

- об'єднаної опозиції [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.firtka.if.ua/?action=show&id=29132>.
3. Пасько І. Громадянське суспільство: влада і опозиція // Войтенко Т.О., Гончарук О.С., Павлов Ю.О. Гром. сусп.. в Україні: аналіз соціального конструювання. Наукова збірка. – К.: Стило, 2002. – С. 106.
 4. Конончук С.Г. Парламентська опозиція в Україні: модель та провадження: Дослідження проблеми / С.Г. Конончук, О.А. Ярош. – К. : Український незалежний центр політичних досліджень, 2006. – С. 7.
 5. Пугачев В.П. Введение в политологию / В.П. Пугачев, А.И. Соловьев. – 4-е изд. – М.: Аспект Пресс, 2003. – С. 387.

Свитайло Н. Д., Костенко А. Н. Выборы как механизм структурирования политической оппозиции в Украине.

Статья посвящена анализу выборов в Верховную Раду Украины в 2012 году как механизма структурирования политической оппозиции. Исследованы некоторые аспекты деятельности оппозиции в ходе избирательной кампании 2012 года, действенность этих шагов в направлении ее структуризации и легитимации.

Ключевые слова: выборы, политическая оппозиция, механизмы структурирования, легитимация.

Svitaylo N. D., Kostenko A. M. Election as a mechanism for structuring the political opposition in Ukraine.

The article discusses the elections to the Verkhovna Rada of Ukraine in 2012 as a mechanism for structuring the political opposition. Some aspects of the opposition during the election campaign in 2012, the effectiveness of these measures in its structure and legitimacy.

Keywords: elections, political opposition, the mechanisms of structuring, legitimation.

Прокончук І. І.

ЕЛЕКТОРАЛЬНА ПОВЕДІНКА: ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ

У контексті гендерного підходу до осмислення політичних процесів та явищ проаналізовано вплив гендеру на виборчий процес, кількісні та якісні форми прояву гендерного розриву в електоральній поведінці.

Ключові слова: електорат, електоральна поведінка, гендер, гендерна структура електорату, гендерний розрив.

У розвинутому демократичному суспільстві практично не можливо організувати та ефективно провести результативну передвиборчу кампанію без врахування гендерних аспектів електоральної поведінки. Головна риса українського електорату полягає в переважанні жінок-виборців над чоловіками: така специфіка статевовікової структури населення України. У цій ситуації роль жіночого електорату величезна як в кількісному, так і в якісному аспекті. Нерідко результати виборів вирішальним чином залежать саме від голосів жінок. Тому залучення жіночого електорату на свій бік може стати вирішальним для досягнення передвиборчої мети кандидатів та партій. Зростання ролі жіночого голосування неодноразово підтверджувалося світовим досвідом виборчих кампаній, наприклад, в США в 1992 р. на президентських виборах жінки в основній масі підтримали Б. Клінтона, а чоловіки – Б. Доула. На виборах Президента США в 1996 р. жіночий електорат знову віддав перевагу демократам, а чоловічий – республіканцям. В 2008 та 2012 рр. жінки привели до президентської влади Б. Обаму. А в Фінляндії ніхто не сумнівався, що обрання на високу державну посаду першої в історії країни жінки-президента Тар'ї Халонен стало можливим насамперед завдяки голосам жінок-виборців.

Таким чином, гендерний аспект електоральних преференцій необхідно вивчати не тільки як індикатор цивілізованого демократичного розвитку країни, а й для суто утилітарних цілей: 1) більш глибокого аналізу виборчої поведінки з урахуванням статі як детермінуючого чинника; 2) більш точного прогнозування результатів виборчих кампаній; 3) для створення більш вдалих PR-кампаній та отримання перемог у виборчих перегонах як на місцевому рівні, так і в масштабах країни.

Увагу до гендерного виміру політичної участі, в тому числі електоральної поведінки, приділено в роботах С. Айвазової, С. Аношиної, Р. Варданяна, Н. Дзюби, Г. Кертман, Е. Кочкіної, Т. Ковальнової, Н. Іванчук, М. Міщенко, С. Оксамитної, В. Хмелько, Н. Шведової, О. Шинкаренко, Ю. Якименко.

Разом з тим, слід підкреслити, що вищезгадані праці розглядають вузькі аспекти гендерної детермінованості електоральної поведінки, наприклад, лише електоральну поведінку жінок без порівняння з електоральною поведінкою чоловіків, нерідко мають характер констатування та коментування електоральної статистики конкретних виборів і не ставлять собі за мету узагальнення закономірностей, тенденцій поведінки виборців залежно від статі. Тому метою

публікації є системний аналіз кількісних та якісних форм прояву гендерного розриву в електоральній поведінці у виборчому процесі.

Гендерні особливості електоральної поведінки у світовій суспільній науці позначаються терміном “gender gap”, що означає в дослівному перекладі “гендерний розрив” [21]. Цей термін прийшов зі сфери електоральних досліджень та характеризує відмінності, розбіжності між чоловічими та жіночими моделями електоральної поведінки, що незмінно виявляються під час виборчих кампаній.

Причини виникнення та існування “gender gap” можна назвати наступні:

а) історичні бар’єри. Так у більшості розвинутих країн Заходу жінки отримали право голосу та висування своїх представників на загальних парламентських виборах на 60-200 років пізніше, ніж чоловіки. Так, у Великобританії в масовому порядку чоловіки були допущені до виборів в 1867 р., тоді як жінки (та й то з встановленням вікового цензу в 30 років) – в 1918 р., та лише в 1928 році вони були зрівняні з виборцями-чоловіками за віком. Тільки в 1919 році перша жінка-депутат увійшла в палату общин британського парламенту. У США перші федеральні вибори проводились в 1789 р., а жінки здобули право голосу лише в 1920 році (розрив в 131 рік), для Франції дистанція між першими виборами та отриманням жінками права голосувати склала 155 років (1789 и 1944 рр. відповідно). В усіх країнах наділення жінок правом голосу, рівним праву чоловіка, відбувалося завдяки активному впливові руху суфражизму;

б) на гендерний розрив у електоральній поведінці впливають *особливості гендерної соціалізації*. Чоловіки та жінки мають відмінну “гендерну картину світу”, що, звісно, не може не позначатися і на електоральних преференціях;

в) гендерні *стереотипи у політичній сфері*, зокрема що політика – це “чоловіча сфера самореалізації”, нерідко обмежують електоральну поведінку жінок.

У сучасних розвинутих демократичних країнах, в тому числі в Україні, *гендерний розрив (gender gap)* проявляється у наступних формах:

а) *кількісні* форми гендерного розриву:

1. Гендерний розрив у списках виборців (в сучасній Україні в структурі електорату жінки представляють 55% виборців, чоловіки – 45 %);

2. Гендерний розрив у явці на вибори. Можна говорити про переважання представників певної статі серед виборців, що реально здійснили свій вибір. Якщо до середини ХХ століття в розвинутих

країнах чоловіки-виборці переважали чисельно та за рівнем електоральної активності, то останні 30 років на Заході ситуація почала суттєво змінюватися. На сьогоднішній день у розвинутих країнах склалася тенденція більш високої явки на вибори саме жінок-виборців, ніж чоловіків. На парламентських виборах 2012 року в Україні явка жінок становила 54 %, чоловіків 46 % [10];

б) якісні форми гендерного розриву:

1. Гендер диференціює політичні переваги електорату. Аналіз характеру голосування виборців вказує на різновекторність інтересів, гендерні відмінності в політичних орієнтаціях та наявність специфічних систем пріоритетів. У цілому характер голосування жінок, так само, як і чоловіків, визначається насамперед партійною ідентифікацією, політичним вибором та наявністю відповідних кандидатів, але між жіночим та чоловічим голосуванням існує ряд доволі чітко окреслених відмінностей. У цілому жінки при голосуванні більш консервативні, ніж чоловіки. Це твердження справедливе, наприклад, для Франції, Німеччини, Італії, України. У Великобританії та США ситуація менш однозначна. У Великобританії за лейбористську партію віддають більше голосів молоді жінки, ніж молоді чоловіки, а жінки старшого віку голосують за консерваторів. Обидві тенденції в основному врівноважують одна одну [5, 238]. У США останні 30 років жінки голосують за демократів, а чоловіки здебільшого за республіканців. В Україні стабільна електоральна база партій та політичних діячів у більшості випадків відсутня. Залежно від політтехнологічної майстерності організації передвиборчої кампанії змінюються виборчі переваги електорату, але в цілому можна говорити про наступну гендерну композицію виборців: жінки переважають у гендерній структурі електорату більшості політичних сил, виняток становлять ВО “Свобода”, КПУ. На парламентських виборах 2012 р. серед виборців чоловіки переважали у структурі електорату наступних політичних сил: ВО “Свобода” (54,4 %), “УДАР В. Кличка” (54,8 %), Радикальна Партія О. Ляшка (55,7 %), “Рідна Вітчизна” (68,0 %), ВО “Громада”(60,0 %), Українська Національна Асамблея (66,7 %), Ліберальна партія України (88,2 %), “Зелена планета” (53,8 %), Партія Зелених України (52,8 %). Жінки становили основу електорату наступних політичних сил: ВО “Батьківщина” (57,5 %), Партія регіонів (58,7 %), Соціалістична партія України (51,6 %), “Руський блок” (57,3 %), “Україна – Вперед!” (60,8 %), Партія Пенсіонерів України (63,4 %), “Україна майбутнього” (56,8 %), “Народно-трудовий союз України” (61,5 %). Відносно рівна гендерна структура електорату у політичних сил: Комуністична партія України

– 49,6 % чоловіків та 50,4 % жінок, “Нова політика” – 52,9% чоловіків та 47,1 % жінок, “Наша Україна” – 49,4 % чоловіків та 50,6 % жінок, “Зелені” – 49,2 % чоловіків та 50,8 % жінок. [8, 75-78; 11];

2. “Непрактична” електоральна поведінка. Жінки-виборці, частіше ніж чоловіки віддають свої голоси політичним аутсайдерам, і при цьому, як відомо, голоси “втрачаються”, бо кандидати та партії “непрохідні”. Чоловіки мають іншу форму нерациональної електоральної поведінки, що теж призводить до “втрати” голосів, вони більш схильні проявляти електоральний радикалізм і голосувати “проти всіх” чи псувати бюлетені [1]. На парламентських виборах 2012 р. викреслили всіх, зіпсували бюлетень 54,3 % чоловіків проти 45,7 % жінок, неправильно заповнили анкету 62,5 % чоловіків та 37,5% жінок [11];

3. Мотивація електоральної поведінки. У жінок мотивація голосування частіше соціотропна, у чоловіків – егоцентрична [8, 70]. Егоцентричне голосування передбачає, що електоральний вибір базується на оцінці власного економічного становища; соціотропне голосування означає, що електоральне рішення виборця ґрунтується на оцінці економічного становища країни та функціонування економіки в цілому.

Аналіз мотивації електоральної поведінки виборців за шкалою раціональність/іраціональність, дозволяє зробити висновок, що жінкам рідше за чоловіків властиві раціональні міркування електорального вибору (наприклад, знання передвиборчої програми політичної партії, кандидата, близькість ідеології, політичних поглядів) і частіше, ніж чоловікам іраціональні чинники голосування (довір’я, симпатія, приваблюють особисті якості кандидатів тощо) [4], [7; 12, 26]. Жінки більш схильні до афективного сприйняття політики. [6];

4. Моделі гендерної електоральної поведінки. У чоловіків-виборців переважає інтелектуально-активний тип електоральної поведінки, або інтелектуально-пасивний тип електоральної поведінки. У жінок частіше зустрічається аполітичний тип електоральної поведінки [6]. Інтелектуально-активний тип електоральної поведінки характеризує індивіда, що цікавиться світом політики, має чітку власну позицію, в тому числі електоральну, та діяльний в її обстоюванні. Інтелектуально-пасивний тип електоральної поведінки передбачає, що індивід цікавиться політикою, має сформовану власну позицію, але не проявляє та не відстоює її. Аполітичний тип електоральної поведінки означає, що індивід не цікавиться політичним життям, не має чіткої власної політичної, в тому числі електоральної позиції, наприклад “за

кого голосувати?”, не активний у прояві своєї позиції, зокрема не бере участі в голосуванні.

Серед жінок більше абсентеїстів [8, 70]. При поясненні причин абсентеїзму жінки-виборці більшою мірою ніж чоловіки-виборці виявляють політичну депривацію, піддають сумніву можливість суспільних змін через інститут виборів, частіше вказують на безсилля вплинути на перебіг політичних процесів, які відбуваються навколо. [12, 28-45];

5. Схильність до електорального радикалізму. Жіночий електорат налаштований менш агресивно, ніж чоловічий. Наявний гендерний розрив у відповідях чоловіків та жінок-виборців щодо готовності до активного протесту з вимогою відставки Президента, при відповіді на питання про розпуск парламенту, при голосуванні “проти всіх”. Чоловіки, на відміну від жінок-виборців, виявилися більш лояльні до негативних брудних політичних технологій та виборчих кампаній [18];

6. Схильність до навіювання та маніпулювань.

Жіноча частина електорату, на відміну від чоловічої, має помітно більшу вразливість щодо агітаційно-пропагандистського впливу на них через ЗМІ, політичну рекламу, думку інших людей (близького оточення або експертів). Жінки-виборці більше піддаються сугестивному впливу та навіюванню. Чоловіки-виборці більш самостійні у прийнятті електорального рішення [1; 3; 6; 8, 70; 13, 82-83, 86; 16, 107];

7. Сталість електорального вибору.

Вивчення та врахування динаміки визначеності електорату “за кого голосувати” протягом виборчих перегонів вельми необхідно політехнологам для ефективного планування та проведення виборчої кампанії.

Прийняття електорального рішення, тобто визначення “за кого голосувати”, вказує на наступні гендерні розбіжності електорату: по-перше, за тиждень до виборів чоловіки-виборці на відміну від жінок-виборців мали більш сформовану позицію, за кого голосуватимуть, тобто наявний так званий феномен пізнього самовизначення певної частини жінок-виборців; [2, 64; 7; 15, 49], по-друге, жінки менш сталі у електоральних перевагах, змінюють їх безпосередньо перед виборами [4];

8. Цікавість політичним життям та виборчими перегонами.

Чоловіки-виборці на відміну від жінок виявляються більш поінформованими щодо основних учасників, перебігу виборчих процесів, чоловіки-виборці більше часу витрачають на відслідковування пропагандистських виборчих кампаній [2, 64];

9. Ставлення електорату до статі кандидата.

Українські виборці-жінки не голосують “лише за ознакою статі”, навіть якщо і готові підтримати жінку-кандидата. У момент виборів жіночий електорат не віддає перевагу кандидатам-жінкам, а віддає пріоритет кандидатам-чоловікам. Виборчі цикли у незалежній Україні засвідчили що український жіночий електорат поки не голосує за жінок-кандидатів через жіночу солідарність, хоча це й відомий патерн поведінки західних жінок-виборців з демократичними орієнтаціями, наприклад у скандинавських країнах. Тому “жіночі” політичні партії практично не здобували електоральну підтримку українок. Український парламент незалежної України жодного разу не наблизився до світових стандартів критичної кількості жінок-депутатів, затверджених ООН (не менше 30 %).

Гендерні відмінності електорату у ставленні до жінок-кандидатів проявляються навіть у країнах з достатньо розвинутою демократією, до прикладу, в США цей феномен отримав назву “ефект Ричард”. Американські вчені проаналізувавши впродовж 20 років 92 виборчі кампанії 132 кандидаток і прийшли до висновку, що електоральні прогнози щодо перемоги для кандидатів-чоловіків, більш точні, ніж для кандидатів-жінок. Майже в 70 % виборчих кампаній відбувається недооцінка остаточної виборчої підтримки електоратом жінок-кандидаток [20]. “Ефект Ричард” вимагає від соціологів при аналізі електоральної підтримки жінок-кандидатів враховувати такі феномени, як “фургон з оркестром” (П. Лазарсфельд), “спіраль замовчування” (Е. Ноель-Нойман).

На електоральну підтримку жінок, що прагнуть зробити політичну кар’єру, впливають фактори, які часто не є важливими для кандидата-чоловіка:

- посада, на яку претендують;
- електоральна підтримка кандидатки у законодавчий орган влади вища, ніж у виконавчий чи на керівну посаду;
- зовнішній вигляд. Навіть зовнішність жінок-кандидатів має більший вплив на виборців, ніж зовнішність чоловіків-кандидатів. За даними американських вчених “зрілі” риси обличчя в очах виборців додають компетентності кандидатам обох статей [19]. “Дитячі”, “незрілі” риси обличчя роблять жінок-кандидатів більш привабливими в очах електорату, але разом з тим і створюють враження про меншу компетентність. Причому враження складається на підсвідомому рівні;

– існування в країні сталих патріархальних консервативних уявлень про гендерні питання чи, навпаки, активна політика гендерної рівності;

– вже наявний відсоток жінок у вищих органах влади.

Узагальнюючи аналіз гендерних аспектів електоральної поведінки, слід визнати, що гендерний розрив (gender gap) в електоральній поведінці має кількісні та якісні характеристики. Кількісні: а) гендерний розрив в списках виборців, б) гендерний розрив у явці на виборчу дільницю та кількості тих, хто проголосував. Якісні гендерні відмінності в електоральній поведінці: 1) підтримка різних політичних сил, 2) відмінності у готовності до радикальної електоральної поведінки, 3) відмінності у рівні самостійності прийняття електорального рішення та вразливості до маніпулятивних політтехнологій, 4) розбіжності в мотивації електорального вибору, 5) розбіжності у рівні сталості та часовому визначенні електорального рішення, 6) різниці у рівні інтересу та часу, який чоловіки та жінки готові витратити на відслідковування виборчих перегонів.

Отже, проблема впливу гендеру як детермінанти електоральної поведінки потребує подальшого наукового осмислення як у теоретичній площині, так і на емпіричному рівні.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Айвазова С.Г.* Женщины и мужчины на выборах. Гендерный анализ избирательных кампаний в России в 1999 и 2000 г.г. / С.Г. Айвазова, Г.Л. Кертман [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.owl.ru/win/books/election/chapter1.htm#14>.
2. *Айвазова С.Г.* Мы выбираем – нас выбирают. Гендерный анализ парламентских и президентских выборов в России: 2003-2004 гг. / С.Г. Айвазова, Г.Л. Кертман. – М.: ИСП РАН, 2004. – 90 с.
3. *Аношина С.В.* Политическое поведение женщин в России: особенности формирования электоральных предпочтений // Вестник Поволжской академии государственной службы. – 2009. – № 3. – С. 76-81.
4. *Варданын Р.А.* Демография, общественное мнение и различия в электоральном поведении женщин и мужчин// Гендерная реконструкция политических систем / Под ред. Степанова Н.М., Кириченко М.М., Кочкиной Е.В. – СПб.: ИСПГ-Алетей, 2003. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.owl.ru/win/books/genderpolicy/wardanyan.htm>.
5. *Гидденс Э.* Социология. – М.: Эдиториал урсс, 1999. – 704 с.

6. *Дзюба Н.* Вплив гендеру на сприйняття електорального простору. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/dspace/bitstream/handle/123456789/28797/17-Dzyuba.pdf?sequence=1>.
7. *Кочкина Е.В.* Российский электорат: обретение гендерных различий. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ecsocman.edu.ru/text/16209209/#_edn3.
8. *Ковалева Т.Э.* Женщины: ресурсы политического поведения / Т.Э. Ковалева, Н.В. Иванчук // Социс. – 1995. – № 7. – С. 68-71.
9. *Мищенко М.* Електорат парламентських виборів у демографічних вимірах// Національний екзит-пол: позачергові парламентські вибори 2007. – К.: Центр “Демократичні ініціативи”, 2007. – С. 49-85.
10. Результати екзит-полу: демографічна структура виборців. Соціологічна група “Рейтинг”, листопад 2012. Електронний ресурс. Режим доступу: http://ratinggroup.com.ua/upload/files/RG_Exitpoll_demodraphy_112012_pres.pdf.
11. Результати екзит-полу: хто і як голосував – розподіл електоратів за демографічними показниками. Вибори 2012: сподіване і несподіване. Думки експертів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dif.org.ua/ua/polls/2012-year/rezultati-ekzit-pekspertiv_.htm.
12. Україна передвиборна: електоральні наміри і думки населення: Інформаційний бюлетень. Вересень 2007/ За ред. М.М. Слюсаревського; Упоряд. Л.П. Черниш. – К., 2007. – 62 с.
13. Україна передвиборна: електоральні наміри і думки населення: Інформаційний бюлетень. Листопад 2009 / За ред. М.М. Слюсаревського; Упоряд. Л.П. Черниш. – К., 2009. – 94 с.
14. Україна передвиборна: електоральні наміри і думки населення: Інформаційний бюлетень. Вересень 2011 / За ред. М.М. Слюсаревського; Упоряд. Л.П. Черниш. – К., 2011. – 60 с.
15. *Шведова Н.А.* Гендерный фактор в избирательной кампании // США-Канада : экономика, политика, культура. – 1999. – № 12. – С. 48-63.
16. *Шинкаренко О.Є.* Чинники детермінації електоральної поведінки виборців в умовах перехідного суспільства // Грані. – 2012. – № 8 (88) серпень. – С. 106-108.
17. *Якименко Ю.В.* Соціальна база провідних політичних сил України: динаміка змін (2001–2007 рр.)// Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 3 (8). – С. 5-12.
18. *Brooks D.J.* A Negativity Gap? Voter Gender, Attack Politics, and Participation in American Elections// Politics & Gender. – 2010. – Volume 6. – Issue 03. – September. – P. 319-341.
19. *O'Brien K.* The Influence of Gender and Facial Appearance on Voting Practices / O'Brien K., Reynolds A. // Undergraduate Research Symposium. – 2007. – Paper 35. [Електронний ресурс]. – Режим

доступу: <http://digitalcommons.colby.edu/ugrs/35>.

20. *Stout C.T. I'm Not Voting for Her: Polling Discrepancies and Female Candidates / Stout C. T., Kline R. // Political Behavior. – 2011. – № 33. – P. 479-503.*
21. *The Gender Gap. Voting Choices in Presidential Elections // Center for American Women and Politics. Rutgers University. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cawp.rutgers.edu>.*

Прокочук И. И. Электоральное поведение: гендерный аспект.

В контексте гендерного подхода к осмыслению политических процессов и явлений проанализировано влияние гендера на избирательный процесс, количественные и качественные формы проявления гендерного разрыва в электоральном поведении.

Ключевые слова: электорат, электоральное поведение, гендер, гендерная структура электората, гендерный разрыв.

Prokopchuk I. I. Voting behavior: a gender analysis.

On the basis of a gender approach to understanding of political processes and the phenomena influence of a gender on electoral space, quantitative and qualitative forms of manifestation gender gap in electoral behavior.

Keywords: electorate, electoral behavior, gender, gender structure of electorate, gender gap.

Збишко І. С.

**ДЕМОКРАТИЧНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ В УКРАЇНІ:
ТРУДНОЦІ РОЗВИТКУ**

У статті окреслено проблеми розвитку демократичних перетворень в Україні. Розглянуто основні труднощі, з якими стикається Українська держава на шляху своїх демократичних перетворень.

Ключові слова: демократія, демократизація, громадянське суспільство.

Становлення, функціонування й розвиток громадянського суспільства стали тим головним вектором, який вказує напрями нових соціальних перетворень. Крім того, досвід розвинених країн засвідчує, що необхідною складовою демократичної організації суспільства, надійним гарантом його цінностей є розвинене громадянське суспільство. Його основним елементом стає особа, а основними соціальними конструкціями – ті інститути, які покликані сприяти