

Історико-політичні проблеми сучасного світу:
Збірник наукових статей. – Чернівці:
Чернівецький національний університет,
2019. – Т. 39. – С. 128-135
DOI: 10.31861/mhpi2019.39.128-135

Modern Historical and Political Issues:
Journal in Historical & Political Sciences. – Chernivtsi:
Chernivtsi National University,
2019. – Volume. 39. – pp. 128-135
DOI: 10.31861/mhpi2019.39.128-135

УДК: 316.4.324

© Андрій Конет¹

Аналіз досліджень сучасної електоральної поведінки в інформаційному політичному просторі

Автор аналізує нові моделі електоральної поведінки, які розробляють здебільшого західні вчені, зокрема: концепцію багатофакторної оцінки виборів, концепцію впливу виборців із змінними перевагами, концепцію електоральної поведінки на індивідуальному рівні, в якій є три типи виборчих голосів: «голос думки», «голос приналежності» та «голос змін» тощо. Наведені концепції – наукова рефлексія нових процесів, які відбуваються у соціальній і політичній конструкції держав з консолідованою демократією, у постіндустріальному, інформаційному суспільстві.

Інша ситуація у транзитивних політичних режимах, для яких більш адекватні наступні моделі: технологічна модель голосування виборців, модель голосування за політичний образ, модель раціонального голосування, модель національно-культурної ідентифікації тощо. Проаналізовані різні моделі і концепції дають підстави для висновку, що розмежування різних груп електорату за мотивами голосування є плідним підходом для стабільних соціумів, які позбавлені вибухових процесів, карколомних змін і переживають поступові еволюційні реформи, що відображаються у результатах голосування громадян. Натомість у перехідних політичних режимах електоральний вибір найбільш адекватно вказує на модель голосування за позитивний образ кандидата чи політичної партії.

Ключові слова: нові моделі електоральної поведінки, держави консолідованої демократії, транзитивні політичні режими.

Analysis of studies of modern electoral behavior in the information political space

The author analyzes new models of electoral behavior, developed mainly by Western scientists, in particular: the concept of multi-factor evaluation of elections, the concept of the impact of voters with changing preferences, the concept of electoral behavior at the individual level, where three types of electoral votes are distinguished: «voice of thought», «voice of belonging» and «voice of change» and the like. These concepts are a scientific reflection of the new processes that occur in the social and political structure of the states with a consolidated democracy, in a post-industrial, information society.

Another situation exists in transitive political regimes, for which the following models are more adequate: the technological model of voting, the model of voting for a political image, the model of rational voting, the model of national-cultural identification, and the like. Various models and concepts give grounds for the conclusion that the differentiation of the electorate groups based on voting is a fruitful approach for stable societies that are devoid of explosive processes, rapid changes and are undergoing gradual evolutionary reforms, which are displayed in the results of voting of the citizens. But in transitional political regimes, the electoral choice most adequately indicates the model of voting for a positive image of a candidate or political party.

Key words: new models of electoral behavior, states of consolidated democracy, transitive political regimes.

В останні десятиліття з'явилися порівняно нові моделі електоральної поведінки, які розробляють західні вчені. Серед них особливе місце займає концепція багатофакторної оцінки вибо-

¹ Аспірант кафедри політології та державного управління Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, Україна. E-mail: akonet@ukr.net; <https://orcid.org/0000-0003-2556-8594>.

рів. Її автори, політологи Наффілдського коледжу (США), вважають, що результати голосування електорату залежать від впливу безлічі факторів, що поряд із статистичними даними про результати виборів, в аналізі слід враховувати і роль поточної політики до виборів і особливо в період виборчої кампанії, відбір кандидатів, взаємозв'язок між партійною і виборчою кампаніями, розміщення у політичному полі партій – суб'єктів виборів. Концепція оцінки виборів на основі соціологічних опитувань фактично продовжує соціально-психологічний напрям досліджень електоральної поведінки вчених С. Ангуса, К.Е. Конверса, У. Міллера і Д. Стокса з Мічиганського університету (США)².

На результати політичних виборів розширює свій вплив і популярна концепція впливу виборців із змінними перевагами. Один з її авторів, польський дослідник Р. Хербут пише, що виборці зі змінними перевагами – це мобільні у соціальному і політичному відношенні громадяни. Зазвичай вони належать до середнього міського класу, а сільське населення голосує більш традиційно. Відсоток виборців зі змінними перевагами тут значно нижчий, ніж серед містян³. Прихильники концепції пояснюють підсумки виборів впливом голосів електорату з непостійними настроями, які в різних електоральних кампаніях віддають голоси за різні політичні сили.

Ця проблема актуальна в багатьох державах Європи. Виборці не мають чіткої, усталеної політичної орієнтації і роблять вибір в останній момент під впливом іноді абсолютно випадкових факторів. Їх чисельність за різними оцінками – 10-15%, що може рішуче вплинути на розміщення політичних сил після виборів і на стабільність певної політичної системи.

Передумови нестабільних виборчих кампаній бувають різні, в т.ч. це й зміст політичної інформації, який виборці змушені сприймати. Існує певна закономірність: чим різноманітніша інформація, тим вища вірогідність зміни політичних переваг виборців. Більшість дослідників вважають, що на рішення виборців впливають в основному: соціально-політична й економічна ситуація в державі; можливість самореалізації в електоральному процесі.

У межах цієї концепції вчені аналізують і проблему причин зміни електоральних переваг. Вони наголошують, що до мобільних у політичних симпатіях виборців належать ті, хто раніше взагалі не цікавився політикою і не виявляв будь-якої ініціативи щодо отримання потрібної інформації про електоральний процес. Політична активність раніше індивідуальних громадян виникає під впливом усвідомлення ними економічних інтересів. Соціальна рухливість цих громадян веде до того, що їх економічні інтереси змінюються, а далі змінюються й політичні інтереси таких «непостійних» виборців.

Дослідники електоральної поведінки вважають, що сучасні виборці у консолідованих демократіях більш підготовлені і самостійні, мають високий рівень освіти, доступ до різних джерел інформації. У них відбувається зсув до індивідуальної оцінки інформації, до «голосу думки» (vote of opinion). А «голоси приналежності» (vote of belonging) відходять на другий план. А. Парізі та Г. Пасквіно створили концепцію електоральної поведінки на індивідуальному рівні, в якій є три типи виборчих голосів: «голос думки», «голос приналежності» та «голос змін» (vote of exchange).

«Голос думки» – тип голосування виборця на підставі аналізу насиченої пропозиції на політичному ринку, яку формують численні партії. Це демонструє здебільшого середній клас і, частково, робітники, зайняті у важкій промисловості. Він пов'язаний з комунікаційними та організаційними утвореннями, які єднають виборця з «політичним товаром». У цьому процесі відіграють роль два фактори: а) мас-медійний ресурс як канал політичної інформації, що задає межі даних, необхідних для прийняття політичного рішення; б) освітній ресурс, який стимулює електорат одержати більше інформації і прийняти самостійне, усвідомлене рішення. Так формується орієнтація на «голос думки», на електоральну поведінку, на високий ступінь невпевненості у підсумках виборів. «Тип голосу» формує широку і відкриту конкуренцію; залежність партій від зміни громадської думки; нестабільність і змінність виборчої поведінки, що значно

² Angus C., Converse Ph., Miller W., Stokes D. (1960). *The American Voter* N.Y.: John Wiley & Sons. 576 p.

³ Herbut R. (1996). *Systemy partyj new Europie Zachodniej – ciaglosc i zmiana: studium porownawcze*. Wroclaw: Wyd. UWr., *Politologia XXI*. P. 249.

ускладнює залежність даного «типу голосу» від різних консультацій (регіональних чи національних)⁴.

Перевага «голосу думки» – симптом росту важливості політичних проблем для прийняття рішення індивідуальним виборцем. Д. Фарле та І. Бадж називають це явище раціональним вибором (rational choice), тобто виборець оцінює здобутки й витрати, пов'язані з його лінією поведінки. Якщо баланс позитивний, то він приймає рішення⁵. Науковці визначили і конкретні проблеми, важливі для електоральних кампаній у 14 тематичних групах: раціональне сприйняття правлячої партії – ефективність управління, стабільність економіки, рівень корупції тощо; особисті якості кандидатів; соціальний розподіл національного доходу згідно курсу держави добробуту (Австрія і скандинавські країни). Інші 10 політичних проблем були важливими у 8-20% досліджуваних виборів. Так, проблема суспільного устрою і громадського порядку у ФРН та Франції (3 з 7 виборчих кампаній), конституційна реформа у Бельгії (аналіз 6 з 10 виборчих кампаній)⁶.

Певні політичні проблеми у дискурсі партій впливають на ріст голосів виборців, що орієнтуються на «голос думки». Так, партії лівоцентристського спрямування для електоральних переваг акцентують увагу на соціально-економічних проблемах. Партії ліберального і консервативного спрямування більше наголошують на проблемах суспільного ладу, громадського порядку, релігійних і моральних проблемах, на питаннях зменшення державного регулювання економічними і політичними процесами. У разі розумного акценту на важливих політичних проблемах політичні сили можуть розраховувати на нарощування свого рейтингу до 10-12% голосів. Майже 30-50% голосів електорату розігруються через дію інших факторів.

«Голос приналежності» (vote of belonging) стосується протилежної природи голосування й уособлює тяглисть волевиявлення у залежності від місця у соціальній структурі. Даний тип виборчої поведінки підтверджує вирішальне значення суб'єктивної ідентифікації виборця з певною політичною силою, яка має тривалий зв'язок із соціальною групою, до якої належить виборець. «Голос приналежності» – підсумок поєднання соціальної і партійної ідентифікації виборців. Він зумовлений не ретельним аналізом програми партії, а груповою ідентифікацією. Такий голос пов'язаний із соціальною базою виборця. Вкажемо, що італійські фермери представляють тип католицької приналежності і є прибічниками християнських демократів, а робітники підтримують в основному ліві партії. Р. Кац зазначає, що «голос приналежності» пов'язаний з партійною орієнтацією виборця. У дуже вузькому вигляді він відображає зміни у політичному середовищі (події на політичній арені), результати індивідуальних виборчих комунікацій⁷.

П. Конверс вживає поняття «нормальний голос» (normal vote), тобто постійний зв'язок більшості виборців з певними партіями⁸. Ця концепція ґрунтується на гіпотезі про певну сталу партійну ідентифікацію серед основної маси електорату. Тобто, у провідних політичних сил є електоральне ядро, яке голосує за них з великою вірогідністю за будь-яких умов.

«Голос змін» (vote of exchange) не просте вираження думки щодо політичної програми чи підтвердження групової належності, зв'язок виборця з тими, кого обирають – певною політичною силою. Адже такий політичний актор може реагувати на очікування електорату. «Голос змін» – це щось на зразок торгів, спрямованих на забезпечення певних потреб чи на зміцнення певних інтересів виборців. Причому в даному випадку на відміну від «голосу думки» зв'язок між рішенням виборця і задоволенням інтересів є миттєвим і персоніфікованим. Це рішення зумовлене безпосереднім, особистим контактом між електоратом і політичними акторами. Електорат голосує за певну політичну силу, тому що сподівається, що саме вона принесе йому максимальну користь. «Голос змін» властивий тій частині суспільства, яка перебуває поза політичною системою чи на її узбіччі. Якщо цей тип голосів не може знайти своє безпосереднє вира-

⁴ Parizi A., Pasguino G. (1980). Changes in Italian Electoral Behavior: The Relationships between Parties and Voters / Italy in Transition / ed. by P. Lahge, S. Tarrow. Frank Cass. P. 14-15.

⁵ Budge I., Farlie D. (1983). Explaining and Predicting Elections, Issue Effect and Party Strategies in 23 Democracies. London: Allen and Urwin. P. 7.

⁶ Ibid. P. 34-37.

⁷ Katz R. (1985). Preference Voting in Italy: Votes of Opinion, Belonging and Exchange. *Comparative Political Studies*. Vol. 17. P. 236.

⁸ Converse P. (1986). The Concept of a Normal Vote / Elections and the Political Order / ed. by A. Campbell, P. Converse, W. Miller, D. Stokes. New York: Wiley. P. 216.

ження у взаєминах двох зацікавлених сторін, то він, як правило, трансформується у «голос протесту».

Підкреслимо, що наведені концепти – наукова рефлексія нових процесів, які відбуваються у соціальній і політичній конструкції держав з консолідованою демократією, у постіндустріальному, інформаційному суспільстві. Поділ різних груп електорату за мотивами голосування – плідотворний підхід для стабільних соціумів, що позбавлені вибухових процесів, карколомних змін та переживають розважливі еволюційні реформи, які поступово відображають громадяни під час голосування.

Інша ситуація у транзитивних політичних режимах. Для них більш-менш адекватні кілька наступних моделей. Серед них – технологічна модель голосування виборців. Деякі політологи РФ (Г. Павловський, С. Кара-Мурза, М. Кошелюк) і України (Д. Видрін) висловлюють думку, що підступні маніпулятивні виборчі технології, які зовсім необов'язково мають узгоджуватися з законами держави та суспільною мораллю, приносять успіх їх реалізаторам у будь-якому випадку і за будь-яку ціну. В інформаційному суспільстві на зміну партіям як суб'єктам політичної боротьби приходять малі групи професіоналів (політичні технологи), які здатні гнучко реагувати на політичну кон'юнктуру, оперативно впливати на свідомість виборців.

Змінюється якість партій – на зміну звичним «стаціонарним» партіям приходять тимчасові громадські об'єднання, створені винятково з метою вирішення вузьких політичних завдань (здобути перемогу на виборах). Вчені вказують на появу партій принципово нового типу – «технологічних» партій, певних «електоральних машин», діяльність яких ґрунтується в основному на маркетингових технологіях, що інтенсивно розвиваються передусім на Заході та набувають розмаху і в державах пострадянського простору.

Проте, є підстави стверджувати, що не слід перебільшувати масштаб дії цієї концепції. Більшість провідних дослідників одностайно вважають, що межа короткотермінової маніпулятивної мобілізації електорату під час виборчої кампанії становить 10-20% громадян з правом голосу. Тут доцільно згадати відомий вислів американського президента Авраама Лінкольна про те, що можна достатньо довго дурияти небагатьох людей, можна недовго дурияти багатьох, але не можна завжди дурияти всіх. Звичайно, це зауваження має сенс лише за умов демократичного режиму. Звідси можна зробити висновок, що лише демократія з конкурентними виборами може дати розгорнуті уявлення про особливості політичної (електоральної) психології громадян, (не) можливість маніпулювання їх свідомістю.

У межах інституціональної парадигми вивчається вплив електоральних систем на виборчий процес і електоральну поведінку громадян, аналізується електоральна формула (перетворення голосів виборців у мандати), тип виборчої системи, механізм вотування, структура балотування, легальний і дійсний електоральний порогови тощо. Основний зміст транзитологічної парадигми – вивчення впливу виборчих систем на трансформаційні процеси в суспільстві. Дослідження проводяться здебільшого у державах, в яких відбувається перехід до демократичного суспільства.

Водночас наголосимо, що в політичній науці існують і інші моделі електоральної поведінки. Так, політологи Е. Малкін та Е. Сучков у праці «Основи виборчих технологій. Стратегія» запропонували досить цікаву модель голосування за політичний образ⁹. Критикуючи соціально-економічну модель, за якою все більше виборців голосують, виходячи з економічних інтересів, вони пишуть, що: по-перше, є невизначеність поняття «інтерес» певного соціального прошарку; по-друге, завжди є розрив між короткими і довготривалими інтересами виборців, і незрозуміло, до яких з них апелювати насамперед. Більше того, люди далеко не завжди правильно розуміють свої власні інтереси. Часто неможливо, залишаючись у межах класичного варіанту соціально-економічної моделі, описати чи передбачити конкретну поведінку виборців на тому чи іншому етапі електоральної кампанії.

Зрештою, Е. Малкін і Е. Сучков доходять висновку, що через соціально-економічну модель можна передбачити поведінку виборців лише зі сформованою системою політичних поглядів, але вона практично не спрацьовує у випадку нестійких переваг виборців. Науковці пропонують нову модель електоральної поведінки голосування за позитивний образ, яка, на їх думку, точно

⁹ Малкин Е., Сучков Е. (2002). Основы избирательных технологий. Стратегия. 3-е изд., расшир. и доп. М.: Русская панорама. 464 с.

описує механізм прийняття рішень росіянами за результатами загальних федеральних виборів 1993, 1995 і 1996 рр.

Більшість виборців, голосуючи за даною моделлю, керуються певними «ідеалами» із сфери соціальної психології. Науковці вивели два позитивних ідеали: спосіб життя, знайомий виборцю (цінності, пов'язані з різними способами життя – «як раніше», «як тепер», «як на Заході»); позитивний образ кандидата («найрозумніший», «найчесніший», «найсильніший»). Вони пишуть, що «позитивний образ» не раціональна конструкція, а певний міф, артефакт, створюваний в уяві виборців ЗМІ. Він спрацьовує при отриманні голосів, якщо «зачепиться» за стереотипи, «ідеали» масової свідомості. Різні групи виборців ці стереотипи розділяють: для одних важлива політична належність кандидата, на других – його особисті якості¹⁰.

Принципово, що рішення у більшості випадків приймається не стільки на раціональному рівні (порівняння програм, аналіз особистості), скільки на рівні рефлексів. Політична позиція партії чи кандидата лише тоді отримує підтримку виборців, коли зможе опертися на ті чи інші стереотипи масової свідомості, які можуть бути напрацьовані лише в результаті життєвого досвіду людей. Тому, на думку згаданих авторів, у пострадянських державах – перспективи на виборах мають всього три позиції: позиція комуністів – співвідноситься зі стереотипами способу життя 50-х – середини 80-х рр. (для ортодоксів – зі стереотипами сталінської епохи); позиція партій, що уособлюють чинну владу – сучасний спосіб життя; позиція західників-лібералів – співвідноситься зі стереотипами західного способу життя¹¹.

Будь-яка інша політична позиція, переконують ці автори, відмінна від перерахованих, голосів не одержить: у виборців просто відсутні інші стереотипи. Набір реально «працюючих» на виборах політичних позицій, на їх думку, жорстко обмежений і пов'язаний зі зрозумілими для виборців способами життя. Використовуючи модель позитивного образу, Е. Малкін і Е. Сучков виділяють стійкі групи активних (тобто голосуючих) виборців:

– «ліві» – близько 30% виборців, що голосують за минулий спосіб життя і пов'язані з ним цінності, захищеність від соціальних потрясінь і усвідомлення себе громадянами великої держави;

– прихильники «сильної особистості» – близько 20-22% виборців, що бажають «сильної влади», здатної захистити їх від усіх життєвих негараздів. Вони орієнтовані на людину, а не на ідею і будуть завзято голосувати за найбільш вольового та рішучого лідера;

– прихильники «чудотворців» – до 12% виборців, що голосують за кандидатів, які мають в активі певну яскраву і конкретну справу, «чудо» («500 днів» Явлінського, діяльність Лужкова в Москві). При цьому мова йде не про те, що реально зробили ці політики, а про уявлення виборця;

– прихильники «партії влади» – близько 10% виборців, яким подобається існуючий спосіб життя. Ця категорія електорату прямо пов'язана з позитивним образом лідера, який очолює дану владу. Нестабільність влади і нездатність провладного лідера створити позитивний особистий образ може привести до розколу і розпаду цієї групи, і переходу на бік кандидатів, що асоціюються у виборців з діючою владою;

– «ліберали» – до 5% виборців, що голосують навіть не за «західний спосіб» життя, а за уяву про нього, яка складалася в інтелігентському середовищі, починаючи з 60-х рр.;

– «рухливі» – близько 15% виборців, схильних голосувати, виходячи, зазвичай, з досить випадкових мотивів і змінювати свої настрої. «Рухливість» виявляється найперше у виборців, які орієнтуються на певну особистість;

– «проти всіх» – до 5% виборців, що голосують на виборах проти всіх, але все ж таки голосують¹².

Запропонована Е. Малкіним і Е. Сучковим структуризація електорату в межах моделі позитивного образу дозволяє описувати результати минулих виборів та з досить високою точністю прогнозувати результати майбутніх виборів, при мінімальному соціологічному забезпеченні. Але прогноз може бути жорстким і незручним. Адже у цій моделі практично зникає поняття «політичний центр», ліберали переходять на межу виживання. Модель голосування за політич-

¹⁰ Малкін Е., Сучков Е. (2002). Вказ. пр. С. 117.

¹¹ Там само. С. 173.

¹² Там само. С. 347.

ний образ у своїй концептуальній основі найбільш прийнятна для транзитивних суспільств, в яких індивіди не мають сталих політичних поглядів, а лише свій життєвий досвід, що зумовлює існування низки стереотипів у свідомості – основи їх електорального вибору. Проте, навряд чи слід відкидати модель раціонального голосування, адже вона по-своєму описує політичну виборчу реальність і дозволяє зрозуміти додаткові мотивації електорату у визначенні позиції під час виборчої кампанії. Питання полягає у масштабі дії тієї чи іншої моделі. В цьому контексті більш переконливою виглядає розглянута концепція Е. Малкіна і Е. Сучкова.

Право на існування має ще одна модель електоральної поведінки – модель національно-культурної ідентифікації. Ця конструкція особливо актуальна для націй, які ще не повністю сформувалися. Сучасну Україну за критерієм національно-культурної ідентифікації умовно можна розподілити на український Захід та малоросійський Схід. Виборці Заходу характеризуються більш розвинутою національною, демократичною і громадянською свідомістю, геополітичною орієнтацією на західний світ.

Малоросійський Схід має здебільшого дуалістичну культуру і своєрідний біпатризм, за яким все українське розглядається як щось вторинне, похідне від російського, та в геополітичному плані орієнтується на Росію. Електоральна орієнтація східноукраїнських виборців базується головним чином на радянській культурній спадщині й ідентичності. На їх погляд, вся територія України – своєрідна перехідна зона, де український полюс поступово втрачає свій вплив, а малоросійський полюс його посилює.

Реалії свідчать про більшу диференціацію українського електорату. За версією М. Рябчука, Україна «є щонайменше трінаціональною спільнотою», а саме: українці як члени української політичної нації, об'єднані не за походженням, а за ставленням до української мови та культури і визнанням української ідентичності; росіяни (не обов'язково етнічні), що ідентифікують себе з Росією, з російською нацією (чи її імперським субститутом – «радянським народом»); «малороси» («хохли») як етнічний субстрат, що перебуває в стані «тутешніх» («одесіти», «кієвляне», «донбасци»), тобто спільнотою, яка ще не пройшла «доби націоналізму»¹³.

Вибори до ВР України 2014 р. показали, що російськомовність не означає політичної проросійськості. А соціологічні дослідження, проведені у 1994 і 1996 рр., засвідчили, що найрадикальніші антиукраїнські позиції властиві не тим, хто ідентифікує себе як «росіяни», а тим етнічним росіянам (зрусифікованим українцям), які визначили свою національно-культурну ідентичність як «радянську»¹⁴. Це пояснює, чому в Україні політичні сили, що стоять на позиціях російського шовінізму (саме шовінізму, а не націоналізму, як відголоску радянської епохи) не мають успіху на виборах. Так, за межами Партії регіонів і КПУ «російська ідея», як основа світогляду «радянської людини», в більш радикальній версії в Україні не має підтримки.

Харківська дослідниця Т. Журженко стверджує, що не «національну ідею» відкидають східні українці, а її антиросійський зміст. І заважають їм не психологічні комплекси залежності й неповноцінності, а радше спільна радянська історія з її сподіваннями і провалами, перемогами й злочинами; історія, в якій українці були не лише жертвами нав'язаного їм зовні режиму, а й активними діячами¹⁵. Різниця між східним і західним українським електоратом у тому, що на Сході виборці просто не обтяжують себе мовними й іншими проблемами національної ідентичності. Їх позиція зумовлена суто соціальними інтересами. Вони вже не сподіваються, що незалежність сама по собі може принести їм розв'язання всіх головних проблем. Але це не означає, що на Сході України виборці відкидають Українську державність, просто вони намагаються знайти власний шлях задоволення матеріальних проблем, який зовсім не обов'язково пов'язується з державним піклуванням.

Тож дана модель національно-культурної ідентифікації схожа з класичною геодемографічною моделлю французького вченого А. Зігфріда про форми й інтенсивність участі в політиці, що істотно залежать від регіону проживання (специфіки історії, системи управління, місця розташування, клімату) і від статі й віку індивіда-виборця. Модель оснований на ролі традицій, як

¹³ Рябчук М. Від «Малоросії» до «Індоевропи»: українські авто стереотипи. URL: <http://exlibris.org.ua/riabchuk/z11.html>.

¹⁴ Победа Н. (2003). Моделі української ідентичності. Доповідь на конференції українських випускників програм наукового стажування в США, Львів, 18-21 вересня 2003 р. URL: <http://www.kennan.kiev.ua>.

¹⁵ Журженко Т. (2003). Міф про дві України. *Сучасність*. № 4. С. 25.

домінуючого фактору електоральної поведінки на певних територіях. Вона розвинута в «екологічній школі» учня А. Зігфріда – Ф. Гогеля та в працях М. Догана¹⁶. Втім, під впливом емпіричних досліджень 50-60-х рр. ХХ ст. навіть її прихильники поступово змінили акцент з географічного та демографічного факторів на соціокультурні фактори. Пояснення геодемографічної моделі суттєво залежать від стабільності традиційних структур суспільства, характеру відтворення базових цінностей і способів життя, властивих населенню певного регіону.

Отже, проаналізовані різні моделі і концепції дають підстави для висновку, що розмежування різних груп електорату за мотивами голосування є плідним підходом для стабільних соціумів, які позбавлені вибухових процесів, карколомних змін і переживають поступові еволюційні реформи, що відображаються у голосуванні громадян. Інша ситуація спостерігається у перехідних політичних режимах, де електоральний вибір найбільш адекватно вказує на модель голосування за позитивний образ, яка свідчить, що при голосуванні більшість виборців керується певними «ідеалами» – способом життя («як раніше», «як тепер», «як на Заході») та позитивним образом кандидата. «Позитивний образ» – це певний міф, який створюється в уявленні виборців засобами виборчої кампанії. Для української нації, яка ще до кінця не сформована, найбільш актуальна модель національно-культурної ідентифікації, в якій основним мотивом голосування різних сегментів електорату є національно-культурна ідентифікація.

Список джерел

1. Журженко Т. (2003). Міф про дві України. *Сучасність*. № 4. С. 23-28.
2. Малкин Е., Сучков Е. (2002). Основы избирательных технологий. Стратегия. 3-е изд., расшир. и доп. М.: Русская панорама. 464 с.
3. Победа Н. (2003). Модели української ідентичності. Доповідь на конференції українських випускників програм наукового стажування в США, Львів, 18-21 вересня 2003 р. URL: <http://www.kennan.kiev.ua>.
4. Рябчук М. Від «Малоросії» до «Індоевропи»: українські авто стереотипи. URL: <http://exlibris.org.ua/riabchuk/z11.html>.
5. Angus C., Converse Ph., Miller W., Stokes D. (1960). *The American Voter*. N.Y.: John Wiley & Sons. 576 p.
6. Budge I., Farlie D. (1983). *Explaining and Predicting Elections, Issue Effect and Party Strategies in 23 Democracies*. London: Allen and Urwin. 255 p.
7. Converse P. (1986). *The Concept of a Normal Vote / Elections and the Political Order* / ed. by A. Campbell, P. Converse, W. Miller, D. Stokes. New York: Wiley. P. 221-247.
8. Dogan M. (1967). *Political Cleavage and Social Stratification in France and Italy. Party Systems and Voter Alignments* / ed. by S. M. Lipset, S. Rokkan (eds). New York: The Free Press. P. 129-197.
9. Herbut R. (1996). *Systemy partyj new Europie Zachodniej – ciaglosc i zmiana: studium porownawcze*. Wroclaw : Wyd. UW., *Politologia XXI*. 347 p.
10. Katz R.S. (1985). *Preference Voting in Italy: Votes of Opinion, Belonging and Exchange*. *Comparative Political Studies*. Vol. 17. P. 233-256.
11. Parizi A., Pasguino G. (1980). *Changes in Italian Electoral Behavior: The Relationships between Parties and Voters / Italy in Transition* / ed. by P. Lahge, S. Tarrow. Frank Cass. P. 3-47.

References

1. Zhurzhenko T. (2003). Mif pro dvi Ukrainy. *Suchasnist*. № 4. S. 23-28.
2. Malkin E., Suchkov E. (2002). *Osnovy izbiratelnyih tehnologiy. Strategiya*. 3-e izd., rasshir. i dop. M.: Russkaya panorama. 464 s.
3. Pobieda N. (2003). *Modeli ukrainskoi identychnosti. Dopovid na konferentsii ukrainskykh vypusknnykiv prohram naukovooho stazhuvannia v SShA, Lviv, 18-21 veresnia 2003 r.* URL: <http://www.kennan.kiev.ua>.
4. Riabchuk M. Vid «Malorosii» do «Indoievropy»: ukrainski avto stereotypy. URL: <http://exlibris.org.ua/riabchuk/z11.html>.

¹⁶Dogan M. (1967). *Political Cleavage and Social Stratification in France and Italy. Party Systems and Voter Alignments* / ed. by S. M. Lipset, S. Rokkan (eds). New York : The Free Press. P. 129-197.

5. Angus C., Converse Ph., Miller W., Stokes D. (1960). *The American Voter* N.Y.: John Wiley & Sons. 576 p.
6. Budge I., Farlie D. (1983). *Explaining and Predicting Elections, Issue Effect and Party Strategies in 23 Democracies*. London: Allen and Urwin. 255 p.
7. Converse P. (1986). *The Concept of a Normal Vote / Elections and the Political Order / ed. by A. Campbell, P. Converse, W. Miller, D. Stokes*. New York: Wiley. P. 221-247.
8. Dogan M. (1967). *Political Cleavage and Social Stratification in France and Italy. Party Systems and Voter Alignments / ed. by S. M. Lipset, S. Rokkan (eds)*. New York: The Free Press. P. 129-197.
9. Herbut R. (1996). *Systemy partyj new Europie Zachodniej – ciaglosc i zmiana: studium porownawcze*. Wroclaw : Wyd. UW., *Politologia XXI*. 347 p. R.S. (1985). *Preference Voting in Italy: Votes of Opinion, Belonging and Exchange. Comparative Political Studies*. Vol. 17. P. 233-256.
10. Katz R.S. (1985). *Preference Voting in Italy: Votes of Opinion, Belonging and Exchange. Comparative Political Studies*. Vol. 17. P. 233-256.
11. Parizi A., Pasguino G. (1980). *Changes in Italian Electoral Behavior: The Relationships between Parties and Voters / Italy in Transition / ed. by P. Lahge, S. Tarrow*. Frank Cass. P. 3-47.