

# **ЗВ'ЯЗОК ТИПІВ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ УКРАЇНЦІВ ЗІ СТРУКТУРОЮ СУСПІЛЬСТВА**

**ШАЧКОВСЬКА Л.С.**

*кандидат політичних наук, доцент*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

*м. Умань, Україна*

Право вільно обирати народом своїх представників у владі, та впливати на політичну спрямованість уряду є без сумніву фундаментальною складовою демократії. Сьогодні без вільних, чесних, регулярних виборів, на яких громадяни мають можливість виражати власну волю, неможливо уявити жодну цивілізовану країну світу. Мільйони людей, незважаючи на залякування та переслідування, віками захищали та відстоювали своє право обирати та бути обраними. Стаття 21 Загальної Декларації Прав Людини ООН 1948 року наголошує, що воля народу повинна бути основою влади уряду; ця воля повинна виявлятися у періодичних і нефальсифікованих виборах, які повинні провадитись при загальному і рівному виборчому праві шляхом таємного голосування або ж через інші рівнозначні форми, що забезпечують свободу голосування [9]. Як зазначив Ю. Шведа посилаючись на дослідження С. Хангтінгтона про три хвилі демократизації, саме вибори стали причиною послаблення та повалення авторитарних та диктаторських режимів під час третьої хвилі демократизації [8, с. 14]. У процесі побудови демократичних інститутів виникає необхідність вибору серед великої кількості варіантів і правил, що встановлюються між виконавчою і законодавчою гілками влади, між ними і електоратом, типом домінуючої політичної культури і субкультурами, особливостями електоральної поведінки виборців і кандидатів. Демократичний виборчий процес є запорукою легітимності, стабільності та ефективності функціонування державних інститутів. У першій половині ХХ століття в політичній науці панували класово-детерміновані моделі

електоральної поведінки виборців і різні модифікації концепції «соціально детермінованого електорату». У 60-70-х роках ХХ століття набула поширення модель електоральної участі «Парадигма Мічігану», яка поклала початок новим напрямкам досліджень електоральної поведінки виборців. Результати досліджень виходили з того, що, наприклад, американські виборці протягом життя майже не змінюють своєї електоральної поведінки, яка формується в процесі соціалізації, відмічався спадаючий інтерес до політики, поверховість політичних поглядів тощо. На електоральну поведінку французьких виборців в цей період мали визначальний вплив символічно-культурні чинники, які сприяли нейтралізації соціально-класових особливостей поведінки. Французький політолог П. Бурдьє зазначав, що зв'язок, який спостерігається на всіх ділянках соціальної практики між соціальним класом і діяльністю або думками людей, дуже слабкий при електоральній поведінці [1, с. 173]. На початку 80-х років формується парадигма раціонального виборця, згідно з якою виборець все краще може орієнтуватися у політичних проблемах і здатен самостійно, раціонально робити свій вибір під час голосування. Проте вже на початку 90-х років концепція раціонального виборця починає втрачати своє поширення. Політологами був зроблений висновок, що електоральна поведінка виборця передбачає певну рівновагу між обов'язком і витратами, що включають витрачений час, зусилля, споживчий зиск, вірогідність результативного голосування. Американський політолог Дж. Сарторі розглядає дві основні моделі голосування. Це – проблемне та партійне голосування. Перша модель властива слабо детермінованому і маргінальному електорату, який не має стійких ідеологічних і партійних уподобань. Американські політологи С. Хантінгтон і Дж. Нельсон у праці «Нелегкий вибір. Політична участь у країнах, що розвиваються» розглядають два типи електоральної поведінки: автономну і мобілізовану. Якщо перший тип електоральної поведінки поширений у демократичних державах, то другий – при тоталітарних і авторитарних політичних режимах. Мобілізована модель електоральної поведінки передбачає вплив неполітичних стимулів, а саме: використання

адміністративного ресурсу, прямий чи непрямий підкуп виборців, страх, патерналістську прихильність тощо [2, с. 448]. Вибори в пострадянських країнах продемонстрували поширення оперативної і ретроспективної моделей голосування. Американські політологи П. Снідерман, Дж. Гласер та Р. Гріффіт розробили складну модель ретроспективного голосування, в якій задіяні багато чинників у такій послідовності: ідеологічні настанови – партійна приналежність – оцінка діяльності партії – набуті персональні характеристики – оцінка правлячої особи – порівняльна оцінка правлячої особи – голосування [3, с. 121]. Водночас американські політологи Шенкс і Міллер причинний ланцюжок, впливаючий на голосування виборця, бачать дещо в іншій послідовності, а саме: постійні персональні характеристики – набуті персональні характеристики – ідеологічні настанови – партійна приналежність – оцінка діяльності партії, якій надається перевага – ставлення до кандидата – голосування. Майже завжди тема свідомої та відповідальної поведінки виборців, незважаючи на її актуальність, залишається за межами обговорення не лише політиків, політологів, експертів, журналістів, а й самих виборців. Народний депутат Віталій Корж зазначає, що протягом усіх виборчих кампаній, які проходили в незалежній Україні, соціологи і політологи зібрали достатньо переконливий матеріал, щоб стверджувати, що українські виборці, у своїй переважній масі, не відзначаються особливою вимогливістю до кандидатів, високою мораллю та відповідальністю. На його думку, основні типи електоральної поведінки українців цілком відображають структуру суспільства, в якому можна виділити такі групи: групу моральних і водночас розумних (3%), які готові безкорисливо служити інтересам суспільства; групу розумних (9%), які не дуже прислухаються до голосу власної совісті, тобто, з суспільної точки зору, не дуже або й зовсім не моральні; групу непередбачуваних у своїх діях людей (81%), для яких характерною є деяка недосконалість свідомості – розуму і совісті, кожен з них шукає причини своїх невдач, помилок не в собі, а поза собою, тримається старих стереотипів, які втратили будь-який сенс; групу обездолених, хворих, інвалідів, які потребують турботи не тільки з боку влади,

а й суспільства (7%). Третя група – це і є та найважливіша частина електорату, за кожен голос якої ведуть боротьбу партії і кандидати [5, с. 22]. Віцепрезидент Асоціації політичних психологів України В. Рибаченко визначає такі основні психологічні типи виборців. Це – «переконані», «мислячі», «байдужі» і «запроданці». Їм умовно відповідають чотири типи кандидатів – «ідейні», «цікаві», «емоційні» і «грошовиті» [6]. «Переконані» – це фанати, у яких інтелект поєднується з певною ідеологією, які сліпо сповідують ідеологію партії, членами якої вони є. Свої голоси вони, як правило, віддають за «ідейних», які, в свою чергу, поділяються на «палаючих» і «горлопанів». «Мислячі» – це виборці, які вміють аналізувати свої дії, обдумувати свої рішення. Їх поділяють на «аналізуючих» і «тих, хто шукає». На думку В. Рибаченко, їхній вибір – «цікаві», тобто професіонали-фахівці у галузях економіки, фінансів, права, суспільних наук тощо. «Байдужих» можна поділити на «розчарованих», які вірили тим, кого обирали, але їхні сподівання не виправдалися, і тепер вони вже нікому не вірять, і «пофігістів», які не розчаровувалися, проте нікому й ніколи не вірили. «Байдужі», як правило, голосують за «емоційних», які часто виступають на мітингах і яких вони сприймають, як своїх. «Запроданців» аналітик поділяє на «циніків», які нікому не вірять і вважають, що всі брешуть, і «бідних», які готові продати свій голос. На виборах «запроданці» віддають свої голоси за «грошовитих», які поділяються на «ділків», які вкладають, як правило, власні та бюджетні кошти в комп'ютерні класи, школи, лікарні, церкви, ремонт шляхів тощо, і «чинуш», які обіймають посади в органах державної влади, широко використовують адміністративний ресурс. Поділяємо висновки В. Рибаченка, що на мажоритарних округах буде вестися боротьба між «ділками», «чинушами» і «цікавими». Якщо серед виборців будуть переважати «мислячі», то переможуть «цікаві», тобто професіонали, інтелектуали, а якщо – «байдужі» та «запроданці», переможуть «ділки» і «чинуші» [6]. Таким чином, соціологічні дослідження підтверджують, що значна частина українських виборців ще не визначилась чи взагалі не збирається брати участь у виборчому процесі, не

готові брати на себе відповідальність за власний вибір, бо не шанують власної гідності більше, ніж матеріальні здобутки, не усвідомлюють, що сучасним гаслом для кожної нації став вислів Дж. Кеннеді: «Не питай, що держава зробила для тебе. Спитай себе, що ти зробив для неї». Швейцарський політик, член ПАРЄ Андреас Гросс так оцінив нинішній виборчий процес в Україні: «Більшість громадян почуваються безпорадними, усвідомлюючи той факт, що політика цілковито заправляється грошима. Люди... сьогодні надзвичайно пригнічені й зневірені у своєму майбутньому, ніхто не хоче якимось чином змінити ситуацію... Складається враження, що українські політичні партії борються виключно за владу для себе, а не за суспільні інтереси» [7, с. 8].

На сьогодні в суспільстві спостерігається недовіра до влади, розчарування в її діяльності, залишається безліч невиконаних обіцянок. Тому проаналізувавши попередні виборчі кампанії можна виділити чітку особливість українських виборців – це ґрунтування свого вибору на основі інформації отриманої під час кампаній ( свою чергу вона повинна відповідати задоволенню матеріальних потреб громадян, містити обіцянки вирішення проблем, що стоять на порядку денному), та розчарування в ньому після проходження незначного часу з моменту виборів. На жаль, ці умови диктує ситуація аномії та стагнації в якій перебуває Україна. Говорити про соціально-психологічні моделі, статусні, моделі партійної ідентифікації дуже рано. Домінуючий вплив на вибір громадян здійснює чуттєво-емоційна складова, над формуванням якої працюють політтехнологи, маркетологи, журналісти, pr-менеджери. Через відсутність партій з відносно довгою історією, чіткими програмними засадами, український виборець не бачить тієї політичної сили, з якою він міг би ідентифікувати себе, особливо це стосується молоді та людей середнього віку. Для цього потрібно вийти на рівень політичної та суспільної стабільності. Низька зацікавленість громадян політичними процесами також несе негативний характер як на хід голосування, так і на розвиток країни в цілому. Тому важливим є вироблення критичного мислення у громадян, збільшення обізнаності та зацікавленості у суспільно-політичних процесах, та виховання

відчуття відповідальності та громадянського обов'язку в кожного українця. Важливим є вироблення моделі двосторонньої відповідальності. Її зміст полягає в тому, що з одного боку народні обранці повинні чітко звітуватись за власну роботу та виконання передвиборчих обіцянок, а виборці – з іншого боку мають здійснювати громадський контроль за владою, та ставитись більш виважено і усвідомлено до формування власних електоральних преференцій, проявляти більший інтерес до політичного простору країни. Крім цього, варто пам'ятати, що зміна виборчого законодавства незадовго до виборів також вносить дисбаланс у хід голосування. Тому потрібно виробити ефективні правові норми, які будуть чітко регламентувати процес виборів, та проводити просвітницьку роботу з населенням з приводу даного питання.

#### Використана література:

1. Бурдье П. Социология политики / П. Бурдье. – М., Socio-Logos, 1993. – 336 с.
2. Політологія: навч. посібник для вузів / Упоряд. та ред. М. Сазонова. – Харків: Фоліо, 1998. – 735 с.
3. Information and Democratic Process. University of Illinois Press. – Chicago, 1990. – 432 p.
4. Кириченко И. Хата с краю... пропасти / И. Кириченко. // Зеркало недели. – 2012. – 13 октября. – С. 1-2.
5. Корж В. Яким бути виборцю і кого варто обирати? / Віталій Корж. // Голос України. – 2012. – 11 жовтня. – С. 22.
6. Особливості національної передвиборчої кампанії очима психолога // Уманська зоря. – 2012. – 5 жовтня. – С. 3.
7. Пагіря О. Андреас Гросс: «Україні потрібна нова демократична революція» / О. Пагіря. // Український тиждень. – 2012 - № 39. – С. 8-9.
8. Шведа Ю. Демократія і вибори за С. Хантінгтоном / Ю. Шведа. // Вибори та Демократія. – 2005. – №1. – С. 38-45.
9. Загальна декларація прав людини [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995\\_015](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_015).