
УДК 324(470)
ББК 66.041.12
С 13

С.М. Савченко,
*соискатель Института переподготовки и повышения квалификации
Южного федерального университета, тел. 8(8632)64-19-12*

Особенности электорального поведения граждан современной России (Рецензирована)

Аннотация. В данной статье рассматриваются специфические черты поведения отечественного избирателя, обусловленные особенностями политического и социокультурного развития современной России. Обращается внимание на значимость традиционалистской составляющей в мировоззренческих и поведенческих установках россиян, оказывающей влияние на электоральное поведение. Выявляются основные тенденции электорального поведения российских граждан.

Ключевые слова: электоральное поведение, избирательная кампания, клиентелизм, политическая партия.

S.M. Savchenko,
*Applicant for Candidate degree of Institute for Retraining and Professional
Development of Teachers of the Humanities and Social Sciences, Southern
Federal University, ph.: 8(8632)64-19-12*

Specific features of electoral behavior of citizens in modern Russia

Abstract. This paper discusses specific features of behavior of the domestic electorate, conditioned by peculiarities of political and socio-cultural development of modern Russia. The main attention is focused on the importance of the traditionalistic component in the worldview and behavioral patterns of Russians which influences the electoral behavior. Major trends in electoral behavior of Russian citizens are identified.

Keywords: electoral behavior, election campaign, clientelism, political party.

В сравнении с демократическими государствами Запада, современная российская демократия еще крайне молода. За чуть более чем два десятилетия в стране не до конца сложилась демократическая культура, что накладывает определенный отпечаток на особенности электорального поведения современных российских граждан и, соответственно, на всю политическую систему страны.

Специфические характеристики электорального поведения российских граждан находятся в центре внимания многих представителей отечественной социологической науки, среди которых следует отметить Г.В. Голосова, Л. Д. Гудкова, В.Л. Римского,

Ю.Д. Шевченко и др. Исследователями было обращено внимание на принципиальные отличия электорального поведения российских избирателей, и шире — избирателей государств, образовавшихся на постсоветском пространстве, обусловленные особенностями политического, социокультурного и социально-экономического развития советского общества на протяжении семи десятилетий.

Для первых лет существования постсоветской России был характерен всеобщий подъем политической активности, связанный с переходом к совершенно иной по сравнению с Советским Союзом политической системе, появлению значительного количества

политических партий и объединений различной идеологической ориентации. В то же время специфика постсоветского российского общества показала малую применимость существующих в зарубежной социологической науке концепций анализа электорального поведения к отечественной действительности.

Рассматривая социальную структуру постсоветской России, скорее можно разделять группы населения по уровню доходов, нежели по реальной принадлежности к той или иной социальной группе. В частности, «бюджетная» интеллигенция фактически сравнилась с наименее квалифицированной частью рабочего класса, пенсионерами по уровню доходов, тогда как многие представители маргинальных слоев посредством криминальной деятельности заняли место в страте наиболее обеспеченных членов общества.

В результате разрушения государственного сектора экономики произошло массовое деклассирование населения: банкротство многих предприятий, хронические невыплаты заработной платы или их незначительные размеры заставили многих россиян в 1990-е гг. многократно менять профиль своей деятельности и даже социально-классовую принадлежность. Вчерашние рабочие и служащие искали себя в малом бизнесе, либо напротив маргинализировались и люмпенизировались, пополняя ряды безработных и опустившихся бродяг или «бомжей» [1].

Маргинализация современного российского социума обусловлена и такими процессами как конфликты и низкий уровень жизни в прилегающих бывших советских республиках, что детерминирует приток беженцев, вынужденных переселенцев и трудовых мигрантов, часть из которых получает российское гражданство, интегрируясь в российское правовое поле, но в социокультурном отношении во многом сохраняя те мировоззренческие и поведенческие установки, которые характерны для их родных обществ.

Прежде всего, необходимо обратить внимание на то, что в самом начале 1990-х гг. демократическая система в

Российской Федерации только начинала формироваться и граждане, будучи незнакомыми с опытом участия в выборах, отдавали голоса, руководствуясь не столько идеологическими установками или собственными интересами, сколько симпатией к фигуре политического лидера, вокруг которого консолидировались политические силы определенной ориентации.

По мнению С. Уайта, Р.Роуза и М. Алистера, у современного российского избирателя еще не завершен процесс формирования политической / партийной идентификации, в соответствии с чем программы и идеологические установки политических партий не играют определенной роли при осуществлении электоратом политического выбора [2].

Это вполне объяснимо, если учесть, что «уровень доверия населения профсоюзам, политическим партиям, общественным организациям очень низок, а профсоюзы и политические партии и вовсе находятся в зоне выраженного неодобрения — доля опрошенных, не доверяющих им, значительно превышает долю доверяющих» [3,95]. Данные политические институты, следовательно, не пользуются в обществе должным политическим авторитетом, который бы позволил им стать существенными агентами, влияющими на электоральное поведение граждан.

В.Федоров отмечает, что «становлению новой российской государственности в 1993 году предшествовал период, который можно условно назвать периодом «стихийной демократии». Начало этому периоду было положено в середине восьмидесятых годов в эпоху «перестройки». В то время новые партии еще только зарождались и не играли заметной роли в политических процессах. Граждане страны ориентировались на личности. Одним из центральных политических конфликтов тех лет было противостояние между М.Горбачевым и Б.Ельциным, начавшееся после знаменитого выступления Ельцина на Пленуме ЦК КПСС» [4].

Впоследствии, несмотря на формирование многопартийной системы и политическую конкуренцию значительного

количества партий, личность политического лидера всегда оставалась на первом плане по сравнению с партийными программами, идеологией политических партий. Не только на президентских, но и на парламентских выборах результаты голосования во многом зависят от значимых в общественном сознании фигур, представляющих те или иные политические силы.

Запрос россиян на «твердую руку» лидера подтвердился в периоды президентских выборов 2000, 2004 и 2012 гг., на которых убедительную победу одерживал В.В. Путин. Успех В.В. Путина во многом стал результатом патерналистской ориентации большинства российских граждан, что обеспечило данному политическому лидеру поддержку той части электората, которая в 1990-е гг. ориентировалась на В.Жириновского, А.Лебеда, отчасти — Г. Зюганова. Именно личность В.В. Путина, с другой стороны, по мнению многих аналитиков, обеспечивает и поддержку «Единой России» на парламентских выборах, несмотря даже на то, что мониторинг Интернета, социологические опросы свидетельствуют о весьма невысокой популярности данной политической партии среди российских граждан.

Важнейшее значение личностного фактора в электоральном поведении россиян обусловлено, во многом, и характерным для традиционалистского мировоззрения приоритетом патронажно-клиентельных отношений. Следует отметить, что данная ситуация является следствием неразвитости в стране нормально функционирующих демократических политических институтов, ибо ««клиентелизм питается, а часто целенаправленно паразитирует на недоверии людей к официальным институтам и формам социальной интеграции» [5].

Для рядового российского избирателя не только допустимо, но и желаемо превосходство над ним кандидата [6]. Так, широко распространены в общественном сознании мифы о том, что крупный предприниматель будет менее коррумпированным, потому что обла-

дает и так значительными финансами, чиновник будет эффективно управлять, поскольку имеет большой опыт руководящей деятельности и т.д. В то же время существует определенное недоверие к кандидатам «от народа» — общественным деятелям, которые не обладают ни финансовыми, ни административными ресурсами и предстают в глазах электората лишь «говорунами», не несущими в себе никакого конструктивного начала, который мог бы стать для них плюсом на пути к победе в избирательной кампании.

Причиной подобной позиции российского избирателя является в том числе и то, что в условиях сложившейся в стране политической системы, для того, чтобы реально представлять интересы электората, оказывать ему помощь и влиять на принятие важных для него решений, кандидат должен обладать доступом к определенным финансовым или административным ресурсам, которые позволят ему способствовать принятию выгодных избирателю решений. При таком раскладе последнему становится, в конечном итоге, безразлично кем является данный кандидат — пусть даже и «криминальным авторитетом», только бы мог оказать реальную помощь в отстаивании интересов. Человек, доступом к данным ресурсам не обладающий, оказывается практически бесполезен в плане отстаивания интересов избирателей.

Низкий уровень гражданской активности и инициативности, политической грамотности, демократической культуры не позволяет значительной части населения представить в качестве кандидата человека, не представляющего финансово-промышленную или бюрократическую прослойку. Исключения могут составлять лишь военнослужащие, но опять-таки, в высоком звании, отражающие мечты избирателя о сильном и волевом патерналистском руководителе: так, по данным ВЦИОМ, 55% опрошенных граждан поддерживают идею жесткой государственной власти [6,12]. Последний момент проявляется в повышенном внимании российского избирателя к жестким и даже

авторитарным политическим фигурам — так, традиционно высокую популярность всегда имели генералы и офицеры, особенно герои локальных войн и конфликтов: Р.Аушев, Б. Громов, А. Лебедь, Л. Рохлин, В. Шаманов и др.

Клиентелизм оказывает наибольшее влияние на электоральное поведение россиян в период региональных и муниципальных выборов. В период, когда главы региональных администраций выбирались на прямых выборах, в большинстве случаев победу на последних одерживали действующие региональные руководители. По мнению В.Л. Римского, это объясняется тем, что «весь регион является его клиентурой, эти отношения понятны и самому главе, и гражданам, проживающим в этом регионе. Действующий губернатор или президент может проиграть только если он, как патрон, продемонстрирует невыполнение своих обязательств. Пока же клиентские отношения сохраняются и их стороны соблюдают негласные и неформальные договоренности, — избиратели доверяют руководителю региона и поддерживают его» [7].

Важной особенностью электорального поведения россиян является и их предпочтение относительно пола, возраста и национальности кандидата на высший пост в государстве. Большинство российских граждан, причем обоих полов, предпочитает не только голосовать за кандидатов мужского пола, но и выдвигать их на выборы. Если депутат — женщина еще воспринимается общественным сознанием, то президент женского пола в России вряд ли возможен в ближайшее время, что свидетельствует о значительной консерватив-

ной и патриархальной составляющей в общественном сознании современных российских граждан. Естественно, что данная особенность электорального поведения оказывает важное влияние на российскую политическую систему, обуславливая значительную гендерную асимметрию в органах законодательной власти.

Однако, если проанализировать выборы последних лет и связанные с ними политические события, в особенности активизацию оппозиции в период думских выборов 2011 г. и президентских выборов 2012 г., можно предположить, что в российском обществе существует очевидный раскол на электорат, сохраняющий традиционалистскую ментальность, и модернистский электорат. Первый пока еще сохраняет значительное преимущество в численности, что и обуславливает соответствующие приоритеты в электоральном поведении российских граждан.

Таким образом, следует отметить, что электоральное поведение россиян отличается недоверием к партийной системе и превалированием фактора личности политического лидера над программными и идеологическими установками; патернализмом и значительным влиянием патронажно-клиентельных отношений; влиянием патриархального мировоззрения, что обуславливает гендерную асимметрию в российской политике. Вместе с тем следует обратить внимание на наличие тенденций к постепенной модернизации электорального поведения россиян в сторону дальнейшего развития гражданской активности и рационализации политического выбора.

Примечания:

1. Силласте Г. Стратификация российского общества — вызов времени. URL: http://www.rau.su/observer/N12_01/12_14.HTM
2. White S., Rose R., McAllister I. How Russia Votes? New Jersey, 1997.
3. Российская Академия Наук. Институт социологии. Готово ли российское общество к модернизации?: аналитический доклад. М., 2010.
4. Федоров В. Теоретические основы изучения электорального поведения россиян в период формирования новой российской государственности (1993-2008 гг.). URL: http://www.intelros.ru/intelros/reiting/rejting_09/material_sofiy/8678-teoreticheskie-osnovy-izucheniya-yelektoralnogo-povedeniya-rossiyan-v-period-formirovaniya-novoj-rossijskoj-gosudarstvennosti-1993-2008-gg.html
5. Афанасьев М.Н. Клиентарные связи против отчуждения // Восток: альманах. 2004. №4 (16). URL: http://www.situation.ru/app/j_art_384.htm

6. Политические и мировоззренческие ценности россиян и трансформация партийно-политической системы России: доклад научного совета ВЦИОМ. 16.07.2008.

7. Римский В.Л. Клиентелизм как фактор электорального поведения российских граждан // Решение есть всегда. М.: Фонд ИНЕМ, 2001. URL: <http://www.law.edu.ru/doc/document.asp?docID=1133799>

References:

1. Sillaste G. Stratification of the Russian society as time challenge. URL: http://www.rau.su/observer/N12_01/12_14.HTM

2. White S., Rose R., McAllister I. *How Russia Votes?* New Jersey, 1997.

3. Russian Academy of Sciences. Sociology institute. Is the Russian society ready for modernization?: analytical report. М., 2010.

4. Fedorov V. Theoretical foundations of studying the electoral behavior of the Russians in the formation of a new Russian statehood (1993-2008). URL: http://www.intelros.ru/intelros/reiting/rejting_09/material_sofiy/8678-teoreticheskie-osnovy-izucheniya-yelektoralnogo-povedeniya-rossiyan-v-period-formirovaniya-novoj-rossijskoj-gosudarstvennosti-1993-2008-gg.html

5. Afanasyev M.N. Clientary relations against alienation // *The East: an almanac*. 2004. No. 4 (16). URL: http://www.situation.ru/app/j_art_384.htm

6. Political and world outlook values of the Russians and transformation of party political system of Russia: report of the scientific council of All-Russian Public Opinion Research Center. 16.07.2008.

7. Rimsky V.L. Clientelism as a factor of electoral behavior of the Russian citizens // *There is always a solution*. М.: Фонд ИНЕМ, 2001. URL: <http://www.law.edu.ru/doc/document.asp?docID=1133799>