

ЕТАПИ РОЗВИТКУ ЗАХІДНОЇ СОЦІОЛОГІЇ ВИБОРІВ

Зубченко О.С. (м. Енергодар)

Анотації

В статті дається аналіз соціологічного забезпечення виборчих компаній та підвищення якості прогностичного інструментарію; дослідження історії західної електоральної соціології, типологізація розвитку західної електоральної соціології, осмислення розвитку електоральної соціології у країнах Західної Європи та північної Америки

In the article the analysis of the sociological providing of electoral companies and upgrading prognostic tool, research of history of western electoral sociology, types of development of western electoral sociology, comprehension of development of electoral sociology in the countries of Western Europe and north America are given.

Ключові слова

ВИБОРИ, ЗАХІДНА СОЦІОЛОГІЯ, ДЕМОКРАТИЗАЦІЯ, АКТИВІЗАЦІЯ РУХІВ, ІНСТИТУТ ВИБОРІВ, ЕЛЕКТОРАЛЬНІ ПРОЦЕДУРИ, ГРОМАДСЬКА ПОЛІТИЧНА СВІДОМІСТЬ, АКТИВІСТСЬКА ПОЛІТИЧНА КУЛЬТУРА, ЕКОЛОГІЯ ВИБОРІВ, СОЦІОЛОГІЯ ВИБОРІВ, ПСИХОЛОГІЯ

Постановка проблеми у загальному вигляді

Виникнення соціології виборів спочатку у рамках політичної філософії, а потім у царині соціології політики було закономірним наслідком демократизації суспільно-політичних відносин на Європейському та Північноамериканському континентах, набуття представницькими органами важелів визначального політичного впливу, активізації соціальних та національних рухів, поширення ідей народного суверенітету. У свою чергу, дослідження інституту виборів як окремого феномена стимулювало зростання уваги громадськості до ходу електоральних процедур, сприяло формуванню громадянської політичної свідомості, становленню активістської політичної культури та збереженню політичної стабільності.

Таким чином, у період радикальної трансформації суспільних відносин, який переживає зараз і Україна, соціологія може не лише констатувати й передбачати суто виборчі реалії, але й визначати напрямок збалансування різних соціальних, політичних, економічних і культурних інтересів в умовах жорстких іспитів на цивілізаційну єдність, які часто випадають на долю нашої країни. Для цього варто використати теоретичний досвід західної соціології виборів, що дасть змогу більш зважено та чітко подивитися на актуальні політичні реалії й визначити в якому напрямі рухатиметься український електоральний простір у найближчі роки.

Аналіз досліджень і публікацій. Розвиток західної соціології виборів викликає значний інтерес у науковців пострадянського простору. Серед українських дослідників – це О.Вишняк, І.Шевель, В.Полторак, О.Петров, Б.Ідрісов. У центрі їхньої уваги – розробка надійної методологічної основи

для соціологічного забезпечення виборчих кампаній та підвищення якості прогностичного інструментарію, апробація класичних теорій електоральної поведінки на вітчизняному ґрунті [1; 6; 17; 19; 24].

У наших північно-східних сусідів варто згадати роботи О.Мелешкіної, Г.Голосова, В.Зюкова, Ю.Шевченко, І.Гомерова та інших [3; 4; 5; 9; 25]. Вони надають перевагу компаративному аналізу електоральних процесів, вивченню закономірностей поведінки виборців у нових демократіях Центрально-Східної Європи, зіставленню форматів партійних систем.

Серед зарубіжних авторів, які активно досліджують історію західної електоральної соціології, можна назвати У.Паппі (простеження динаміки змін партійних уподобань виборців в світі теорії “розмірковуючого електорату”) [16], І.Баджа та Д.Фарлі (порівняльний аналіз ефективності виборчих кампаній у різних державах) [11, с.194], Р.Далтона (аналіз змін у теоретичних підходах до вивчення виборів у США та європейських країнах) [11, с.209], Р.Роуза [35], С.Ліпсета та С.Роккана [34] та багатьох інших.

Виділення не вирішеної раніше частини загальної проблеми.

Разом з тим залишається невирішеним завдання типологізації розвитку західної електоральної соціології, що перешкоджає подальшому узагальненню методологічного здобутку багатьох вчених, його осмисленню та використанню при моделюванні електоральної поведінки.

Мета статті – виділити етапи розвитку електоральної соціології у країнах Західної Європи та Північної Америки та надати характеристику кожному з них.

Виклад основного матеріалу дослідження. В залежності від специфіки дослідницької методології виділяють п'ять етапів розвитку західної електоральної соціології. Перший з них - “екологія виборів” – поєднує аналіз природного середовища з результатами соціально-економічного розвитку певних територіальних спільнот (1913-1940 рр.). Другий – “соціологія виборів” – пов'язаний з активним використанням даних емпіричних досліджень та методичних конструктів соціально-класової теорії (1930-1960 рр.) Третій – “психологія виборів” - означав перенесення уваги дослідників на особистісні аспекти прийняття електорального рішення через механізм партійної ідентифікації (1960-ті - перша половина 1970-х рр.). Четвертий – “раціональність виборів” – розпочинався на тлі загального впливу прагматизму та означав дегуманізацію електоральної поведінки, надання їй споживацької спрямованості (друга половина 1960-х – перша половина 1970-х рр.). П'ятий – постмодерністський етап символізував принципову відмову від громіздких теоретичних моделей, пріоритетну роль технологічного інструментарію, широке запозичення здобутків комерційного маркетингу, використання окремих елементів синергетичної парадигми (з другої половини 1970-х рр.).

Засновником електоральної соціології став французький географ А. Зігфрид, який у роботі “Політична картина Західної Франції у період Третьої Республіки” (1913) запропонував першу аналітичну модель електоральної поведінки. На основі аналізу електоральної статистики за тридцятирічний період вчений порівняв географічні, економічні та соціокультурні змінні з

результатами виборів. Згідно з його моделлю “людської географії”, поведінка виборців детермінована трьома морфологічними факторами: характером ландшафту, типом поселення та режимом власності, що тісно пов’язані між собою та визначають соціальну структуру і релігійний клімат, що вже безпосередньо впливають на підсумок голосування.

Учень Зіґфрида Ф.Гогель суттєво змінив як прийоми й технічні методи, так і окремі принципів положення екологічної школи. Його теоретичне кредо – наукові дослідження у сфері електоральної поведінки повинні ґрунтуватися на “зіставленні результатів виборів та факторів, що їх пояснюють”. На відміну від свого попередника, він менш ретельно розглядає географічні чинники та зосереджує увагу на соціально-структурних впливах. У центрі уваги італійських дослідників (Е.Каратті, Ф.Компан’я, В. де Капрасіс) – електоральна поведінка міського та сільського населення й особливості формування електорального рішення як виборців “червоних зон” Півночі та Центра, так і електорату “білих зон” Півночі та Півдня. Значний інтерес становлять роботи Н.Тінгстена, присвячені електоральній класифікації територій на прикладі країн Скандинавії. Він намагався розширити знання про електоральні спільноти шляхом проведення емпіричних соціологічних досліджень з широкого кола проблем соціального, політичного, економічного й культурного життя. Великий внесок у становлення електоральної соціології зробили представники Чиказької школи Р.Парк, Л.Вірт, С.Берджерс, Р.Редфілд. У центрі їхньої уваги – міжкультурна взаємодія у великому місті, асиміляція та ізоляція, встановлення кореляції між соціальними проблемами та структурою населення [8, с.117-135].

“Екологічна школа” стала першою теоретичною спробою осягнення сутності політичних виборів, виявлення закономірностей електоральної поведінки громадян, встановлення основних тенденцій трансформації електоральних уподобань населення. До основних здобутків екологів можна віднести: постановку у загальному вигляді основних цілей та завдань нової галузевої соціології; формування основ категоріального апарату електоральної соціології; встановлення взаємозв’язку між природно-географічними та соціальними факторами поведінки виборців; активне застосування математичних кількісних методів при аналізі розподілу електоральних симпатій у територіально-поселенському розрізі; виділення векторів соціально-класового та територіально-просторового розколів.

Разом з тим дослідники, яких об’єднувала екологічна парадигма, так і не змогли виробити спільних методологічних підходів. Не було надано відповідей на питання про часові та соціокультурні межі впливу географічних чинників, рівень їхньої стійкості та національні відмінності цих впливів. Розв’язати ці завдання належало вже іншому поколінню науковців.

Передумови зародження “соціології виборів” – швидкий розвиток прикладних електоральних досліджень (Дж.Геллап, А.Крослі, Е.Роупер, Е.Хур’я та інші), виникнення соціального та урядового запиту на прогнозування електоральних процесів, підвищення інтересу громадськості

до дослідження виборів.

Теоретичною вершиною розвитку прикладної поведінської науки у царині вивчення виборів стають дослідження науковців із Колумбійського університету (П.Лазарсфельд, Р.Берельсон, М.Наубет), що розпочаті у 1944 р. Принципова новизна цього підходу – методологічна відмова від ролі соціолога як спостерігача, перехід до активного аналітичного мислення, розробка теоретичних моделей пояснення електорального вибору, застосування елементів класової теорії при визначенні ліній соціетальних розколів.

Основний висновок Лазарсфельда: електоральний вибір ніколи не є суто індивідуальним актом. “У кабінці поруч з людиною завжди незримо знаходиться родич, колега по роботі, популярний політик, зірка шоу-бізнесу Вони всі дивляться на нас і чекають нашого рішення” [33, с. 47]. Як зауважує Д.Позняк, за один з ключових психологічних регуляторів електоральної поведінки було визнано психологічну конформність, що виявлялася насамперед у прагненні особистості бути як усі, не виділятися із загальної маси [18, с. 34]. Пізніше цей ефект “приєднання до більшості” (“bandwagon effect”) ретельно вивчався корифеєм німецької електоральної соціології Е.Ноель-Нойман [14].

Дослідницьким методом групи Лазарсфельда були тоді ще новаторські панельні опитування, в перебігу яких простежувався розвиток тенденцій голосування, виявлялися обставини формування та зміни орієнтацій виборців. Для пояснення електорального вибору аналізувалися соціально-класова та етнічна приналежність, місце проживання, релігійні переконання, вік, стать, рівень доходів. Кореляційний аналіз статистичних рядів, який вперше використано у 1928 р. С.Райсом, показав, що жителі великих міст, що є католиками, робітниками фізичної праці, небілими і небагатими, голосували за Демократичну партію; електоральну базу Республіканської партії утворювали WASP (white, anglo-saxon, protestant) – білі протестанти англосаксонського походження, які проживають у сільській місцевості чи облаштованих передмістях та належать до середнього класу.

Таким чином, вимальовуються кілька базових постулатів соціологічної теорії електоральної поведінки. По-перше, електоральний вибір – це, з одного боку, акт демонстрації волі особистості та її лояльності до існуючої політичної системи, а з іншого – соціальна дія, що обумовлена нормами, правилами та приписами груп, до яких належить індивід.

По-друге, соціальні характеристики обумовлюють політичні преференції. За результатами емпіричних досліджень у період президентських виборчих кампаній 1940, 1944 та 1948 рр. встановлено, що більш за все електоральну поведінку детермінують соціально-економічний статус особистості, її віросповідання та місце проживання. Зафіксовано тенденцію до політичної гомогенізації соціальних, професійних та поселенських груп.

Теоретичного оформлення соціологічний підхід набуває у роботах С.Ліпсета та С.Роккана. Вони виділяють чотири типи соціальних розмежувань, що істотно впливають на електоральну поведінку: класовий

(між середнім та робітничим класом), етнорелігійний (між різними етнічними та релігійними групами), соціально-поселенський (між містом та селом), соціально-територіальний (між центром та периферією). На основі проведеного аналізу вони дійшли висновку щодо стабільності цих соціально-політичних протиріч, що відбиваються і на конфігурації партійних систем [34].

По-третє, вплив на поведінку виборців має надзвичайно обмежений характер. За підрахунками Б.Берельсона та У.Макфі, газетні публікації про перебіг виборчої кампанії читали лише половина опитаних, як правило, ті, хто вже вирішив як голосувати. Політична кампанія привертає увагу латентних прибічників того чи іншого кандидата, посилює активність нерішучих, проте не має широкого конверсійного ефекту [33, с. 118].

У 1980-і рр. розроблено “радикальну” модель П.Данліві, що заснована на припущенні про бінарну природу електорального вибору. Голосування детерміновано позицією людини в соціальній ієрархії, проте на електоральний вибір впливають і суб’єктивні фактори (засоби масової інформації та рівень інтенсивності передвиборчої боротьби). Виборці обирають під впливом ідеологічних трактувань соціальних розмежувань, що пропонують різні комунікативні агенти [29]. На противагу П.Данліві, окремі дослідники підтверджують тези Ліпсета та Роканна про “замерзання” партійної системи у 1970-х – на початку 1980-х років. На основі вивчення досвіду двадцяти двох країн такого висновку дійшли Р.Роуз та Д.Урвін [35].

На практиці результати наукового пошуку Лазарсфельда, Роккана та їх послідовників застосував американський дослідник Джон Бінгхем Пауел-молодший. Ним розраховано індекс партійно-групових зв’язків. При обчисленні індексу Пауела для дослідження “класового” голосування електоральний корпус розподіляють на дві групи: середній та робітничий клас. По кожній з них визначає nm кількість голосів, відданих за ліві партії (комуністів та соціал-демократів). Розтлумачуючи сутність даного підходу, О.Вишняк наводить такий приклад: 1964 р. у Швеції 84% робітників та 32% середнього класу віддали голоси за представників лівих (різниця – 52%) [22, с.191-193].

Під впливом колумбійців сформувалася політологічна школа у Великобританії. П.Роуз і Я.Маккалістер пропонують модель “навчання виборця протягом життя”. Ця модель описує розмірковуючий електорат, який вчиться із віком та приймає електоральне рішення, виходячи зі складної та динамічної сукупності чинників [36].

Після краху соціалістичних режимів у країнах Східної Європи соціологічний підхід отримує друге дихання у роботах угорського дослідника А.Керошеня. На його думку, більшість розколів – класових, поселенських, територіальних, етнічних та лінгвістичних, що існували у докомуністичний період, збереглися в електоральній культурі, навіть якщо інститути та засоби їх артикуляції було знищено. Вчений дійшов висновку, що у нових демократіях соціальна стратифікація детермінує електоральну поведінку не прямо, а опосередковано, – через ідеологічні, мобілізаційні та організаційні зусилля політичних партій [10, с. 55]. Т.Хірата акцентує увагу

на синтетичному характері партійних систем східноєвропейських держав та на високій кристалізованості електорального корпусу у межах кількох ідеологічних блоків. Автор констатує, що, незважаючи на слабкість зв'язків між політичними рухами та групами виборців, для регіону характерна відносна стабільність існуючих партійних систем та електоральної поведінки в їхніх межах [3, с. 113].

Намагаючись знайти спільний знаменник двох вищезгаданих підходів, Д.Еванс та С.Уайнфілд стверджують, що структура електорального змагання в Центрально-Східній Європі визначена кількома спільними вимірами, основні серед яких - соціально-економічний та етнічний розколи. Там, де перехід до ринкових відносин відбувався успішно, міжпартійна конкуренція локалізується у межах ліво-правого континууму (Чехія, Польща). І навпаки, – там, де значну силу зберігають етнічні фактори, вектори виборчої боротьби зорієнтовано відносно проблем націоналізму (країни колишньої Югославії) [26].

Таким чином, представникам соціологічного підходу вдалося побудувати теоретично та емпірично обґрунтовану мегамоделю електорального процесу, яка, безперечно, стала значним науковим відкриттям свого часу. Відбулася гуманізація електоральної соціології, методологічний поворот від аналізу політичних виборів як холичного феномену до вивчення електорального вибору конкретної особистості. Модель Лазарсфельда мала величезне значення для втілення у політичне життя західних країн принципів соціальної злагоди та партнерства. Незважаючи на методологічні невдачі в поясненні політичних процесів у класичних демократіях, соціологічний підхід продовжує зберігати актуальність при вивченні поведінки виборців у державах Центрально-Східної Європи.

Прогностичні невдачі, що спіткали „соціологію виборів”, викликали до життя інші теоретичні підходи. Одним із них стала „психологія виборів”, основу якої склала теорія партійної ідентифікації. Це поняття було вперше введено у роботі А.Кемпбела, Дж.Гуріна та У.Міллера „Виборець приймає рішення” [27], а потім докладно викладене у фундаментальному дослідженні „Американський виборець” [28].

Як пише Р.Абрамсон, „партійна ідентифікація – це позиційна змінна, що позначає почуття належності індивіда до певної еталонної (референтної) політичної групи. Цей показник не характеризує власне електоральну поведінку, а лише впливає на оцінки різних політичних об'єктів під час виборів” [13, с. 35]. Можна говорити про існування кількох рівнів політичної ідентифікації, що тісно взаємодіють між собою та впливають на поведінку виборців лише комплексно, – ідеологічного, партійного та персоніфікованого. Очевидно, що електоральна підтримка політичних суб'єктів – це результат синтезу всіх трьох елементів, який можна назвати „електоральна ідентифікація”.

Що детермінує ефективність та щільність ідентифікаційного впливу? На думку більшості вітчизняних та зарубіжних науковців, це – внутрішня узгодженість усіх трьох рівнів, знаходження їх в межах одного соціально-

культурного дискурсу. Деякі автори (Т.Брейдер, Дж.Такер) виділяють чинники, що допомагають виміряти рівень конгруентності ідентифікаційних елементів. До них належать відданість партії, рівень відповідності життєвих уявлень індивіда виборчій риториці певної партії, раціональний характер ідентифікації [13, с. 8].

Нового сенсу моделі партійної ідентифікації надало обґрунтування Ф.Конверсом її стабільно-міжпоколінського характеру, що несло й загальнополітичне навантаження, стверджуючи усталеність ліберальної демократії як політичної системи. На великому емпіричному матеріалі доведено, що діти схильні наслідувати політичні (в тому числі й електоральні) аттитюди своїх батьків, а з віком вони укріплюють свої початкові орієнтації на підтримку тієї партії, за яку голосували їхні батьки. У свою чергу зміни у партійній ідентифікації найчастіше виникають внаслідок слабкості партійних прихильностей батьків або побутових конфліктів у родині.

Розпад інститутів традиційного індустріального суспільства, нівелювання характерних для нього соціальних розбіжностей, зміна структури ціннісних орієнтацій масової політичної свідомості, тісна інтеграція більшості провідних партій Заходу у владно-бізнесовий континуум та їх олігархізація поступово призводять до кризи партійних ідентитетів. Наприклад, у США в 1960-ті роки кількість "твердих" прихильників політичних партій становила 35-37%, а на середину 1980-х рр. знизилася до 25%. У Великобританії на цей же час вони склали понад 40% електорального корпусу, а на кінець 1980-х рр. їх кількість зменшилася наполовину [9].

Таким чином, застосування соціально-психологічного підходу дозволило дослідникам наблизитися до розуміння сутності електоральної поведінки як складного феномену, корені якого слід шукати в особливостях індивідуальної політичної соціалізації людини. Це, з одного боку, дозволяло уникнути гостроти соціально-класового антагонізму Колумбійської школи, а з іншого – сконструювати довгострокові та ефективно працюючі моделі для країн з двопартійною системою та публічною партійною ідентифікацією. Електоральну участь стали розглядати як інструмент збереження наступності поколінь та трансляції політичних ідеалів і цінностей. Активна робота мічиганців та їх наступників із широким колом соціологічних показників сприяла емпіричній верифікації їхніх висновків.

У другій половині ХХ ст. розвиток політичної науки в США відзначено впливом нової дослідницької парадигми, що базувалася на принципах неокласичної економічної теорії. Стартовий імпульс сучасному економічному аналізу політики в цілому та виборчого процесу, зокрема, було дано після виходу книги Нобелівського лауреату К.Ерроу "Соціальний вибір та індивідуальні цінності" у 1951 р. Важливий внесок у раціоналістичне обґрунтування електоральної поведінки зробили Е.Даунс, Дж.Беккер, Дж.Баченен, Дж.Колеман та інші.

Основні положення „раціональності виборів”: атомізованість ринку (ніхто з учасників не має стільки сил, щоб вплинути на іншого), однорідність

продукту (відсутність монополії певного продукту), вільний вхід на ринок (відсутність монополістичних бар'єрів,) повна мобільність факторів (можливість різного формату застосування ресурсів і технологій), повна гласність та вичерпна інформація про стан ринку [12, с. 19].

Політичний ринок розглядається як місце вираження індивідуального політичного попиту, а голосування - як показник індивідуальних політичних преференцій, що виконує функцію ціни. У свою чергу, всі учасники політичного ринку – покупці та продавці суспільних благ.

Підхід до політики з використанням термінів та категорій ринку тягне за собою повний перегляд правил взаємодії між політичними акторами. Методологічний холізм, характерний у різних формах для соціальної науки XIX - першої половини XX ст., замінюється рішучим індивідуалізмом. “Будь-які суспільні дії пояснюються лише в термінах індивідуальної мотивації. Тим самим абсолютно ігноруються колективи людей (політичні партії, соціальні групи, законодавчі органи)”, – розтлумачує позицію неокласиків П.Ордешук [15, с. 25].

Не менший інтерес становлять ідеї Е.Даунса про поступове зміщення сил лівого та правого спрямування до політичного центру. Сконструйована ним модель заснована на уявленні про електоральний процес як про спосіб взаємодії двох раціональних суб'єктів: політики намагаються бути обраними, щоб відстояти власні інтереси, а виборці голосують за них, щоб ті відстоювали їхні інтереси. У результаті політики проводять курс, що дозволяє максимізувати кількість голосів громадян [12, с. 39].

А.Хіршман зауважує, що споживач на ринку має набагато більше можливостей вибору, аніж громадянин, якому потрібно прийняти електоральне рішення [31]. Тому останній набагато більше зацікавлений у ефективному використанні свого голосу. У свою чергу, це викликає необхідність більш чіткої ідентифікації, вирізнення улюбленого електорального продукту поміж іншими, дуже близькими за політичними характеристиками товарами-замінниками. Цим пояснюється протилежна даунсівському зближенню до політичного центру тенденція посилення ідеологічних протиріч та зсуву впливових партій на протилежні полюси політичного континууму.

Після краху радянської системи увагу представників інструменталістського підходу привернула електоральна поведінка населення країн Центрально-Східної Європи. Г.Кітчельт сформулював гіпотезу про те, що, на відміну від західних країн, громадяни нових демократій голосують, по-перше, егоцентрично, а по-друге – перспективно [11, с. 192]. Він доводить, що для більшості посткомуністичних суспільств характерна бінарна модель партійної конкуренції, заснована на протиставленні авторитарно-неринкової та ліберально-ринкової орієнтацій. Відповідно виборці, які виграли від ринкових перетворень, схильні підтримувати партії та політичні позиції ліберального типу, а ті, що програли, - навпаки.

Узагальнюючи основні теоретичні концепції, що склалися у царині раціонального вибору, О.Мелешкіна доходить таких висновків: економічні

зрушення пояснюють приблизно третину змін в електоральній поведінці; виборець реагує на невелику кількість макроекономічних показників (найчастіше – на рівень безробіття та інфляції); виборці “близорукі”, їхні горизонти не відрізняються широтою з точки зору часового виміру; виборець більшою мірою реагує на минуле (ретроспективне голосування), аніж очікує якихось подій у майбутньому, проте ця різниця не надто велика; соціотропне голосування проявляється сильніше, аніж еготропне, але тут існують деякі національні відмінності; виборці більшою мірою реагують на негативні зміни, ніж на позитивні [10, с. 65].

Постмодерністський підхід в електоральній соціології відкидає соціологічну, соціально-психологічну та раціонально-інструменталістські теорії, але не пропонує власної теоретичної моделі. Разом з тим, науковці, які мислять у постмодерністському дискурсі, характеризують сучасну електоральну культуру західного світу як дисипативну невірноважену фрактальну систему, напрямок розвитку якої визначається впливом випадкових атракторів. Дослідниками виділено кілька ключових атракторів, що впливають на формування ставлення громадськості до соціальних інститутів, у тому числі і до інституту політичних виборів. Кожен атрактор має біполярну структуру, що, з одного боку, свідчить про свободу особистості у виборі типу електоральної поведінки, а з іншого – описує детермінованість електорального вибору людини комплексом зовнішніх та внутрішніх чинників [23].

Постмодернізм відображається у символічних за змістом виборчих технологіях, які засновано вже не на притаманних класовому суспільству соціально-економічних розходженнях, а, за визначенням П.Шампаня, на віртуальній електоральній грі. Тепер можна впливати не лише на політичну підсистему суспільства, а змінювати та конструювати всю соціальну реальність. Не випадково П.Бурд'є назвав сучасну політику боротьбою за визначення легітимних принципів соціального світу, що, по суті, позбавлена об'єктивних економічних інтересів [1, с. 113].

Підсумовуючи аргументи за і проти електорального постмодернізму, С.Пшизова виносить на суд наукової громадськості синтетичну модель соціально-політичних трансформацій, що, на відміну від існуючих, “працює” не лише у західних демократіях, але й у державах колишнього соціалістичного табору. Вона відзначає зміну соціальної структури країн Західної Європи та Північної Америки, що відбулася у результаті нівелювання класових відмінностей та ліквідації соціетальних розколів, що транслювалися у політичну сферу. Основними детермінантами політичного процесу стають ціннісні орієнтації надзвичайно гетерогенних та диверсифікованих соціальних груп. Закономірний наслідок цього – електоральні невдачі традиційних політичних партій, які протягом довгого часу утворювали інституційне прикриття класової структури суспільства. На електоральну авансцену виходять партії двох типів – “універсали”, що свідомо відмовляються від чіткого ідеологічного позиціонування та партії “одного інтересу”, що, як правило, ставлять за мету не стільки оволодіння державною владою, скільки реалізацію певних регіональних, галузевих та

соціальних проектів [20].

Висновки

Таким чином, розглянувши історичну ретроспективу розвитку західної електоральної соціології, ми дійшли таких **висновків**. По-перше, стимулом до наукового осягнення сутності електоральних процесів стало різке зростання ваги загальнонаціональних представницьких органів влади на початку двадцятого століття. Саме до стін парламентів переміщується центр прийняття найважливіших політичних рішень. Закономірним наслідком цього процесу стає поява принципово нового політичного гравця – масових партій як артикулятора спільних інтересів великих соціальних груп. Виділяються три групи чинників, що стимулювали розвиток електоральної соціології: ідеологічні (поширення ідей конституціоналізму, уявлень про народ як єдине джерело влади, концепції повної підзвітності влади народу та його права на легітимну заміну правлячої еліти), соціально-політичні (завершення становлення в Європі класового капіталістичного суспільства), психографічні (масовізація, урбанізація, руйнування традиційних соціальних ідентичностей, поширена соціальна фрустрація та емоційна неврівноваженість).

По-друге, розвиток методологічних підходів в електоральній соціології стимулювався як поступом загальної соціологічної теорії, так і суспільним запитом на вивчення конкретних політичних феноменів. Можна спостерігати пульсуючу тенденцію трансформації методичних підходів – від теоретичного до емпіричного. Після спекулятивних підходів „екології виборів” відбувається дрейф до використання результатів вибіркового соціологічного дослідження. У свою чергу, численні масиви емпіричного фактажу потребували узагальнення на міцному теоретичному базису теорії соціальних розколів. Постмодерн в електоральних дослідженнях рішуче відкидає різницю між теоретичним та прикладним рівнями, постулюючи диверсифікацію творчого пошуку. На початку третього тисячоліття все більше представників цієї молоді галузі соціологічного знання звертаються до здобутків суміжних наукових дисциплін, використовуючи синтетичну методологію.

По-третє, постійно зростає соціальна та історична відповідальність науковців за якість прогнозування загальних напрямів соціально-політичних процесів та результатів конкретних виборів. Адже основний критерій оцінки ефективності теоретичних конструктів та моделей – їх придатність до вирішення певних соціальних завдань. Варто підкреслити також і постійне зростання гуманістичного значення електоральної соціології. В умовах всеохоплюючого впливу ЗМІ та могутності транснаціональних фінансових та політичних інститутів головне завдання науковця – підтвердити пріоритет свободи особистості при прийнятті електорального рішення та її автономність від технологічно-маніпулятивних впливів.

Перспективи подальших досліджень – класифікація етапів розвитку електоральної соціології в окремих країнах Європи та Північної Америки, порівняльний аналіз становлення соціології виборів у розвинутих демократичних державах та на пострадянському просторі.

Джерела

1. Бурдые П. Социология политики – М.: Socio Logos, 1993 – 336 с.
2. Вишняк О.І. Електоральна соціологія: історія, теорія, методи. – К.: Інститут соціології НАНУ, 2000.- 316 с.
3. Голосов Г. Форматы партийных систем в новых демократиях: институциональные факторы неустойчивости и фрагментации //Полис. – 1998. – № 1. – С.106-129.
4. Гомеров И.Н. Культура политических выборов: политологический анализ. – Новосибирск, 1995. – 176 с.
5. Зюков В.Н. Электоральное поведение в условиях стабильных демократических политических режимов: Автореф. дис.... канд. полит. наук / МГУ им. М.В.Ломоносова. - М., 1995. - 23 с.
6. Идрисов Б. Электоральная культура: понятие и основные функции //Соціальні виміри суспільства. – Вип. 7. – К.: ІС НАНУ, 2004. – С.398-406.
7. История социологии в Западной Европе и США. М.: Норма-Инфра, 1999. – 507 с.
8. История теоретической социологии. В 4-х т. Т.3 / Ответ. ред. и составитель Ю.П.Давыдов – М.:Канон, 1997. –448с
9. Мелешкина Е.Ю. Исследования электорального поведения: теоретические модели и проблемы их применения //Полит. наука. - 2001. - № 2. - С.190-215.
10. Мелешкина Е.Ю. Формирование партийных предпочтений избирателей в посткоммунистических странах Восточной Европы: основные концепции // Выборы в посткоммунистических странах. Проблемно-тематический сборник. – М.,2000. – с.51-66.
11. Морозова Е.Г. Электоральный менеджмент: Учеб. пособие. - М.: РЦОИТ, 2002. - 232 с.
12. Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. – М.: РОССПЭН, 1998. – 247 с.
13. Мусиенко Т.В., Лукин В.Н. Политическая идентификация личности: проблемы концептуализации// Credo new. – 2003. - № 3. – с.29–47.
14. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. Пер. с нем. – М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. – 352 с.
15. Ордешук П. Эволюция политической теории Запада и проблемы институционального дизайна // Вопросы философии. – 1994. – № 3. – с. 11-32.
16. Паппи Ф.У. Политическое поведение: мыслящие избиратели и многопартийные системы // Политическая наука: новые направления / Под ред. Гудина Р., Клингеманна Х.-Д. – М.: Вече, 1999. – С.262-280.
17. Петров О.В. Социологические избирательные технологии. – Днепропетровск: Арт-пресс, 1998.- 159 с.
18. Позняк Д. Соціально-психологічні механізми політичної свідомості виборців // Соціальна психологія. – 2004. – № 1. – С. 31-45.
19. Полторак В.А. Социология общественного мнения: Учебное пособие. – Киев-Днепропетровск: Арт-пресс, 2000. – 264 с.

20. Пшизова С.Н. Демократия и политический рынок в сравнительной перспективе // Полис. – 2000. – №2. – с.30-44.
21. Современная буржуазная политическая наука. – М., 1979.
22. Спеціальні та галузеві соціології: Навч.посібник / За ред. В.Є.Пилипенка. – К.:Каравела, 2003. – 304 с.
23. Халтобин В.О. Законы и тенденции функционирования общественного мнения //Социальные технологии. Актуальные проблемы теории и практики. – 2004. – Вип.22. – с.311-320.
24. Шевель І.П. Соціологічне забезпечення виборчих кампаній: історія, теорія, практика. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук. – К,2003. – 18с.
25. Шевченко Ю.Д. Динамика электорального поведения в новых демократиях (сравнительное исследование): Автореф. дис. ... канд. полит. наук / Ин-т миров. экономики и междунар. отношений РАН. - М., 2000. - 16 с.
26. Эванс Д. Социально-классовый фактор политического поведения россиян: Пер. с англ. // Социс. - 2000. - № 2. - С.39-51.
27. Campbell A. Gurin G., and Miller W. The Voter Decides. Evanston, 1954.
28. Campbell A., Converse P., Miller W., and Stokes D. The American Voter. New York, 1960.
29. Danleavy P., Husbands C. British democracy at the crossroads: Voting and party competition in the 1980s. – L.: Allen and Unwin, 1985. – XX, 251 p.
30. Elections and the political order / Campbell A., Converse P., Miller W., Stokes D. – N.Y.: Wiley, 1966. – 310 p.
31. Hirschman A. Shifting Involvements. – Princeton, 1982.
32. Key V. O. A theory of critical elections // J. of politics. – Gainesville, 1959. – Vol. 17. –P.3-18.
33. Lazarsfeld P.F., Berelson B., Gaudet H. The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign. – N.Y.: Columbia univ. press, 1944. – 239 p.
34. Lipset S., Rokkan M. Cleavage structures, party system, and voter alignments: An introduction. // Party system and voter alignments. – N.Y., 1967. – P.27-45.
35. Rose R., Urwin D. Persistence and change in Western party systems since 1945 // Political studies. – Oxford, 1970. – Vol. 18. – P.287-319.
36. Understanding political change. The British voter 1964-1987 / Heath A., Jowell R., Curtice J. et al. – Oxford: Pergamon press, 1991. – 334 p.

Стаття надійшла 26.01.2008 р.