослідивши сутнісні характеристики політичної культури, заклали підґрунтя для аналізу специфіки електоральної культури, активне дослідження якої розпочалося наприкінці ХХ ст.

В українській та російській соціологічній науці по-різному розглядаються сутність і специфічні ознаки електоральної культури. В. Халіпов розуміє під нею ступінь знання правил та процедур виборчої кампанії, вміння виборців давати компетентну оцінку кандидатам, розрізняти різні політичні сили, орієнтуватися в партійних програмах тощо [7]. І. Гомеров визначає електоральну культуру як систему знань, оцінок і норм політичних виборів [1]. Б. Ідрісов розглядає її як “сукупність цінностей, уявлень та норм, що визначають характер і спрямованість електоральних інтересів й орієнтацій, що панують у суспільстві” [4, с. 18].

На думку О. Зубченка, електоральна культура заснована на подвійній ідентифікації громадян, що відбувається, по-перше, у площині “громадянин – виборець”, а по-друге, у площині “виборець – симпатик певної політичної сили”. Відносини “громадянин – виборець” фіксують можливість принципового включення рядового громадянина в рольові відносини представницької демократії та утворюють об’єктивний інгредієнт електоральної культури. Вони передбачають структурування корпусу виборців на активних та пасивних. Відносини “виборець – прихильник певної партії” пов’язані з поглибленням електоральної участі та її трансформацією на політичну підтримку конкретних представників чи угруповань політичної еліти й утворюють суб’єктивний інгредієнт електоральної культури. Тобто мова йде про електоральну поведінку [3, с. 41–42]. Саме це визначення ми поклали в основу нашого подальшого дослідження. На початку аналізу сутності та специфіки електоральної культури слід з’ясувати особливості співвіднесення електоральної та політичної культур. На нашу думку, політична культура – це основа електоральної культури, яка дає індивіду змогу здійснити самоідентифікацію в рамках політичного простору країни, а електоральна культура як основна складова політичної культури допомагає зафіксувати цю самоідентифікацію.

Тепер перейдемо до аналізу факторів, типів, форм та структурних елементів електоральної культури.

Електоральна культура формується під впливом певних факторів, які в сучасній соціологічній науці поділяються на фундаментальні та специфічні. До фундаментальних факторів відносяться:

1. Характер будови та специфіка функціонування електорального поля та політичного простору в цілому.
2. Традиційні онтологічні уявлення.
3. Характер соціальної спільноти (мобілізаційний або інноваційний).
4. Життєві орієнтації індивіда та суспільства в цілому (індивідуалістичні або колективістські).
5. Політична соціалізація.

До специфічних факторів належать:

1. Погляди індивідів на сутність влади та політичної організації суспільства в цілому.
2. Позиція в електоральному полі.
3. Належність до певної соціальної спільноти, соціального класу, верстви чи прошарку.
4. Характер і специфіка функціонування еліт.
5. Система відносин і комунікацій у рамках електорального поля та політичного простору в цілому.
6. Політичні організації та інститути.
7. Політичні процеси.
8. Ступінь розвиненості громадянського суспільства.

Говорячи про структуру електоральної культури, необхідно враховувати, що вона об'єднує в собі дві складові: культуру електоральної свідомості (електоральні уподобання, електоральні орієнтації, електоральні традиції та звичаї тощо) та культуру електоральної участі (електоральна дія, електоральна діяльність, електоральна поведінка). Всі ці складові аналізуються під час дослідження електоральної культури в рамках соціології та політології. Хоча різні автори по-різному розставляють акценти в домінуванні тих чи інших складових у структурі електоральної культури.

Українські фахівці з Інституту соціології НАНУ критеріями оцінювання політичної та виборчої культури обирають рівень задоволеності та ступінь політичної довіри, політичну інформованість і компетентність, політичну активність та залученість, політичну ефективність і готовність до соціального протесту [6, с. 47–51].

М. Ільїн пропонує три способи горизонтального поділу електоральної культури: просторовий, ринковий та ігровий [5, с. 117]. На першому з них описують настанови та орієнтації виборців, на другому – ідейно-політичні позиції акторів-посередників (партії, громадські об'єднання), а на третьому – диспозиції політичних акторів з приводу владних відносин.

Б. Ідрісов виділяє три типи електоральних орієнтацій: відносно структури політичної системи (активні та пасивні виборщики й абсентеїсти), відносно стану політичного поля та політичних гравців (через рівень визначеності електорального вибору), відносно базової моделі електоральної поведінки (через рівень стабільності електорального вибору) [4, с. 38].

Аналізуючи ці підходи, слід констатувати, що при аналізі електоральної культури автори здійснюють її дослідження в рамках політичної культури, тобто ми маємо справу з так званим політологічним баченням сутності електоральної культури. З точки зору української соціології, найбільш вдалою є модель структури електоральної культури, запропонована соціологом О. Зубченком, яка базується на концепції орієнтації людини у світі політики, що запропонували Г. Алмонд та С. Верба у своїй праці “Громадянська культура”. На їх думку, існують три типи орієнтацій людині у світі політики: когнітивні, афективні та конативні [8]. Беручи за основу цю концепцію, О. Зубченко стверджує, що до структури електоральної культури входять три рівні, кожен з яких має два полюси та два інгредієнти – об'єктивний та суб'єктивний, що виконують функції прийняття й переробки соціальної інформації та синтезу нового соціального продукту у формі електорального рішення (див. рис.) [3, с. 32].

При цьому “афективний рівень електоральної культури можна уявити як діалектичне поєднання соціографічних характеристик певної спільноти та суб'єктивного ставлення людей до влади, що проявляється через оцінку її роботи, порівняння власного матеріального становища до і

після початку роботи тієї чи іншої адміністрації, бачення своїх перспектив на майбутнє. Важливо усвідомлювати подвійну природу цього рівня, поєднання у ньому як цілком раціональних і відносно легко квантифікованих факторів (оцінка рівня життя), так і чинників, надзвичайно проблемних для емпіричної квантифікації (історична ідентичність). ... На конативному рівні електоральної культури людина приймає рішення, за якого саме індивідуального чи колективного політичного актора віддати свій голос” [3, с. 38–39]. У цьому плані дуже важливим є дослідження електоральних преференцій та “ситуації виборів”. Ситуація виборів – це сукупність соціальних, політичних, економічних та духовних чинників і очікувань громадян, що притаманні простору розгортання виборчої кампанії [3, с. 39]. У свою чергу, електоральні преференції – це упорядковане ставлення виборця до конкретних індивідуальних чи колективних електоральних акторів, що виявляється в їх підтримці через реалізацію активного виборчого права. В їх структурі О. Зубченко виділяє чотири складові: тип електоральної поведінки (активний виборець або абсентеїст), мотивація цього вибору, його сталість, ставлення до конкретних суб’єктів виборчого процесу [3, с. 40].

Таким чином, на думку О. Зубченка, виділення інгредієнтів електоральної культури пов’язане з урахуванням об’єктивних та суб’єктивних складових електоральних взаємодій у площині “громадянин – інститут політичних виборів”. У рамках об’єктивного інгредієнту електоральної культури задається система сприйняття особистістю політичних норм, інститутів, електоральних акторів, яка дає змогу виборцю ідентифікувати себе з ними, формувати своє ставлення до тих чи інших політичних конструктів та висловлювати їм підтримку через механізм виборів. Його утворюють: політична ментальність, соціально-політичний капітал та “ситуація виборів”. Через елементи суб’єктивного інгредієнту відбувається інтеріоризація виборцями політичних норм і правил, притаманних конкретно-історичній політичній ситуації, та їх подальше переосмислення, ранжування та диференціація. До його складу входять політичні орієнтації, електоральні настрої та електоральні преференції [3, с. 31–42].



Рис. Структурно-функціональна модель електоральної культури (О. Зубченко)

Розглянувши сутність, характерні риси та основні фактори, що впливають на електоральну культуру окремого індивіда та соціальної спільноти в цілому, необхідно дослідити типи електоральної культури.

Спочатку проаналізуємо історичні типи електоральної культури. До них відносяться:

1. Антична електоральна культура. Паростки цього типу культури з'явилися ще за часів Стародавньої Спарти та Античної Греції. Характерні ознаки: виділення базових цінностей політичного процесу, вироблення механізмів участі громадян у державних справах та вирішення нагальних важливих проблем, формування активної громадянської позиції в політичних процесах.

2. Електоральна культура Середньовіччя. Починає формуватися під час існування італійських міст-республік XI ст. Характерні ознаки: до політичних процесів (та виборів у органи влади) долучається все більша кількість людей; народ формально визнано основним джерелом влади; як наслідок попередньої риси починають створюватися парламенти – представницькі законодавчі органи.

3. Капіталістична електоральна культура. Починається з кінця XVIII – початку XIX ст. У цей час активно розвиваються парламенти, по Європі прокочується хвиля буржуазних та буржуазно-демократичних революцій (у результаті чого починають розвиватися демократичні права та свободи), поступово до виборів залучаються жінки та частково знімаються цензи (в першу чергу, вікові та поселенські), розвиток політичних партій та рухів.

4. Сучасна електоральна культура. Починає формуватися у другій половині XX ст. Ознаки: домінування політичних партій у політичному просторі та електоральному полі країни, зняття більшості цензів у виборчому процесі (у деяких країнах (зокрема, в Україні) залишається ценз

у вигляді майнової застави), відхід від ідеологічних до народних партій, залучення до політичних процесів широких верств населення.

5. Новітня електоральна культура. Починає формуватися з кінця ХХ – початку ХХІ ст. Ознаки: значний вплив громадянського суспільства на політичний простір та електоральне поле, поступове втрачання політичними партіями своєї ролі в політичному просторі, зменшення політичної участі громадян за рахунок збільшення їх електоральної активності.

Аналіз наукових праць вітчизняних та зарубіжних соціологів, а також результатів соціологічних досліджень, які було проведено соціологічним центром “Соціо” у 2002–2010 рр., дає змогу виокремити такі критерії типологізації електоральної культури: ціннісний, ідентифікаційний та регулятивний. Розглянемо їх більш детально.

Ціннісний підхід базується на особливостях ставлення електоральних агентів до системи політичних цінностей, що склалася в рамках певного політичного простору та електорального поля зокрема. В рамках цього підходу виділяють такі типи електоральної культури:

1. Цілісна – притаманна державам з розвиненою демократією (США, Австралія, Великобританія та ін.). Основними характеристиками такого типу електоральної культури є: консенсусна взаємодія між всіма агентами політичного простору та електорального поля (включає в себе консенсус щодо основних політичних цінностей, політичних інститутів та системи владних відносин); позитивне ставлення до політичних еліт та процесу їх рекрутування; усвідомлення громадянами необхідності участі в електоральному процесі.

2. Домінуюча – притаманна тоталітарним та авторитарним державам (СРСР, Куба, Північна Корея та ін.). Основними характеристиками цього типу електоральної культури є: нав’язування владою або певними соціальними групами системи політичних цінностей; безальтернативність виборів (наявність одного провладного кандидата на виборах або наявність “контрольованої” опозиції).

3. Дихотомізована – притаманна федеративним державам (Російська Федерація, Німеччина та ін.) або державам, які перебувають у перехідному стані (наприклад, Україна, країни колишнього СРСР та ін.). Головною рисою цього типу електоральної культури є наявність одночасно декількох електоральних субкультур.

4. Фрагментарна – притаманна для нестабільних суспільств (наприклад, Афганістан, Ірак та ін.). Головною рисою цього типу є конкуренція між існуючими електоральними субкультурами, що не дає змоги сформувати в суспільстві єдиного ставлення до системи політичних цінностей, системи влади та політичних інститутів.

Ідентифікаційний підхід базується на партійній структурі суспільств. Виходячи з цього, основними типами електоральної культури в рамках цього підходу є: електоральна культура країн з двопартійною системою, електоральна культура країн з багатопартійною системою, електоральна

культура країн з атомізованою партійною структурою. Сутність і специфіка перших двох типів зрозумілі, виходячи з назви та знань, здобутих у рамках таких навчальних курсів, як: “Політологія”, “Основи права” або “Соціологія політики”. Щодо третього типу, то він притаманний так званим перехідним (або транзитивним) суспільствам. У рамках цих суспільств політичні партії не відображають інтересів більшої кількості населення і, як наслідок, не підтримуються ним. Крім того, політичні партії є малочисельними і відстоюють інтереси або елітних (субелітних), кланових або фінансово-економічних груп. Прикладом таких держав є більшість країн колишнього СРСР, країни Південно-Східної Азії та Африки.

В основі регулятивного підходу лежать особливості регулятивних механізмів політичного простору країни. На основі цього електоральна культура може бути ринковою та етатистською. Перший тип притаманний країнам, у яких ринкові відносини поширені не тільки у сфері економіки, а й у сфері політики. Тобто не існує обмежень (крім чітко зафіксованих у законодавчих актах) для участі громадян у політичному житті суспільства (свобода у створенні політичних партій та участі у їх діяльності, свобода волевиявлення під час голосування, свобода участі в політичних акціях тощо). Крім того, відбувається відкрита конкуренція між політичними силами в рамках електорального процесу. Етатистський тип, або, як його ще називають, бюрократичний притаманний державам тоталітарним, авторитарним та перехідним. У країнах з цим типом електоральної культури відзначаються: нав'язування конкретної точки зору щодо політичного устрою та системи політичних цінностей, обмеження електоральної участі (відкрите або здебільшого латентне), широке використання під час виборчих кампаній маніпулятивних технологій (здебільшого так званих “чорних”), що суттєво впливають на результати голосування.

Особливості електоральної культури найбільш виразно виявляються під час виборів або референдумів. При цьому слід враховувати, що існує декілька форм електоральної культури: групова (соціально-демографічні, професійні, поселенські групи), регіональна (окремі території країни) та загальнонаціональна. І якщо групова та загальнонаціональна форми електоральної культури є доволі вивченими в сучасній науці, то регіональна стає предметом детального аналізу як представниками політологічної та соціологічної науки, так і фахівцями з політичних і виборчих технологій. Численні дослідження, що проводяться в Україні та Російській Федерації, підтверджують думку, що електоральна культура суттєво впливає на електоральний вибір громадян. Так, на основі аналізу декількох виборів, що пройшли в Російській Федерації останніми роками, російські вчені А. Заварзін, Д. Орешкіна та В. Тикунов зазначили, що в рамках електорального поля існують так звані території з “особливою електоральною культурою” (там, де спостерігалось або “нестандартне” голосування (голосування за кандидата чи політичну силу, які не мали

достатньої підтримки на території держави в цілому), або досить висока явка виборців) [2]. При цьому під “електоральною культурою” автори розуміють стійкі особливості ставлення виборців до виборів та практики їх проведення, стиль взаємовідносин між виборцями та владою. У вузькому значенні “електоральна культура” – це ступінь реальної залежності (“керованості”) виборців у процесі виборів.

Щоб виявити в електоральному полі Росії ареали та епіцентри особливої манери поведінки виборців та оцінити різнобарвність електоральної культури, авторами статті було проведено спеціальне дослідження, в ході якого аналіз було проведено за допомогою формальних методів, без залучення суб’єктивних експертних оцінок. Було вибрано лише вісім параметрів офіційної статистики: сумарна частка всіх недійсних бюлетенів (як занадто низька, так і дуже висока); зависока (занизька) явка виборчих дільниць; питома вага голосів виборців, поданих проти всіх кандидатів (як занадто низька, так і дуже висока); частка голосів за кандидата, який переміг за результатами ТВК; різниця в кількості голосів за першого та другого кандидатів у списку переможців (відрив лідера від найближчого переслідувача); сумарна частка голосів за двох лідерів голосування; частка недійсних бюлетенів, які не містили жодних відміток виборців по жодній з позицій бюлетеня; різниця частки голосів за переможця по конкретній ТВК та середнього показника по країні в цілому за цього кандидата. Набір цих параметрів, на думку авторів статті, відображає електоральну специфіку (культуру) територій. У результаті обробки даних, за авторською моделлю (одного з авторів статті), було розраховано інтегральний показник, названий “індексом електоральної керованості”, який і був нанесений на карту Російської Федерації. При цьому слід зауважити, що авторів статті цікавило виключно чисельне відображення електоральної культури, що було зафіксовано в наборі статистичних показників, які характеризували конкретну ТВК чи групи ТВК.

У результаті аналізу карт авторами статті було зроблено такі висновки:

1. Спираючись на формальні методи та офіційну статистику, слід зауважити про існування на електоральній карті Росії територій з “особливою електоральною культурою”.

2. У більшості випадків межі територій з “особливою електоральною культурою” збігаються з адміністративними межами суб’єктів Російської Федерації (головним чином, національних формувань республік та автономних округів).

3. Як з’ясувалося, “керовані” регіони часто є сусідніми, при цьому формуються ареали особливої електоральної культури. Було виокремлено три таких ареали, які стійко проявляються від виборів до виборів: Північний Кавказ, Волзько-Уральський, Південно-Сибірський. При цьому слід виділити окремі “керовані” ТВК у рамках автономних округів

Півночі, у яких часто але розрізнено відзначається “нестандартність” голосування.

Ці дослідження російських вчених ще раз підтверджують наявність так званих “локусів електорального поля”, результати голосування в яких суттєво відрізняються від результатів голосування на більшій території поля, що аналізується.

Щодо електоральної культури сучасного українського суспільства, то на неї впливають такі фактори: 1) постійна зміна виборчої системи країни та неузгодженість виборчих систем різних рівнів (зокрема, до Верховної Ради України та місцевих рад); 2) неструктурованість політичного простору країни (відсутність чітких правил боротьби між основними агентами політичного простору); 3) неструктурованість і відсутність демократичного процесу ротації вітчизняної політичної еліти; 4) юридично затверджене домінування політичних партій у виборчих процесах та електоральному полі в цілому та фактичне втрачання партіями підтримки широкими верствами населення; 5) відсутність дієвих та впливових інститутів громадянського суспільства; 6) відсутність національних традицій демократичного голосування; 7) наявність віртуалізації політичного простору сучасної України; 8) рівень економічного розвитку суспільства; 9) соціокультурні особливості регіонів; 10) рівень і специфіка політичної культури. Все це ускладнює процес формування цілісної електоральної культури в Україні та впливає на особливості формування та функціонування політичного простору нашої країни в цілому.

Список використаної літератури

1. Гомеров И.Н. Культура политических выборов: политологический анализ / И.Н. Гомеров. – Новосибирск : Университет, 1995. – 176 с.
2. Заварзин А.В. Электоральная культура России: классификации и картографирование в геоинформационной среде [Электронный ресурс] / А.В. Заварзин, Д.Д. Орешкина, В.С. Тикунов // Информационный бюллетень ГИС – Ассоциации. – 2003. – № 1 (38)–2 (39). – Режим доступа: <http://www.gisa.ru/10295.html>.
3. Зубченко О.С. Электоральная культура як об'єкт соціологічного дослідження : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04 / Олександр Сергійович Зубченко. – Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2007. – 235 с.
4. Ідрісов Б. Электоральная культура населения Украины в условиях трансформации общества : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04 / Бахтійор Ідрісов. – К., 2006. – 183 с.
5. Круглый стол. Структура и динамика российского электорального пространства // Полис. – 2000. – № 2. – С. 89–128.
6. Политическая культура населения Украины: результаты социологических исследований / [Е.И. Головаха, Н.В. Панина, Ю.Н. Пахомов и др.]. – К. : Наукова думка, 1993. – 136 с.
7. Халипов В.Ф. Кратология как система наук о власти / Вячеслав Филиппович Халипов. – М. : Республика, 1999. – 239 с.
8. Almond G. The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations / G. Almond, S. Verba. – Princeton : Princeton University Press, 1963. – 421 p.

Гугнин Е.А. Электоральная культура: понятие, сущность и технологии формирования

Статья посвящена изучению одной из наиболее интересных тем современной электоральной социологии – электоральной культуре. Анализируя сущность и специфические черты электоральной культуры, автор наиболее детально останавливается на: основных фундаментальных и специфических факторах, влияющих на формирование электоральной культуры; характеристике моделей электоральной культуры и исторических этапов ее формирования; выделении основных критериев типологизации электоральной культуры. Логическим завершением статьи является рассмотрение современного состояния и перспектив дальнейшего развития электоральной культуры в Украине.

Ключевые слова: электоральная культура, технологии формирования электоральной культуры, критерии типологизации.

Huhnyn E. Electoral Culture: Notion, Essence and Generating Technology

Article is devoted to one of the most interesting topics of modern electoral sociology – the electoral culture. Analyzing the nature and specific features of electoral culture, the author dwells on learning the basic fundamental and specific factors influencing the formation of electoral culture, analysis of models of electoral culture and the historical stages of its formation, the main criteria for the allocation of electoral culture typology. The logical conclusion of this paper is the analysis of the current state and prospects of further development of the electoral culture in Ukraine.

Key words: electoral culture, technology generating electoral culture, criteria typology.

Надійшла в редакцію 25 жовтня 2011 року