

**Авксентьев А. О.,**  
аспірант кафедри політології, Харківський  
національний університет ім. В. Н. Каразіна  
(Україна, Харків), toshinho@rambler.ru

### «ЕФЕКТ ОТОТОЖНЕННЯ» В УКРАЇНСЬКІЙ ЕЛЕКТОРАЛЬНІЙ ПРАКТИЦІ

*Дослідження містить аналіз «ефекту ототожнення» на електорально-статистичному матеріалі окремих локальних кейсів з українських парламентських виборів 2012 та 2014 років. Запропонована типологія 6 базових форматів ототожнення в залежності від рівня політичних суб'єктів, між якими відбувається трансляція рейтингу. За допомогою методів статистичного аналізу розроблена модель досліджень кількісного виміру «ефекту ототожнення» із наведенням відповідних розрахунків для Харківського регіонального кейсу.*

**Ключові слова:** ефект ототожнення, електоральні системи, політичні партії, кількісні методи політичного аналізу, фантомне голосування, вибори.

Повернення до змішаної паралельної електоральної системи напередодні парламентських виборів 2012 року актуалізувало проблему ототожнення кандидатів і суб'єктів висування. Сталі електорально-географічні розломи в умовах сильної ідеологічної поляризації дозволили майже невідомим політикам із мінімальним особистим рейтингом здобути більшість голосів за рахунок ототожнення з популярними на цій території партіями. У той же час «ефект ототожнення», який призводить до деперсоналізації політики, «втрати суб'єктності» та намаганні учасників електоральної кампанії «розчинитися» в чужому образі для отримання голосів, не обмежується форматом «партія → кандидат». Відповідно, метою статті є комплексний аналіз теоретичного виміру «ефекту ототожнення» як технологічної стратегії політичних суб'єктів та мотиваційної моделі поведінки виборців, а також практичного аспекту «ефекту ототожнення» в останніх українських електоральних кампаніях. Актуальність дослідження, яка пов'язана з великим впливом ефекту ототожнення на результати виборів, посилюється в гносеологічному контексті – у вітчизняній політичній науці тема не розглядається, проте сам «ефект ототожнення» (або «стратегія на ототожнення») активно використовується вітчизняними (і не тільки) політтехнологами у виборчих кампаніях.

В одній з фундаментальних як для пострадянського простору робіт з прикладної політології «Політичні технології» Є. Малкіна та Є. Сучкова цьому явищу надається наступне визначення: «Сутність ідеї ототожнення полягає в тому, що кандидат (партія) замість формування власного позитивного образу, запозичують вже сформований у свідомості виборців образ «оригінального об'єкту», з яким він (кандидат) ототожнюється» [1, с. 108]. З одного боку, така «стратегія на ототожнення» дозволяє політичним суб'єктам суттєво зекономити ресурси, проте з іншого – має й декілька недоліків. По-перше, разом з позитивним образом оригінального об'єкту суб'єкт мимоволі запозичує й весь негативний образ («антирейтинг» у широкому розумінні). По-друге, у цієї стратегії існує досить обмежений коефіцієнт корисної дії – завдяки ефекту ототожнення вдається акумулювати лише певний відсоток результату, який би здобув оригінальний об'єкт. Саме дослідження цих коефіцієнтів ефективності на емпіричному матеріалі виборів видається актуальним науковим завданням,

розв'язання якого б заповнило прогалину у вітчизняній політичній науці.

Ще один російський дослідник В. Полукетов у своїй статті «Основні види технологій фантомів і методи протидії фантомам» наголошує, що ефект ототожнення може виникати унаслідок як справжнього ототожнення так і маніпулятивного (брехливого). Цей другий тип характеризується тим, що оригінальний об'єкт не дає згоди на запозичення свого образу (ймовірно, він навіть не знає про використання іншим політичним суб'єктом такої технології). Фактично, її реалізація призводить до «електорального паразитування» кандидатів чи партій, і створює ситуацію «фантомного голосування» виборців, які віддають свої голоси за образ політичних суб'єктів, що не беруть участі у виборах. Окрім цього слід розрізняти позитивне та негативне ототожнення – останнє використовується для дискредитації політичних опонентів [2].

Цікаво, що в англomовній політологічній літературі тема ефекту ототожнення при голосуванні виборців не досліджується. Вона майже повністю посунута близькою до неї за змістом проблемою «партійної ідентифікації». На нашу думку, низький інтерес до ефекту ототожнення пов'язаний зі сталими двопартійними системами в США і Великій Британії, які автоматично передбачають ототожнення кандидата з однією з двох провідних партій і, відповідно, низьку «маневреність» суб'єктів. У той же час контекст постійної трансформації української електоральної системи дозволяє на емпіричному матеріалі результатів виборів досліджувати декілька рівнів ефекту ототожнення – лідера політичної сили та партії, мера чи народного депутата та кандидатів до місцевих рад на відповідній території тощо. Узагальнено найпоширеніші моделі ототожнення, з огляду на вітчизняну специфіку використання цієї стратегії в електоральній практиці (табл. 1).

Ця типологія доволі умовна, проте вона досить вдало ілюструє проблеми невідповідності політичних суб'єктів уявленням громадськості щодо їх завдань. Наприклад, одним з найважливіших недоліків українських партій часто називають не просто «лідерський тип», а політпроектну сутність вибудовування партій «під політика». На початку 2016 року в анкеті соціологічних опитувань щодо електоральних вподобань почали включати віртуальну «партію Саакашвілі», без уточнення її можливої назви, програми, ідеологічних засад тощо – це, на нашу думку, яскраво ілюструє реалії партійного будівництва. Не дивно, що більшість подібних проектів «під політика» намагаються включити в назву ім'я «флагмана» і виявляються досить короткотривалими. Дуже розповсюдженим є ототожнення учасників виборчого процесу з лідерами громадської думки і політиками, які або не балотуються взагалі, або балотуються «технічно» (багато прикладів із місцевих виборів 2015 року, коли нардепи ставали «флагманами» списків до районних чи міських рад, маючи на меті саме транслювати особистий рейтинг, а не здобути мандат депутата районної ради), або балотуються паралельно на іншому рівні.

Питання «ефекту ототожнення» напряму пов'язано з вибором електоральної системи, яка може створювати додаткові стимули або бар'єри для реалізації такої стратегії політичними суб'єктами. На нашу думку, у 2015 році при

Моделі «ототожнення»

Формат	Логіка	Приклади
Всеукраїнський лідер → партія	Трансляція особистого рейтингу політика його партпроект	Порошенко → Солідарність Тимошенко → Батьківщина Ляшко → Радикальна Партія
Партія → всеукраїнський лідер	Ототожнення політика з партійним брендом	КПУ → Симоненко Правий Сектор → Ярош
Партія(ї) → кандидат	Ототожнення кандидата до ВР, місцевої ради, в мери з партійним(и) брендом	Самопоміч → Сітенко, всі кандидати до ВР–2014 «Дем. сили» → «єдині кандидати»
Кандидат → партія	Голосування за партію на ототожненні її не з всеукраїнським лідером, а місцевим кандидатом, який фігурує в бюлетені	Кернес → Відродження Фельдман → Наш Край Русецький → Солідарність (Балкалійський район) Шенцев, Мураєв → Центр (Чугувський, Зміївський)
ЛОМ → кандидат	Голосування за кандидата на ототожненні його з мером, депутатом, ЛОМом який не фігурує в бюлетені	Кернес → кандидати до ВР–2012 від Партії Регіонів Добкін → кандидати до облради–2015 від Оп. Блоку
ЛОМ → партія	Голосування за партію на ототожненні її з ЛОМом, який не фігурує в бюлетені	Дема → ВПУ (Барвінково) Бакшєєв → Батьківщина (м. Первомайський)

моделюванні виборчої системи для місцевих виборів було зроблено все для максимізації ототожнення – головними інструментами стали заборона самовисування і норма «зв'язаного голосу», який виборці подавали одночасно за кандидата в окрузі, першого номера списку та партію. Завдяки цьому діюча партія влади змогла мінімізувати електоральні втрати, «рятуючи» свій результат за рахунок сильних ресурсних (адміністративно, фінансово, політично) кандидатів на місцях. На Харківщині ексклюзивність електорального контексту призвела до стрімкого зростання підтримки партії «Відродження», яка за два місяці на ототожненні з мером Геннадієм Кернесом стала найпопулярнішою політичною силою. На рівні виборів до районних рад проявилися можливості ототожнення майже невідомих партій з локальними «ЛОМами» (лідерами суспільної думки) – успішні приклади нардепів Дмитра Шенцева і Євгена Мураєва з партією «Центр» (належить Вадиму Рабіновичу), а також бізнесмена Валерія Деми з «Волонтерською Партією» досить ґрунтовно досліджені в аналітичних статтях «Інформаційного спротиву» [3; 4].

Таким чином, системи паралельних виборів із «зв'язаним голосом» створюють найбільш сприятливі умови для «ефекту ототожнення». Напротилежному полюсі знаходяться електоральні моделі з включеною нормою «панашажу» – тобто права виборців обирати кандидатів із різних списків, змішувати списки. Сприятливість для реалізації стратегії ототожнення залежить від кількості паралельних електоральних змагань – вона посилюється із зростанням числа бюлетенів, в яких виборець має одночасно проголосувати. Ще одна змінна – можливість самовисування, яка зменшує шанси реалізації стратегії партійного ототожнення. Однак варто підсумувати, що немає жодної виборчої системи, яка б унеможливила використання політиками одного з типів стратегії ототожнення, намагаючись здобути електоральні бонуси за рахунок експлуатації рейтингу інших суб'єктів (іноді це

робиться проти волі і без відома об'єкту «електорального паразитування»).

Дослідження «ефекту ототожнення» неодмінно повинно мати кількісний вимір – трансляція рейтингу від одного суб'єкту до іншого повинна бути квантифікована і аналізуватися в рамках напряму, який ми умовно позначимо як «електоральна арифметика». Розглянемо декілька вітчизняних кейсів з нещодавніх виборчих кампаній, сформулювавши за їх допомогою низку електорально-арифметичних гіпотез. Ми виходимо з припущення, що за умови відсутності норми «зв'язаного голосу» та проведення паралельних виборів партій та кандидатів, які формально чи неформально представляють ці політичні сили, кінцевий результат кандидата буде складатися з двох частин – особистої підтримки та партійного ототожнення. Відповідно, це можна описати формулою  $R = k \cdot P + X$ , де  $R$  – кінцевий результат,  $P$  – рейтинг партії(й), з якими ототожнюється кандидат,  $k$  – коефіцієнт збереження партійного результату (від 0 до 1),  $X$  – «особисті голоси» (тих виборців, які не голосують за зазначену(і) партію(ї), але підтримують кандидата). Також цей результат залежить від складу опонентів (підсумкова кількість голосів завжди є похідною не лише від підтримки альтернативи, але й від загальної конфігурації учасників). Зупинимось на кейсах парламентських виборів 2012 та 2014 років, які проводились саме за змішаною паралельною системою. У «таблиці 2» наводяться результати основних кандидатів, які балотувалися за 14 округами Харківщини, та відповідних партій. Для кандидатів, на користь яких були узгоджені зняття висуваних інших т.зв. «проукраїнських сил», ми наводимо суму відсотків цих партій – це дозволить порівняти КПД («коефіцієнт корисної дії») кандидатів, фіксуючи хто з них краще акумулює електорат «демократичних сил». Джерело первинного статистичного матеріалу (тут і далі) – офіційний веб-сервер ЦВК [5].

«Ефект ототожнення» на виборах 2012 і 2014 років

2012–2014	№168		№169		№170		№171		№172		№173		№174	
Кандидат ПР	43,4	30,9	41,8	22,6	38,4	34	46,3	30,3	51,9	54,3	50,6	42,1	59,3	64,9
ПР–ОБ (%)	34,2	29,5	32,6	30,7	34,1	34,1	36,2	35,3	38,4	38,2	39,3	36	39,3	33,9
Опонент №1	29,3	17,9	34,1	24,7	22,2	16,3	23,8	23,3	20,6	14,1	14,2	15,9	12,6	9,4
Партія(ї) опонента №1 (%)	41,5	16,5	41,8	38,9	20,9	13,9	36,2	35,2	23,6	13,9	18,7	32,8	30,2	23,1
	№175		№176		№177		№178		№179		№180		№181	
Кандидат ПР	54,8	35,2	58,6	54,8	56,8	47,7	65,6	33,1	45,2	18,4	55,3	53	56,2	48,9
ПР–ОБ (%)	41,5	29,2	50,3	38,9	46,6	28,5	52	34,6	40,9	26,4	40,1	22,7	45,8	32,2
Опонент №1	19,5	16,4	17,7	7,4	22,7	25,1	14,3	27,3	13,6	24,2	20	16,1	12,3	16,9
Партія(ї) опонента №1 (%)	20,3	24,2	– (с)	– (с)	22,1	– (с)	23,7	27,3	27,5	– (с)	32,3	18,6	29,4	16,9

На парламентських виборах 2012 року, які передбачали повернення до змішаної паралельної системи з 14 одномандатними округами на Харківщині, перемогу здобули висуванці найбільш популярної політичної сили – «Партії Регіонів». Механізми ототожнення з партією влади, а також особисто з Геннадієм Кернесом, максимально активно використовувались у тих округах, з якими висуванці ПР мали слабкий зв'язок (особливо №168 та №169). Цікаво, що ще в 2010 році на виборах міського голови сам Кернес не мав високого особистого рейтингу, і орієнтувався, перш за все, на ототожнення з «Партією Регіонів», тоді як в 2012 році вже сам став об'єктом ототожнення для маловідомих кандидатів. Стосовно їхніх опонентів, то три опозиційні партії («Батьківщина», «УДАР» і «Свобода») відпрацювали доволі скоординовано і в більшості округів узгодили «єдиних кандидатів», які, однак, майже не здобули «особистих голосів», а виключно на ототожненні з «демократичними партіями» розраховувати на перемогу не могли.

Цікавий випадок, що ілюструє парадоксальну логіку «фантомного голосування», стався на виборах у 173 окрузі. Низка відмов кандидатів від участі у виборах призвели до ситуації, коли в окрузі (де, до речі, голосувала засуджена Юлія Тимошенко) не залишилось жодного висувця опозиційних партій, окрім представника «Конгресу Українських Націоналістів» Івана Туренка, якого ніхто не брав у розрахунок і не вів з ним перемовин щодо зняття. У підсумку кандидат від партії з рейтингом, близьким до нуля, якій взагалі не вів виборчої кампанії, здобув понад 10% голосів (у першу чергу тому, що виборцям «проукраїнських сил» просто не було за кого голосувати – головними опонентами «регіонала» Анатолія Денисенка були комуніст Костянтин Старков і колишній голова обласної ради від ПР, самовисуванець Василій Салигін). Фактично, цей приклад дає можливість стверджувати, що існує певний мінімальний поріг автоматичного ототожнення (у Туренка, який здобув 10,2% при сумарній підтримці «промайданних сил» на рівні 35%, КПД  $k=0,28$ ). При цьому ототожнення з цілою групою партій (у даному випадку – з «демократичними силами») апріорі має нижчий КПД, ніж ототожнення кандидата з

однією партією (суб'єктом висування). Значення цього коефіцієнту мінімального ототожнення також залежить від кількості і сили опонентів – наявність потужного кандидата з мультипартійною підтримкою зменшує відсоток автоматичного ототожнення інших висуванців.

У 2014 році більшість діючих нардепів успішно переобиралися вже в якості самовисуванців, орієнтуючись як на вже сформований особистий рейтинг, так і на неформальне ототожнення з «Опозиційним Блоком». Найбільш цікаві ситуації сталися на округах №169, №171 та №179. Нардеп від 169 округу Ірина Бережна не брала участі у дострокових виборах, що значно збільшило шанси представника «Народного Фронту» Олександра Кірша. На центральному рівні були узгоджені зняття інших кандидатів від «демократичних сил» – зокрема, Олександра Давятана від «Блоку Порошенка». У підсумку в бюлетені Кіршу не «заважали» представники «Батьківщини», «Самопоміч», «Блоку Порошенка», і він здобув перемогу з досить низьким результатом 24,7% (при тому, що сумарна підтримка «проукраїнських сил» склала 38,9%, а самому Кіршу в 2012 році для перемоги не вистачило й більш переконливого результату 34,1%). Округ №171 «зачищався» під Віталієм Хомутинником (діючий нардеп Ірина Горіна також не стала переобиратися), який провів інтенсивну ресурсну кампанію з першочерговою орієнтацією на «особистий рейтинг». Відсутність в бюлетені представників «Блоку Порошенка», «Батьківщини», «Самопоміч» створили сприятливі електорально-арифметичні умови для кандидата від «Народного Фронту» Інни Балуті (Чуйко), якій, однак, вдалося акумулювати електорат «демократичних сил» з КПД  $k=0,66$ , чого майже за повної відсутності «особистого рейтингу» не вистачило для повторення успіху Олександра Кірша. В окрузі №179 склалася нетипова ситуація, коли головними опонентами були колишні «регіонали», які балотувалися в якості самовисуванців і орієнтувалися саме на «особистий рейтинг» і територіальну ідентичність – перемогу з невисоким результатом (24,3%) вдалося здобути діючому нардепу Анатолію Гіршфельду. Показово, що в цьому окрузі основним виміром протистояння стало не партійне

ототоження, а територіальне: Гіршфельд переміг завдяки високим показникам у базовому для себе Лозовському районі (27%) та самій Лозовій (39,4%), тоді як його підтримка в інших районах округу була вкрай низькою (у місті Красноград, наприклад, взагалі на рівні 6,5%).

Ще більш красномовною ілюстрацією «фантомного голосування» за моделлю ототоження «партія → кандидат» є показники комуністів на виборах 2012 року. У більшості випадків кандидатами виступали маловідомі місцеві політики, які завдячували своїми результатами виключно партійним брендам (очевидно, що така ж логіка притаманна більшості партій, що засвідчили і результати кандидатів від, наприклад, РПЛ чи «Самопоміч» на виборах 2014 року). У «таблиці 3» наводяться відповідні розрахунки.

З таблиці видно, що в залежності від сили опонентів (самі кандидати від КПУ мали приблизно однакові низькі показники особистої підтримки і вели пасивні кампанії з дуже обмеженим бюджетом) висуванцям КПУ вдавалося здобувати голоси на ототожненні з партійним брендом (з КПД на рівні 0,5–0,8). Виключенням є ситуація в окрузі №170, де балотувалася найбільш відомий представник харківських комуністів у тогочасній політиці, Алла Александровська. У 2010 році вона здобула 18,4% на виборах міського голови при партійному результаті комуністів на виборах до міської ради 10,2% (свідчить про наявність особистого рейтингу). Тому не дивно, що в 2012 році їй єдиний з висуванців КПУ на Харківщині вдалося додати до сили партійного бренду «особисті голоси» і перевищити результат власної політичної сили на цьому ж окрузі (22,1% проти 20,9%). Також розрахунки КПД партійного ототоження дозволяють зробити припущення щодо більш особисто орієнтованого голосування в 7 округах області (у порівнянні з 7 округами Харкова) – ця гіпотеза знаходить своє підтвердження і в результатах виборів до обласної ради 2015 року.

У «таблиці 4» ми окремо досліджуємо кейс округу №168 (Дзержинський район Харкова) на електорально-статистичному матеріалі виборів 2012 і 2014 років. У цьому аналізі ми розраховуємо індекси кореляції здобутих на окремих виборчих дільницях відсотків кандидатом та відповідною партією. Наявність сталих зв'язків допомагає формулювати аргументовані гіпотези щодо підтримки кандидатів саме виборцями тих чи інших партій. Однак сам по собі великий індекс фіксує високий ступень ототоження, але не дає однозначної відповіді щодо суб'єкту та об'єкту ефекту ототоження (тобто, для розуміння, чи кандидат своїм ім'ям додає голосів партії, чи навпаки – виключно експлуатує партійний бренд, потрібно розглядати кожен випадок окремо, застосовуючи якісні експертні методи політичного аналізу).

Наведені розрахунки, серед іншого, добре ілюструють, що нардеп Валерій Писаренко мав більш потужну прив'язку до партійного бренду у 2012 році, ніж на виборах – 2014 (у самовисування Писаренка майже однакові значення індексів кореляції з відсотками «Опозиційного Блоку» та КПУ). Також показово, що індекс кореляції Ігоря Балуту з «Батьківщиною» значно вищий за аналогічний показник із сумою відсотків «Батьківщини», «УДАР» та «Свободи» – цей факт ілюструє зростання втрат голосів при збільшенні кількості об'єктів ототоження (тобто частка виборців «УДАР» і «Свободи», які проголосували не за Балуту, більша аналогічного відсотку виборців «Батьківщини»). Взагалі подібне застосування кореляційного аналізу для дослідження «ефекту ототоження» є досить перспективним інструментом (хоч і не захищеним від випадків хибної кореляції), що дозволяє більш глибоко вивчати зв'язки між підтримкою політичних суб'єктів (особливо за умови паралельних виборів).

Таким чином, підсумовуючи результати дослідження, можна зробити наступні висновки. По-перше, «ефект ототоження» є однією з базових стратегій політичних

Таблиця 3

## «Ефект ототоження» (2012, кандидати КПУ)

Округ	168	169	170*	171	172	173	174	175	176	177	178	179	180	181
Канд.	13,9	13,7	22,1	15	15,1	14,2	10,6	11,4	12,9	15,5	14,3	12,4	10,3	11,1
Парт.	17,1	18,1	20,9	20,3	21,2	18,7	17,6	18,6	23,9	26,4	23,7	25,2	21	18,7
КПД	0,81	0,76	1,06	0,74	0,71	0,76	0,60	0,61	0,54	0,59	0,60	0,49	0,49	0,59

Таблиця 4

## Кореляційні зв'язки «кандидат–партія» (округ №168)

Вибори – 2012							
Кандидат	Писаренко		Балута	Балута		Осетров	
Партія	ПР		Батьківщина	БЮТ+УДАР+СВОБОДА		КПУ	
Індекс корел.	0,76		0,93	0,61		0,88	
Вибори – 2014							
Кандидат	Писаренко		Александровська	Немілостівий	Варченко	Сітенко	Веніславський
Партія	ОБ	КПУ	КПУ	БПП	НФ	Самопоміч	РПЛ
Індекс корел.	0,55	0,54	0,59	0,89	0,59	0,71	0,67



суб'єктів і моделей поведінки виборців в українській електоральній практиці, тому його подальше дослідження видається вкрай актуальним. По-друге, стратегія ототожнення не обмежується форматом трансляції партійного рейтингу кандидатам – ми пропонуємо виокремити 6 основних типів «ефекту ототожнення», спільною рисою яких є перенесення образу одного політичного суб'єкту на іншого. По-третє, аналіз «ефекту ототожнення» в конкретних електоральних кейсах доцільно проводити з залученням кількісних методів – наприклад, розрахунків індексів кореляції між відсотками партій та кандидатів на окремих виборчих дільницях, або вимірюванні коефіцієнтів акумуляції кандидатами партійних голосів. По-четверте, застосування «стратегії ототожнення» залежить від типу виборчої системи, яка може створювати додаткові бар'єри або навпаки – законодавчо закріплювати ототожнення різнорівневих суб'єктів, як це сталося на місцевих виборах 2015 р. в Україні за допомоги норми «одночасного зв'язаного голосу».

#### Список використаних джерел

1. Малкин Е. Политические технологии / Е. Малкин, Е. Сучков. – М.: Русская панорама, 2006. – 680 с.
2. Полуэктов В. Основные виды технологий фантомов и проблемы противодействия фантомам / В. Полуэктов // Политический маркетинг. – 2014. – №6 (195). – С.45–52.
3. «Волонтерская партия»: история о том, как обыграть самих себя / Информационное сопротивление: Харьков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sprotyv.info/ru/news/harkov/volonterskaya-partiya-istoriya-o-tom-kak-obygrat-sami-sebya>
4. Оппозиционный «Центр»: оплот Мураева – Шенцева или как маскируются бывшие регионалы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sprotyv.info/ru/news/harkov/oppozitsionnyy-centr-oplot-muraeva-shenceva-ili-kak-maskiruyutsya-byvshie-regionaly>
5. Официальный веб-сервер ЦВК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cvk.gov.ua/>

#### References

1. Malkin E. Politicheskiye tehnologii / E. Malkin, E. Suchkov. – M.: Russkaya panorama, 2006. – 680 s.
2. Poluektov V. Osnovniye vidy tehnologii fantomov i problemy protivodeystvia fantomam / V. Poluektov // Politicheskiy marketing. – 2014. – №6 (195). – S.45–52.
3. «Volonterskaya partiya»: istoriya o tom, kak obygrat' samih sebya / Informatsionnoe soprotivleniye: Har'kov [Elektronniy resurs]. – Rejim dostupu: <http://sprotyv.info/ru/news/harkov/volonterskaya-partiya-istoriya-o-tom-kak-obygrat-sami-sebya>
4. Opozitsionniy «Tsentr»: oploot Muraeva – Shentseva ili kak maskiruyutsa byvshie regionaly [Elektronniy resurs]. – Rejim dostupu: <http://sprotyv.info/ru/news/harkov/oppozitsionnyy-centr-oplot-muraeva-shenceva-ili-kak-maskiruyutsya-byvshie-regionaly>
5. Ofitsiyniy veb-server TsVK [Elektronniy resurs]. – Rejim dostupu: <http://www.cvk.gov.ua/>

**Avksentiev A. O.**, postgraduate, Department of Political Science, V. N. Karazin Kharkiv National University (Ukraine, Kharkiv), [toshinho@rambler.ru](mailto:toshinho@rambler.ru)

#### «The effect of identification» in the Ukrainian electoral practice

The research includes the analysis of «identification effect» on electoral and statistical material of specific local Case Ukrainian parliamentary elections of 2012 and 2014. The typology of 6 base identification formats depending on the level of political subjects, among which is broadcast rating is proposed. Using statistical analysis methods we developed the model of «effect identification» quantitative measurement with the guidance for corresponding calculations on Kharkiv Regional case.

**Keywords:** effect of identification, electoral systems, political parties, political analysis, quantitative methods, phantom voting polls.

**Авксентьев А. А.**, аспирант кафедры политологии, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (Украина, Харьков), [toshinho@rambler.ru](mailto:toshinho@rambler.ru)

#### «Эффект отождествления» в украинской электоральной практике

Исследование содержит анализ «эффекта отождествления» на электорально-статистическом материале отдельных локальных кейсов из

украинских парламентских выборов 2012 и 2014 годов. Предложена типология 6 базовых форматов отождествления в зависимости от уровня политических субъектов, между которыми происходит трансляция рейтинга. С помощью методов статистического анализа разработана модель исследований количественного измерения «эффекта отождествления» с представлением соответствующих расчетов для Харьковского регионального кейса.

**Ключевые слова:** эффект отождествления, электоральные системы, политические партии, количественные методы политического анализа, фантомное голосование, выборы.

\*\*\*

УДК 327(477)

**Бабка В. Л.**,  
асистент кафедри політології та права,  
Ніжинський державний університет  
ім. Миколи Гоголя (Україна, Ніжин),  
[bvoll@yandex.ua](mailto:bvoll@yandex.ua)

#### Політика пам'яті в перші роки незалежності України

*Розглянуті процеси державного будівництва та роль історичної пам'яті в перші роки незалежності України.*

Метою статті є вивчення основних напрямків здійснення політики пам'яті для реалізації завдань державотворення перших років незалежності. Це було здійснено на основі аналізу динаміки меморіальних акцій та наукової літератури, з використанням системного та порівняльного методів.

Інструментами політики пам'яті були національна пропаганда, зміна програми шкільної історичної освіти і творення нового меморіально-символічного простору.

Легітимізація ідеї незалежності в суспільній свідомості відбувалась шляхом формування символічного зв'язку з періодом козаччини та державністю Української народної республіки. При цьому зберігалась фактична правопосадженість інститутів влади від УРСР.

**Ключові слова:** політика пам'яті, історична пам'ять, історична освіта, державотворення.

Політика пам'яті є важливою складовою гуманітарної стратегії держави. Особливого значення вона набуває в перехідних суспільствах та молодих державах, де відбувається пошук основ національної ідентичності. Тому актуальності набуває вивчення цієї теми на матеріалі перших років незалежності України. Більше того, на сьогодні процес завершення переходу від тоталітарного до демократичного суспільства диктує необхідність винесення уроків з минулого досвіду політики пам'яті. Під політикою пам'яті розуміємо діяльність органів державної влади, партій, громадських організацій з управління суспільною пам'яттю шляхом конструювання, закріплення, усунення або повернення цілісної моделі пам'яті чи її окремих складових з метою формування суспільної свідомості та ідентичності; сукупність механізмів, процедур та форм взаємодії суб'єктів політичного процесу, спрямованих на управління колективною пам'яттю. Така політика втілюється через систему шкільної історичної освіти, відкриття місць пам'яті, проведення комеморативних церемоній, пропагування національних символів та героїв національної історії тощо.

Вивченню процесів розвитку історичної пам'яті в Україні та особливостей політики пам'яті присвячені розвідки В. Артюха, К. Баханова, В. Верстюка, О. Волянчук, В. В'ятровича, М. Гона, В. Гриневича, О. Зайцева, Л. Зашкільняка, А. Киридон, О. Майбороди, М. Рябчука, В. Середи, С. Трояна, Ф. Турченка та інших дослідників. Безпосередньо політику пам'яті в перші роки незалежності України досліджували І. Гирич, Я. Грицак, Ю. Зерній, Г. Касьянов, В. Кулик, В. Кравченко, А. Портнов, О. Толочко, Ю. Шаповал, Т. Шульга та ін. Попри