В.В.Комлева,
кандидат философских наук

ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА КАК ПРЕДМЕТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Исследование электоральной культуры до последнего времени традиционно считалось приоритетным направлением политологии. Однако социальная сущность, сложность и многогранность самого явления обусловливают интерес специалистов других общественных наук. Предметом социологии электоральная культура стала относительно недавно, что является одной из причин многочисленных вопросов, встающих перед исследователями. В данной статье рассматриваются наиболее актуальные проблемы социологического анализа электоральной культуры.

Социальная сущность электоральной культуры

Электоральная культура представляет собой сравнительно новую категорию социологии и исследована пока недостаточно.

Как правило, электоральная культура изучается в контексте общей культуры избирательного процесса, то есть совокупности знаний, ценностных ориентации, установок, традиций, определяющих и предписывающих формы поведения в ходе избирательной кампании.

Различия людей в выборе тех или иных ценностных ориентиров и способов социально-политического поведения в немалой степени зависят от их принадлежности к социальным, национальным, демографическим, территориальным, ролевым, религиозным и другим социальным группам. Выработка ценностных ориентаций и соответствующих форм поведения на основе групповых целей и идеалов превращает электоральную культуру в совокупность субкультурных образований, характеризующихся наличием у их носителей существенных различий в отношении к власти и государству, правящим партиям, в способах социально-политического участия и т. д.

Электоральная культура – понятие более узкое, чем понятие «культура избирательного процесса» и нередко отождествляется с понятием «политическая культура». Если политическая культура из-

бирателей включает в себя весь комплекс субъективных ориентаций в отношении политики, то электоральная культура включает в себя те ориентации, которые определяют поведение и позиции граждан в избирательном процессе. Другими словами, электоральная культура включает такие важные для социологического анализа элементы, как:

– отношение к выборам, как форме политического поведения;

– партийная идентификация и идентификация по отношению к лидерам и кандидатам;

–конфликты интересов (как межгрупповые, так и внутригрупповые) в ходе избирательных кампаний;

– мотивы, ценности, исходные или тематические ориентации (оценка событий);

– социальные стереотипы и социальные установки в отношении общественно-политической активности.

Электоральная культура, находясь длительное время в латентном состоянии, актуализируется в периоды избирательных кампаний. Именно *в электоральных ориентациях и электоральном поведении проявляется политическая культура и ее национальные и региональные особенности*. Это позволяет некоторым специалистам утверждать, что в период избирательных кампаний политическая культура проявляется как электоральная[1].

Как часть культуры избирательного процесса, электоральная культура обеспечивает не только воспроизводство традиций, ментальных основ, групповых интересов, установок, общественно-политического опыта, но и воспроизводство института выборов, который, в свою очередь, стандартизирует правила, формы и способы электорального поведения.

Сегодня в социологических исследованиях электоральной культуры можно выделить, как минимум, четыре подхода:

1) описательный – представляет электоральную культуру как совокупность ценностей, символов, традиций, из которых она складывается;

2) оценочный (аксиологический), при котором «культурность» электората определяется путем соотнесения оцениваемого с тем, что избрано в качестве эталона;

3) поведенческий, когда электоральная культура изучается в контексте электорального поведения, активности/пассивности электората;

---

[1] См.: *Котляров Е.П.* Роль электоральной культуры в российской политике // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. «Политология». 1999. № 1.

4) эмпирический – ориентированный на исследование актуального состояния отдельных элементов электоральной культуры с помощью социологических опросов (частота и глубина подобных исследований зависят от сроков и уровня конкретных избирательных кампаний).

Проведение социологического исследования электоральной культуры предполагает ее понимание как системы «правил игры» или «социальных конвенций»[1] коллективного существования и взаимодействия людей. Они обновляются в процессе общественного развития и приобретения нового социально-политического опыта, позволяя людям адаптироваться, и в новом виде передаются следующему поколению. Эти «социальные конвенции» существуют в весьма специфичной форме, в самых разных проявлениях. «Они воплощаются в искусственных объектах, выражаются в способах жизнедеятельности, ценностных системах, традициях, верованиях, то есть комплексе духовных, материальных, интеллектуальных и эмоциональных черт, которые характеризуют данное общество»[2].

Очевидно, что, сопрягая электоральную культуру и развитие демократических институтов, целесообразно видеть в ней «второй мир» существования людей с созданными на основе опыта политического участия символами, технологиями, образцами поведения.

Электоральная культура производит идеи, значения и ценности, которые действуют в силу их фактического признания большинством населения.

В настоящее время электоральная культура в России представляет собой смешение нескольких типов культур:

а) элементы политической культуры активистского типа с ее рациональным началом в решении проблемы выбора;

б) элементы патриархальной политической культуры, для которой свойственен поиск лидера, обладающего качествами «отца нации» и которую во многом эксплуатировали информационные технологии, формирующие в общественном мнении имидж политического лидерства;

в) элементы политической культуры авторитарного типа;

г) элементы личностно-ориентированной культуры избирателей, ориентирующихся скорее на личность кандидата или лидера пар-

---

[1] *Флиер А.Я.* Культура как смысл истории // Общественные науки и современность. 1999. №6. С. 154.

[2] *Богатырева Т.Г.* Современная культура и общественное развитие. М., 2001. С. 8.

тии, чем на объективную информацию о программах партий и кандидатов.

В политической науке показателем уровня «культурности» электората является высокая явка избирателей и их политические ориентации. С социологической точки зрения показателем развитости электоральной культуры является уровень социальной ответственности граждан.

Показателем развитости электоральной культуры является не явка избирателей, а уровень их социальной ответственности.

Формирование ответственного отношения человека к общественно-политической деятельности возможно только при условии ввода его в ситуацию социального и жизненного выбора, ибо социальная ответственность не наступает автоматически.

Содержание функций электоральной культуры коррелирует с функциями, которые выполняет культура вообще. Для социологии важны такие функции электоральной культуры, как:

1) ценностно-смысловая, т. е. в процессе жизнедеятельности люди вырабатывают и накапливают определенный опыт политического участия и активности, вырабатывают смысловые доминанты, ценностные ориентиры в общественно-политической жизни;

2) организационно-регулятивная функция предполагает распределение ролей на общественно-политической сцене, их исполнение и контроль за исполнением;

3) нормативно-деятельностная функция заключается в выработке определенных требований к участию граждан в общественно-политической жизни. Это относится не только к прямому голосованию или участию в деятельности разного рода организаций, партий, движений и т. п., но и к новым знаниям, идеям, формам социально-политической организации и регуляции, нормам социального взаимодействия;

4) знаково-коммуникативная функция предполагает накопление и обмен информацией с целью осуществления социокультурной коммуникации в ходе политического участия;

5) трансляционная функция заключается в межпоколенной трансляции социально-политического опыта, знаний, норм, информации;

6) функция социальной и политической идентификации личности.

Формируясь в процессе регулирования межгрупповых политических и социальных противоречий, являясь необходимым условием поддержания целостности социума и сохранения общественной стабильности, электоральная культура получила статус важнейшего социального механизма, без которого ни одно сложноорганизованное общество не способно воспроизводить и развивать свои социальные и политические порядки.

В широком смысле электоральная культура может пониматься как конечный итог и цель развития гражданского общества, делает осмысленным активное участие населения в социально-политической жизни общества. С другой стороны, электоральная культура, в определенном смысле, – средство развития, так как играет конструктивную, творческую роль культуры и является важнейшим фактором развития демократических институтов.

Ценности электоральной культуры определяют социально-политическую идентичность, формируют отношение к демократическим институтам в обществе, вдохновляют на коллективные действия. Электоральная культура способна стать динамичным ресурсом для успеха демократических преобразований и, наоборот, источником их провала. Поэтому, на наш взгляд, при проведении социологического исследования необходимо исходить из того, что культура – это не средство достижения целей конкретной избирательной кампании, а социальная основа развития избирательной системы в Российской Федерации. Ее изучение и формирование является задачей первостепенной важности как для социальной практики, так и для научных, теоретических разработок.

Динамика электоральной культуры

На основе результатов социологических опросов и итогов выборов разного уровня[1] был проведен анализ ситуации за период начало 90-х гг. – 2003 г. и сделаны некоторые выводы относительно развития электоральной культуры.

Результаты проведенного анализа позволяют говорить, как минимум, о четырех этапах развития электоральной культуры.

Особенностью поведения избирателей *на первом этапе (1989 – 1993 гг.)* можно считать идеологическую мотивацию (основная идеология сводилась к нескольким тезисам: голосовать за продолжение прошлого, т. е. за будущее в виде развитого социализма, или за новое будущее, обозначенное словами: гласность, правовое государство, экономические реформы; голосовать за людей прошлого – представителей партийной номенклатуры или за людей будущего – демократов-реформаторов). В представительные органы власти в данный период люди шли в основном по идеологическим соображениям, а избиратели пребывали в некотором роде в романтическом настроении.

[1] Материалы работы избирательных комиссий, а также результаты голосования представлены на сайтах избирательных комиссий. В частности, www.izbirkom.ru.

Выборы 1993–1995 гг. (второй этап) проходили в весьма своеобразной экономической и политической ситуации финансового кризиса, передела собственности, коренных политических реформ. Десятки партий и, соответственно, десятки пропагандируемых ими программ сделали сложным для электората осмысленное идеологическое обоснование выбора. Одновременно население пережило первую фрустрацию, связанную с крушением надежд на лучшую жизнь. В общественном мнении прочно утвердилась мысль о том, что тяжелое материальное положение большинства населения явилось следствием неэффективности, а значит, бесполезности деятельности депутатов. Мнение формировалось в условиях недостаточной информированности, а порой и ложных представлений значительной части избирателей о данной ветви власти, особенностях ее деятельности, ее возможностях и обязанностях. При этом на фоне конфронтации двух ветвей власти информация о деятельности представительных органов власти нередко намеренно деформировалась и искажалась. В результате значительная часть избирателей отказывается от голосования, не желая участвовать в формировании и воспроизводстве неэффективно работающей и ненужной, по их мнению, ветви власти.

В этот период в избирательном процессе существенно возросла роль финансовых вложений, что определило и состав выбранных депутатов: наряду с переизбиравшимися «романтиками» прошлых созывов в выборных органах власти впервые появились представители зарождающегося бизнеса.

Выборы *конца 1990-х гг. (третий этап)* показали успех использования отдельных приемов политического маркетинга и политического менеджмента, по сути являющихся приемами интенсивного сбыта «политической продукции» – активная рекламная кампания, навязывание своего «товара», жесткая борьба с конкурентами, прямое стимулирование сбыта и т. д. Эти подходы оказались успешными с точки зрения «продавца» политического товара, но мало приемлемыми с точки зрения интересов «покупателя», практически безграмотного в вопросах политической сферы. Об этом можно судить по дальнейшему снижению активности граждан, голосующих по идеологическим мотивам и усиление их материально-прагматической направленности.

Выборы 2000–2002 гг. (четвертый этап) специалисты характеризуют как торжество «грязных» технологий и методов манипулирования общественным сознанием. Мы называем этот период началом формирования «индустрии иллюзорного сознания».

Успех работы с электоратом зависел от привлекаемых объемов финансирования, что вызывало возмущение членов избиратель-

ных комиссий, средств массовой информации, политиков, проигравших выборы, отдельных специалистов. Однако иные выборы практически невозможны в ситуации масштабного теневого оборота наличных средств, осуществляемого в рамках договоренностей, а не договоров, заключаемых в соответствии с Гражданским кодексом.

По сравнению с выборами 1990-х годов, выборы 2000–2002 гг. происходили в совершенно иной, новой общественно-политической и социально-экономической ситуации. В первую очередь отметим отсутствие ярко выраженной конфронтации, оппозиции существующей власти. Единственная (оказавшаяся не очень сильной), существовавшая на региональных выборах, конфронтация – между партией власти «Единство» и КПРФ. КПРФ, несмотря на одержанные победы в 12 из 19 регионов Российской Федерации, значительно сдала свои позиции. В ряде округов КПРФ и «Единство» поддерживали одних и тех же кандидатов. Влияние других партий и политических объединений на региональный электорат по-прежнему очень слабое, они почти не пользуются авторитетом у населения и региональной элиты.

В 2000–2003 гг. формирующееся в массовом сознании стойкое неприятие сложившейся практики выборов поставило под угрозу процесс демократизации российской общественной и государственной жизни. В ряде регионов страны создаются прецеденты пренебрежения волей избирателей. Это имеет место как на стадии регистрации кандидатов, так и на других этапах избирательной кампании, а также и в дальнейшем, в процессе деятельности отдельных депутатов, иногда и всего депутатского большинства. Нередко депутаты (чаще – выборные должностные лица) незаконно продлевают себе полномочия, устанавливают удобные для них и закрытые для общества финансовые процедуры и обеспечение, принимают решения в защиту своих коллег, преступивших закон.

Стремящиеся избираться на второй и третий срок региональные и местные руководители в подавляющем большинстве случаев в полной мере используют административный ресурс, зависимые от них средства массовой информации. Оппозиционные же СМИ находятся под их большим прессингом, факт чего ряд руководителей даже не пытается завуалировать. Действующие выборные должностные лица практически всегда открыто выражают поддержку отдельным кандидатам, подключая для их победы административный ресурс. Кандидаты, о которых идет речь, проигрывают выборы лишь в том случае, если на стороне кого-либо из конкурентов оказывается мощная финансовая поддержка и/или еще больший админи-

стративный ресурс[1], например, Администрация Президента, если говорить, в частности, о выборах руководителей субъектов Федерации (см. диаграмму 1).

Диаграмма 1



В результате лица без административной и крупной финансовой поддержки, как правило, даже не попадают в список реальных кандидатов, не говоря уже об их успешном избрании. Как видно на диаграмме, избиратели практически не считают себя активными участниками избирательного процесса, снимают с себя ответственность за результаты выборов, считая, что они все равно не оказывают влияния на ход избирательной кампании.

Выборы 2003 г., в частности выборы в Государственную Думу IV созыва, *позволяют говорить о начале пятого этапа в развитии электоральной культуры.* Результаты выборов показали отсутствие са-

[1] По результатам социологического опроса населения, проведенного в Тамбовской, Орловской, Саратовской областях в октябре 2003 г.

мостоятельного авторитета какой-либо партии среди населения. Победа «Единой России» не была победой программы или идеологии этой партии, это была победа Президента, активно поддерживающего партию.

Результаты выборов 2003 г. показали наличие пяти субкультур в российской электоральной культуре. Сторонников этих субкультур мы условно назвали «государственники», «коммунисты», «националисты», «либералы», «протестная субкультура».

1. «Государственники» – это субкультура «партии власти», которая базируется на традиционной ценности и приоритетности роли государства. Лидеры партии и лица, ее поддерживающие, актуализировали в сознании электората ностальгию по сильному государству и сильным личностям. На выборах от «Единой России» приняли участие 30 губернаторов, 2 министра, мэр Москвы, что создавало психологическое ощущение мощи этой партии.

2. «Коммунисты» – это субкультура, базирующаяся на идеологии коммунистической партии. В ходе выборов электорат этой партии раскололся, чему в немалой степени способствовала кремлевская кампания по дискредитации коммунистов. Те, для кого были ценны идеи государственности и символы государства, стали на сторону «Единой России». Те, для кого важна социальная справедливость, национальная гордость, – на сторону ЛДПР и «Родины».

3. «Националисты» – это субкультура, базирующаяся на националистических ценностях и идеях патриотизма, активно выраженных в позиции ЛДПР и блока «Родина». Антиолигархическая кампания правительства (главным лицом которой стал М.Ходорковский) полностью соответствовала ожиданиям большинства населения. Результаты мониторинга, проведенного Социологическим центром РАГС, показывали, что в глазах общественного мнения в руках крупных бизнесменов сосредоточено больше власти (77,8%), чем в руках Президента РФ (72,4%). Третье место занимают преступные группировки (63%), затем следуют: государственный аппарат (чиновники) – 57,5%; руководители регионов – 53,5 %; Федеральное правительство – 44,9%; и *на последнем месте – Государственная Дума* – 36,0%. В данном контексте «дело Ходорковского» было весьма своевременным, ибо еще более повысило авторитет Президента, актуализировало настроения «отобрать и поделить» и чувство социальной несправедливости. В результате четко сегментировался электорат блока «Родина» и ЛДПР, в первую очередь, против партии СПС и «олигарха Чубайса».

Актуальность «русского вопроса» добавила сторонников партии ЛДПР, чему способствовал лозунг: «Мы за русских! Мы за бедных!».

4. «Либералы» – это субкультура, базирующаяся на идеях свободы, сегодня наименее выражена среди российских избирателей. От увеличения свободы народ не почувствовал улучшения собственной жизни и отказывался понимать интеллектуальные измышления и рациональные доводы таких партий, как «Яблоко» и СПС. И без того небольшой электорат партий уменьшился после того, как они выступили в поддержку Ходорковского, не учитывая антиолигархический настрой электората.

5. «Протестная субкультура» – ее основой являются неблагоприятный эмоциональный настрой избирателей, социально-психологическая напряженность, чувство несправедливости, отчаяния и фрустрация потребности в улучшении уровня жизни.

Победа «партии власти» и партий националистической направленности, отсутствие реальной оппозиции являются показателем ориентации общественного мнения на государственность и национализм, показателем *неприятия новой парадигмы развития электоральной культуры,* о которой мы говорили выше. *Государство по-прежнему играет решающую роль в формировании электоральной культуры, а социальная ответственность и активность избирателей остается весьма низкой*[1].

Избиратели сделали выбор «по рекомендации» главы государства и региональной власти, сняв ответственность за собственный выбор и показав, что основная часть не возражает против когда-то существовавшей и потому привычной «государственной монополии на общественное мнение».

В результате, с одной стороны, провозглашается свобода электоральной культуры от идеологического диктата, децентрализация управления процессом создания, распространения, потребления общественно-политических ценностей.

С другой стороны, встает острейший вопрос о кризисном состоянии электоральной культуры, которое выражается в пассивности, нежелании избирателей брать на себя ответственность, росте нигилизма, протестного электората, информационной и культурной изоляции ряда регионов, и т. п. Реформы привели к отчужденности многих людей от политической сферы и спровоцировали рост девиаций в избирательном процессе.

Выборы 2003 г. показали, что в нестабильной социальной системе электоральная культура сокращает зону своего реального существования за счет затухания таких социально значимых функций электоральной культуры, как идентификация, ориентация, коммуни-

[1] Явка избирателей на выборах в Государственную Думу в 1999 г. составила 61,85%, в 2003 г. – 52,6%.

кация, социализация и интеграция. Именно эти функции служат каналами, по которым культура проникает в общественно-политическую и духовную жизнь, обеспечивая стабильность и устойчивость как социальной, так и политической системы.

Человек, нуждаясь в понимании своей групповой принадлежности, должен отождествлять, идентифицировать свои интересы с интересами определенных социальных и политических групп и на основе этого определять приемлемые для него способы участия в выражении и отстаивании своих и общественных интересов. Слабость политической и партийной идентификации электората показывает его быстрое (за 1,5–2 месяца) перетекание из одной партии в другую под воздействием агитации. Это видно при сравнении итогов голосования и опросов населения[1] за 2 месяца до дня голосования (данные приведены в процентах, табл. 1).

Таблица 1

Партия, блок	Результаты опроса, октябрь 2003 г.	Итоги голосования, декабрь 2003[2] г.
«Единая Россия»	24	37,9
КПРФ	11,5	12,7
Яблоко	5,9	менее 5
СПС	5,8	менее 5
ЛДПР	4,7	11,6
«Родина»	3,3	9,1

В последние годы уменьшение роли функции идентификации связано прежде всего с активизацией партийных организаций лишь перед выборами, их незаинтересованностью в формировании электоральной культуры и сравнительной слабостью таких образований, как общественно-политические движения, объединения, группы интересов.

На этом фоне *происходит территориальная идентификация граждан, делающая актуальными и значимыми лишь те события,*

[1] По результатам выборочного опроса населения (опрошено 1500 человек в 20 субъектах РФ), проведенного Социологическим центром РАГС в октябре 2003 г.

[2] Для сравнения – результаты выборов в Государственную Думу в 1999 г.: КПРФ – 24,3%; «Единство» («Медведь») – 23,3%; «Отечество – Вся Россия» – 13,3%; СПС – 8,5%; «Блок Жириновского» – 5,98%; «Яблоко» – 5,93%.

которые происходят на территории конкретного региона. Это усиливает сепаратистские настроения, препятствует демократизации общества.

Затухание функции коммуникации подтверждается тем, что сегодня с переменным успехом идет борьба разнонаправленных политических тенденций (демократия – авторитаризм, централизация – регионализм, глобализация – изоляция), столкновение различных политических субкультур (коммунистической, либеральной, национально-патриотической, государственно-ориентированной), представители которых пользуются разной политической лексикой, разными системами аргументации, которые, в свою очередь, с трудом понимает население. Люди практически не обсуждают политические вопросы, у них нет чувства политической компетентности. А, как известно, непонимание или незнание понятий политической культуры и связанных с ними явлений порождают крупные гражданские и социально-политические проблемы.

Функция ориентации призвана поддерживать стремление населения к осмыслению социальных процессов, смысловому отображению социально-политических явлений, к развитию в каждом человеке социальной ответственности и политической этики, к пониманию собственных возможностей при реализации прав и свобод. Жители ряда регионов иногда даже не чувствуют себя гражданами большой страны, не ощущают большой ответственности перед своим государством, не испытывают гордости за политическую систему своего края, утверждая, что не могут оказывать сколько-нибудь значимого воздействия на политику.

Эти причины затрудняют формирование культуры избирательного процесса, порождают низкую политическую активность граждан, нежелание принимать участие в выборах, невозможность сориентироваться в политической ситуации и просто безразличие к политической жизни, обусловленное приоритетом бытовых проблем. Сюда же можно отнести низкий уровень политического образования граждан, правовой нигилизм и недоверие к политическим партиям[1].

В результате выборы 2003 г. показали, что практически вся инициатива принадлежит власти, государственным институтам и контролирующему их в высокой степени крупному бизнесу. *Нежелание народа контролировать власть и ее огромные экономические и информационные ресурсы приводит к тому, что власть конт-*

[1] *Комаровский В.С.* Электоральное поведение // Основы политической социологии. М.; Н.Новгород, 1998.

ролирует народ. Такие процессы осуществляются незаметно для самих управляемых, не обостряя политическую обстановку.

Сложившееся массовое сознание, стереотипы и взгляды людей допускают довольно широкие возможности для скрытого управления их политическим сознанием и поведением с целью принудить к действию или бездействию вопреки их собственным интересам. Защитные механизмы у населения против такого воздействия очень слабы, так как у людей пока еще не сложились или даже отсутствуют устойчивые суждения в отношении многих политических проблем. Способы игры массовым сознанием достаточно разнообразны[1] и способствуют укоренению угодных социальных мифов. В итоге избирателей ориентируют на вполне определенное решение, лишая их свободы выбора сознательного решения. Сам процесс выбора превращается в формальный акт.

По мнению Председателя ЦИК РФ А.А.Вешнякова, «по уровню политической культуры и демократических традиций наша страна пока отстает от стран с развитой демократией. И это объяснимо: принять работоспособный, прогрессивный закон куда проще, чем изменить сознание людей. Тут явно недостаточно одного росчерка пера Президента под законом. Традиции не могут возникнуть за один избирательный цикл, они вырабатываются десятилетиями, а иногда и столетиями. Нужны время и целенаправленная работа на повышение правовой и политической культуры»[2].

С развитием новых избирательных технологий электоральная культура должна приобретать новый положительный, цельный облик. Но, к сожалению, социологи все чаще имеют дело с непредсказуемым электоральным поведением и стихийной реакцией на события социально-политической жизни.

Формирование электоральной культуры в России происходит на фоне поиска таких ценностей, которые будут способны объединить россиян в единую общность, сформировать специфический менталитет и устойчивые политические ориентации. Прежние, существовавшие десятилетиями идеалы и общественные нормы сегодня находятся в стадии разрушения, а к другим, как показыва-

---

[1] *Грачев Г.В., Мельник И.К.* Манипулирование личностью. М., 2002; *Доценко Е.Л.* Психология манипуляции. М., 1997; *Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.В., Байбакова В.Б.* Политическая реклама. М., 2002; *Цуладзе А.М.* Политические манипуляции или покорение толпы. М., 1999; *Шиллер Г.* Манипуляторы сознанием / Пер. с англ. М., 1980; Техника дезинформации и обмана / Под ред. Я.Н.Засурского. М., 1978; *Шерковин Ю.Я.* Психологические проблемы массовых информационных процессов. М., 1973 и др.

[2] *Игнатов В., Строганов Ю.* Александр Вешняков: главный судья на выборах – избиратель // Труд. 2003. 7 мая. С. 1, 5.

ют результаты многих социологических исследований, Россия еще не пришла[1].

Все указанные выше проблемы в целом связаны с тем, что сегодня в электоральной культуре происходят сложные процессы: ее нелинейное самодвижение проявляется в возникновении новых структур, процессов, норм культурной жизни, меняются ракурсы рассмотрения привычных явлений. В кризисные периоды развития социума роль электоральной культуры как стабилизирующего фактора возрастает. Однако положение электоральной культуры таково, что позволяет многим российским ученым рассматривать ее как одну из первых жертв реформ, а усилия, которые предпринимаются по ее развитию, объявлять несоответствующими реальной ситуации. При этом следует подчеркнуть сложность изучения алгоритма изменений в функционировании электоральной культуры, что обусловлено всей совокупностью процессов, происходящих в политической, социальной, экономической, идеологической областях.

[1] *Боне В.* Элементы неопределенности в переходный период // ПОЛИС. 1993. № 1. С. 49.