

## **Лекція. Електоральна культура як складова політичної культури**

### ***5.1. Основні наукові школи дослідження електоральної поведінки***

Демократичний громадянин. Яким він є та яким чином сприймає політичний світ і виявляє себе в політичній сфері? В країнах Європи дослідження, присвячені участі громадян у політичному процесі, почали проводитися наприкінці XIX — на початку XX століття. Проте в радянській науці ця проблема ігнорувалася, заборонялося проводити навіть емпіричні дослідження радянської політики. Як результат — ізоляція на тривалий час від західних розробок. У сучасній Україні поодинокі дослідження з'явилися лише останнім часом, що і обумовлює актуальність даної проблематики. Американські дослідники Г. Алмонда і С. Верба, досліджуючи питання типології політичної культури, визначили такий тип, як громадянська культура, суть якої зводиться до балансу між політичною активністю і пасивністю громадян. Вони зазначали, що в демократичному громадянині повинні бути узгодженими протилежні прагнення: активність і пасивність; залученість до політичного процесу, проте не надзвичайно сильна і активна; вплив і тиск на владу і водночас слухняність, пошана до владних структур. Яким чином зазначений баланс може реалізовуватися на практиці?

Спробуємо розглянути це питання в ракурсі дослідження політичної поведінки і, зокрема, електоральної участі громадян. Як вже зазначалося, у дослідженнях електоральної поведінки в межах політичної науки акцентувалася увага переважно на соціально-психологічному стані суспільства, особливостях масової свідомості, зазвичай використовуючи поняття “великі соціальні групи”. Проте у таких наукових розробках не пояснювалися проблеми зростання абсентеїзму, стрімкого зростання електоральної категорії “незалежний виборець”, певним чином невмотивованої зміни партійних вподобань електорату, частоті залежності результатів виборів від ставлення виборців до окремої проблеми, особистісної персоніфікації виборів тощо. Подібна ситуація стимулювала нову хвилю наукових пошуків, де в центрі уваги постала постать окремого виборця. Першим проривом у цьому напрямі можна вважати дослідження П. Лазарсфельда і Б. Берсельсона, проведене на основі матеріалів президентської кампанії 1940 р. в Ельмірі (штат Нью-Йорк), що досить тривалий час визначало парадигму дослідження політичної поведінки. Загалом можна виокремити такі школи, традиції, предметом яких було дослідження демократичної політики з позиції окремого виборця: 1) школа політичної соціології, що створилася на базі відділення прикладних

соціальних досліджень Колумбійського університету; 2) школа соціальної психології, що виникла в дослідницькому центрі Мічиганського університету; 3) політекономічна школа, своєрідною відправною точкою якої можна вважати працю Е. Даунса “Економічна теорія демократії”. Крім спільності предмета досліджень, зазначені школи об’єднує і вирішення питання здатності окремих громадян діяти в умовах демократичної політики (кожна має свій варіант). До першої школи відносяться праці С. Райса, С. Хейза, Ч. Мерріама, Г. Госнелла, П. Лазарсфельда, Б. Берсельсона, В. Кі, С. Роккана. П. Лазарсфельд виходив з того, що поведінку виборців владні структури за допомогою засобів політичного маніпулювання певною мірою можуть скеровувати. Так, влада може стимулювати в індивідів готовність, по-перше, обмежитися запропонованою альтернативою; по-друге, зробити вибір під впливом досить інтенсивних і ефективних зовнішніх чинників. Така методика дозволила науковцю диференціювати виборців за ступенем сталості їх електоральної орієнтації на твердих прихильників і тих, які вагаються, а також дозволила визначити причини, що спонукали різні групи тих, які вагаються, змінити свої уподобання під час передвиборчої кампанії, напередодні виборів і під час самого голосування.

В межах цієї школи спостерігається ускладнення змісту провідної ідеї — залежності політичних уподобань виборця від соціального середовища. Вона еволюціонує від простої аргументації того, що умови, в яких мешкає людина, визначають її політичні погляди (П. Лазарсфельд, Б. Берсельсон) до того, що не існує однозначної залежності між ними, що політичні вподобання не можуть визначатися лише соціальними чинниками (В. Кі, Ф. Мангер), і трансформується у вивчення характеру соціальних умов і сукупності відносин між окремими громадянами (У. Міллер і Р. Пантем). Вчені визначили соціальний склад середовища і дійшли висновку, що соціальне середовище майже не буває політично однорідним і набуває різних видів (від країни до клубів за інтересами) і різних ознак (географічне розташування, ізольованість, привабливість, пропорційний склад мешканців, які є соціал-демократами, лібералами тощо). Певні соціальні умови не створюються за бажанням людини і недоступні для індивідуального контролю, проте це не означає, що люди не ставлять себе в певні умови, при цьому уникаючи інших. На їх вибір можуть вплинути соціальні, економічні, політичні чинники. Є випадки, коли людина намагається змінити умови, проте більшість сприймає соціальні умови як данність і намагається пристосуватися до них. Людина обирає, частиною якого середовища їй стати, і намагається уникнути іншого середовища, спираючись на індивідуальну мету і внутрішні індивідуальні переваги. Якщо індивіди не мають шансів

контролювати політичні і соціальні складові свого середовища, то вони мають можливість встановлювати і контролювати мережу контактів з іншими людьми. Таким чином, соціальні умови обмежують людину, її індивідуальні варіанти соціальної взаємодії примушують робити вибір між альтернативами, що нав'язує їй середовище. Тобто соціальні зв'язки створюються в результаті поєднання, з одного боку, нав'язаних ззовні соціальних умов, і, з іншого, внутрішніх вподобань громадян. У такому випадку соціальне середовище остаточно не визначає вибір людини, проте і не виступає другорядним щодо індивідуальних вподобань. Люди не сприймають в повному обсязі політичну інформацію, що надходить з середовища, проте не можуть її уникнути інформаційного впливу. Також і політичні вподобання людини не можуть бути визначальними тому, що вони існують в контексті інформаційного потоку, що йде від середовища. Таким чином, вибір людини, її позиція — це результат поєднання умов соціального середовища, частиною якого вона є, і власних попередніх орієнтацій, певного соціального і політичного досвіду.

Яким чином відбувається зв'язок між громадянами і навколишнім середовищем? Представники школи визначають моделі соціальної згуртованості та впливу (Р. Хакфельд, Дж. Спраг) і структурної еквівалентності (Р. Берт, Дж. Стімсон, М. Маккуен). У першій моделі перевагу віддано довірі як основі взаємодії між людьми, що характерно для згуртованих соціальних груп. Діюча соціальна взаємодія відбувається між людьми, які високо цінують одне одного, мають схожі переконання, схвалюють загальні норми. Це надає політичній інформації, яку вони повідомляють, більшої ваги і авторитетності. Таким чином, не індивідуальні мотиви і мета визначають взаємодію людей, а близькість і довіра є основними елементами політичного впливу. Проте Р. Хакфельд і Дж. Спраг зазначили, що люди вступають до політичних дискусій як з тими особами, до яких вони відчують довіру, так і з тими людьми, з якими в них немає відносин довіри, і що довіра не завжди вказує на високий рівень впливу. За другою моделлю, здатність до впливу не обмежується лише довірою і згуртованістю соціальної групи, а пов'язується із випадковими інтересами. До процесу впливу, який відчуває людина за межами згуртованих соціальних груп (сім'я, близькі товариші, друзі), включаються різні середовища, в яких існує людина (трудовий колектив, навчальна група, громади, організації). Людина відчуватиме на собі більший вплив іншої людини, якщо вона усвідомлює спільність інтересів, а також близькість політичних орієнтацій. Також слід відзначити, що згідно з першою моделлю, інформація розповсюджується по замкнутому колу, а у відповідності з другою —

розгалужується в суспільстві. В такому випадку соціальна комунікація, що виникає під час випадкових взаємодій, більшою мірою здатна формувати громадську думку, що є не простою множиною індивідуальних поглядів, а продуктом складних зразків соціальної комунікації. Досить впливовою є школа соціальної психології. В 50-ті роки XX ст. Мічиганський університет стає одним із впливових центрів дослідження політичної поведінки, соціально-психологічних проблем. Представники цього напрямку вважали, що характер політичної поведінки індивіда закладається на ранньому етапі формування особистості під вирішальним впливом психофізіологічних чинників, типу і спрямованості первинної політичної соціалізації і ряду інших чинників, причому він (характер) набуває міцної стійкості і може зазнавати змін лише в екстремальних випадках. Політичні відносини між окремим громадянином і соціальною групою, як первинною, так і вторинною, були провідною темою мічиганських досліджень 1952 і 1956 років і мали мало спільного з новаторськими дослідженнями партійної ідентифікації, що з'явилися пізніше.

В 1960 р. А. Кемпбелл, В. Міллер, Д. Стокс підготували працю "Американський виборець", в якій зробили комплексний аналіз ставлення американців до виборів і дійшли таких висновків: 1) політичні симпатії громадян впливають не лише на їх волевиявлення, а й загалом на структуру політичних орієнтацій; 2) для громадян характерна стабільність вибору політичних симпатій, що не змінюються протягом життя; їх зміни, як правило, пов'язуються з надзвичайними подіями; 3) політичні погляди передаються від покоління до покоління, дитинство і юність є вирішальними стадіями формування політичного світогляду. Представники цієї школи намагалися дати відповіді на питання, яким чином люди, мало приділяючи уваги політиці і мало поінформовані про суспільні справи, точно визначають свої політичні вподобання і приблизно знають чому вони підтримують саме цю, а не іншу позицію? Так, А. Тверські і Д. Канеман визначили, що індивіди використовують багато когнітивних засобів, які дозволяють їм зводити вирішення складних проблем до найпростіших операцій і прийняття різних соціальних рішень. Вони виявили чотири евристичних принципи, що при прийнятті рішень надають індивідам можливість використовувати лише частину інформації, якою вони володіють: доступність, репрезентативність, пристосування і моделювання. Принцип доступності полягає в тому, що індивід не зацікавлений в отриманні всієї доступної або всієї відповідної до даного випадку інформації. Так, якщо людина самоідентифікує себе як ліберала, то вона сприймає дії і висловлювання лише найяскравіших діячів політичної сили. Принцип репрезентативності, визнаючи вірогідність того,

що одиниця інформації є частиною відповідного її класу, спирається на типовість і відповідність тієї інформації, що, з погляду виборця, є головною чи визначальною прикметою для інформації саме того класу, наприклад, коли виборець судитиме про партійну приналежність кандидатів за расовою ознакою. Принцип пристосування полягає в тому, що погляди і оцінки людини залежать від отримання нової інформації і можуть змінюватися (скажімо, виявлено розходження між програмою і реальними діями кандидата). Принцип моделювання застосовується у випадку, коли бракує інформації і індивід повинен спробувати передбачити наслідки свого рішення.

До евристичних джерел, що впливають на формування політичних переваг виборців, належить також принцип симпатії Г. Брейді і П. Снайдермана, який сприяє виявити симпатії чи антипатії громадян до політичних груп на емоційному рівні. Дж. Мондак вважає, що цей принцип можна розглядати як складову принципу пристосування, оскільки особиста позиція індивіда з того чи іншого питання є частиною його очікувань як члена групи, а тому додаткова інформація, особливо емоційна оцінка політичних груп, може змінити очікування конкретного індивіда. Представники мічиганської школи виявили й інші джерела, що спонукають людину до прийняття рішення за умов недостатньої поінформованості: використання стереотипів з застосуванням принципу репрезентативності, тому що стереотипні судження базуються на виокремленні суттєвих характеристик групи і використанні підказки. Коли громадяни формують свої політичні уподобання і політичну позицію, то спираються або на висловлювання про політичних діячів, політичні організації (Дж. Мондак), або на позицію політичних лідерів стосовно того чи іншого питання (Е. Гармінас, Дж. Куклінські).

Третя школа — економічна — поставила питання: чому раціонально мисляча людина виконуватиме громадські обов'язки, якщо її індивідуальний внесок досить незначний і неважливий? В основу її досліджень покладено концепцію “представницької політичної системи” (її ще називають “теорією раціонального вибору”), згідно з якою політична організація суспільства являє собою аналог його економічної організації. В політичній галузі існує такий же “вільний ринок”, як і в господарській, де існують свої характерні товари: можливі пільги, переваги, привілеї, пов'язані з тим чи іншим типом політичних рішень. Продавцями виступають діючі або можливі носії політичної влади, а покупцями — політично дієздатні індивіди. Під політичною дією розуміється електоральна поведінка, а сам акт подання голосу вважається або купівлею, або інвестуванням. Засновником такого

напрямую можна вважати Е. Даунса, який писав, що кожна раціональна людина приймає рішення з приводу голосування таким же чином, як і всі інші рішення: якщо прибуток перевищує витрати — голосує, якщо ні — утримується від голосування. В праці “Економічна теорія демократії” Е. Даунс доводить, що свідома неучасть у виборах — достатньо розумна реакція людини. Він показав, що коли люди діють на основі індивідуально зрозумілого інтересу, ніщо не заважатиме їм утримуватися від голосування. Зважаючи на малу вірогідність того, що голос окремого виборця може вплинути на результат виборів, Е. Даунс вказує, що в такому випадку єдиною розумною поведінкою буде ухиляння від голосування і фактичну масову поведінку можна краще зрозуміти як прояв діяльності, що є цінною само собою. Вчений наголошує, що для людей їхні вподобання — не головне, не абсолютне, це один із чинників, що впливає на вирішення дилеми — голосувати чи ні. Так, люди можуть здійснювати свої громадянські обов’язки тому, що їм це подобається, або через почуття провини, або тому, що не хочуть видаватися необізнаними серед інших людей. Найважливішим для них є те, що виконання своїх обов’язків є самодостатньою цінністю. В межах цієї моделі, голосування — це “внесок” заради отримання бажаного результату. Приймаючи рішення щодо участі або неучасті у виборах, людина враховує два чинники: користь від очікуваного результату виборів і власні витрати на голосування (час і сили, яких потребує отримання і аналіз інформації про кандидатів, а також відвідування виборчої дільниці). Е. Даунс також першим звернув увагу на проблему політичної інформації в сучасних масових демократіях. Враховуючи, що витрати на отримання детальної політичної інформації зазвичай є вищими, ніж користь, яку очікують від голосування на основі отриманої інформації, вчений доводить, що для більшості громадян нераціонально прагнути до всебічної обізнаності у суспільних справах. Е. Даунс виділяє три типи витрат при отриманні інформації: на пошуки інформації — збір, відбір і передачу даних; на їх аналіз і оцінку. Для більшості людей раціональніше використати час, увагу і ресурси не на здобуття політичної інформації, а на щось корисніше. Раціонально мислячі люди швидше будуть шукати засобів, що дозволять зменшити витрати на здобуття інформації, тобто розробляти найкоротші шляхи отримання і використання інформації. Це дозволяє громадянам приймати політичні рішення і формувати свої політичні вподобання без всебічної поінформованості про зміст і особливості поточних політичних процесів. Таким чином формується мінімально поінформована, проте не непоінформована більшість громадян. Розглядаючи модель Е. Даунса, деякі науковці вказують, що витрати на прийняття виборцями рішення залежать

від соціально-демографічних характеристик, зокрема від рівня їх освіти, “громадських навичок”. За М. Фіориною, головним чинником, що визначає вподобання виборців, є стан економіки. Відповідно до його оцінки можливим є два типи голосування: егоцентричне, коли виборець оцінює власне економічне становище, і соціотропне, коли виборець оцінює роботу народного господарства в цілому. С. Ліпсет вказує, що при погіршенні стану економіки, міжнародної ситуації, а також у випадку політичної і\ або соціальної кризи активність електорату зростає (свідчення соціотропного типу голосування). Модель “економічного громадянина” була піддана критиці з боку деяких науковців, які вбачали в такій людині лише раціональну, матеріалістичну істоту, що піклується лише про поліпшення власного добробуту.

Критикуючи праці авторів, які підтримували модель “економічного громадянина”, Д. Грин і Я. Шапіро роблять висновок, що “досягнуті ними результати є незначними. Частково труднощі пов’язувалися з убогістю емпіричного матеріалу: прихильники раціонального вибору, здавалось, були так сильно захоплені розробкою самої теорії, що справу емпіричних перевірок залишали на потім або для інших”. У подальшому положення теорії раціонального вибору були доповнені і розвинуті когнітивною психологією, що отримала ряд експериментально перевірених результатів. Підсумовуючи доробки традиційних шкіл дослідження демократичної природи громадян, можна припустити, що виборці діють розумно і усвідомлюють свої цілі і потреби. Зближувачим моментом для цих шкіл є саме визначення громадянина як істоти цілеспрямованої та інструментально мотивованої, яка керується своїми цілями, амбіціями і потребами.

Проте кожна школа вбудовує в модель свої ознаки. Так, школа політичної соціології стверджує, що в політичній діяльності домінує групова ідентифікація людини, яка є результатом, або похідною від політичної соціалізації і що громадяни поновлюють свої оцінки партій і політичних лідерів, звертаючись до досвіду. Школа соціальної психології стверджує, що характер політичної поведінки індивіда закладається на ранньому етапі формування особистості під вирішальним впливом психофізіологічних чинників, типу і спрямованості первинної політичної соціалізації. Причому характер набуває міцної стійкості лише в екстремальних випадках. Інструментально мотивовані громадяни знижують інформаційні витрати, отримуючи інформацію від інших, а також за допомогою низки аналітичних прийомів і евристичних принципів. Політекономічна школа виходить з того, що більшість громадян схильні до раціональної поведінки як такої, що відповідає вподобанням індивіда. Пояснюється це тим, що людина

намагається в усьому, зокрема і в політиці, досягти максимального результату за рахунок оптимальних, часто мінімальних витрат і зусиль. Саме ці школи здійснили революційний прорив у дослідженні електоральної поведінки, створили моделі демократичного громадянина, вони викликали значний інтерес у політологів, політичних психологів, політичних соціологів і, поступово вдосконалюючись, збагачуються новими підходами.

### ***5.2. Поняття електоральної культури.***

Електоральна культура є інтегральною характеристикою певної сфери функціонування суспільства, його територіально-регіональних, соціокультурних, економічних, політичних, етнічних і конфесійних спільнот і груп, а також життя окремих індивідів. Це складна динамічна структура: • єдність знань і розуміння виборчих норм і процедур, повноважень і діяльності організаторів виборів та інших учасників виборчого процесу; • інтерес і ставлення до виборів, до виборчих прав і можливостей учасників виборчого процесу; • оцінка виборчого законодавства і практики його застосування, всіх етапів виборчої кампанії і виборів, значущості власної участі в них; • рівень засвоєння зразків і норм поведінки виборців та інших учасників виборчого процесу. У широкому розумінні термін “електоральна культура” трактується як сталі особливості ставлення виборців до виборів і практики їх проведення, вироблений стиль взаємовідносин між виборцями і владою. У вузькому розумінні електоральну культуру можна розглянути як ступінь реальної залежності (“скерованості”) виборців у процесі виборів.

Критерії, або показники, за якими можна визначити особливості електоральної культури, є такі: • ступінь розуміння і усвідомлення громадянами норм виборчого права, їх місце в системі базових цінностей; • ступінь розуміння електоральних прав як відносно самостійної галузі і як необхідної умови для реалізації прав громадян на участь у політико-державному управлінні; • знання функцій і діяльності основних учасників виборчого процесу і організаторів виборів; • оцінка законів про вибори, діючої виборчої системи і наявність пропозицій щодо їх вдосконалення; • оцінка роботи виборчих комісій; • наявність груп виборців, які залучені до виборчих кампаній, форми їх діяльності (або відсутність, і з яких причин); • основні мотиви голосування виборців; • готовність еліти і пересічних громадян визнати політичну поразку і погодитися на компроміс з партіями і лідерами переможцями. Існує кілька класифікацій моделей голосування виборців. Американський політолог Дж. Сарторі визначає дві основні: проблемне голосування і модель ідентифікації. Проблемне голосування — це



такі кроки: проблемне вподобання — проблемне сприйняття — голос на користь кандидата чи партії, які стоять найближче до розв’язання певної проблеми. До проблемного голосування найбільш схильними є “невизначені” виборці, які не мають сталих партійних уподобань.

Модель ідентифікації — сталі ідейно-політичні орієнтації, що мотивують вибір людини. Для неї характерна така послідовність дій виборця: визначення і зарахування себе до лівого/правого, прогресивного/консервативного тощо спектра — відповідні партійні уявлення — голос на користь тієї партії, з якою виборець себе ідентифікує. Останні за часом дослідження політологів і соціологів у ряді країн засвідчують послаблення у виборців почуття ідентифікації з політичними партіями і зростання впливу електоральних технік теледемократії.

Російські науковці визначили такі моделі голосування, до яких вдаються виборчі технологи: 1. Модель традиційного голосування — виборці голосують швидше за традицією, ніж з інших міркувань. Така модель працює в США, де населення традиційно схильне до голосування: за республіканців чи демократів. 2. Соціально-економічна модель заснована на гіпотезі, що виборці керуються особистими інтересами, діють раціонально, розраховують користь від власного вибору. Розробка стратегії полягає в тому, щоб виявити і врахувати інтереси виборців, відбити їх у програмах, виступах, гаслах кандидатів. 3. Іміджева модель — орієнтується на особистість кандидата, а не на ідеологічні вподобання або економічні інтереси виборців. Стратегія будується на врахуванні популярності того чи іншого іміджу, його модернізацію відповідно до вподобань виборців. 4. Ідеологічна модель — акцент робиться на ідеологічній позиції виборців, передбачається, що основні ідеології мають серед них стійких послідовників. 5. Модель примусу — “благодійність”, підкуп, залякування виборців, членів комісій, суддів, конкурентів, журналістів. На практиці часто така модель реалізується як використання адмінресурсу. 6. Модель маніпулювання — базується на ідеї, що люди не розуміються на політиці, прийняття ними рішень про голосування несамотійні, вони легко піддаються впливу, змістовна робота з ними не потрібна, треба ефективніше використовувати прийоми маніпулювання. Один напрям застосування моделі — реклама, другий — використання НЛП. 7. Негативна модель — базується на переконанні, що негативна інформація про кандидатів значно більше привертає увагу, ніж наголошення на їх позитивних якостях. 8. Модель домінуючого стереотипу — передбачає, що в суспільстві формуються привабливі для мешканців певного регіону стереотипи політичних вподобань, згідно з якими і голосує значна частина виборців. 9. Корпоративна модель — згідно з цією моделлю

більшість виборців орієнтується при голосуванні на цінності, які поділяє їх оточення (корпоративні цінності). 10. Модель участі (прямих стимулів) — засновується на переконанні, що лише особиста участь виборців у будь-якій спільній діяльності створює справжню внутрішню мотивацію, яку можна використати на виборах. Модель ефективно працює, якщо її використати на стадії підготовки кампанії. Звісно, існують і інші моделі поведінки виборців. У цілому їх знання може зменшити вплив “великих грошей” та адміністративного ресурсу на виборах, а отже, сприяти розвитку демократичних процедур.

**Питання для самоконтролю** 1. Де і коли було започатковано дослідження електоральної поведінки громадян? 2. Які наукові підходи дослідження електоральної поведінки склалися в політичній науці? Розкрийте їх сутність. 3. Дайте визначення поняття “електоральна культура”. Які чинники впливають на електоральну культуру окремого громадянина? 66 4. В яких напрямках сучасної політичної науки використовують і досліджують феномен електоральної культури? Відповідь обґрунтуйте. 5. Які моделі поведінки виборців вам відомі?