

ПОЛІТОЛОГІЯ

УДК 324:321.74

DOI: <https://doi.org/10.21564/2663-5704.51.242012>

Поліщук Ігор Олексійович, доктор політичних наук, професор,
професор кафедри соціології та політології, Національний юридичний
університет імені Ярослава Мудрого, м. Харків, Україна
e-mail: i_polischuk@ukr.net
ORCID ID: 0000-0001-6864-4425

ЕЛЕКТОРАЛЬНА ПОЛІТОЛОГІЯ: ВІД ПОЯВИ ДО АВТОНОМІЗАЦІЇ

У статті розглядається розвиток електоральної політології як нового напрямку української політичної науки. Зазначається, що у зв'язку з демократизацією пострадянських політичних режимів виникла об'єктивна потреба проведення електоральних досліджень, які мали б пояснити особливості поведінки виборців і перспективи застосування виборчих технологій. Показано витоки електоральних досліджень в американській політичній науці (П. Лазарсфельд, Б. Берельсон, Г. Годя, Е. Кац) та їх перспективи в контексті можливої автономізації в українській політичній науці. Виділено внесок конкретних іноземних і вітчизняних учених у розвиток електоральної політології. Робиться висновок, що в Україні електоральна політологія як науковий дискурс виник в останньому десятилітті ХХ ст. майже «з нуля» і натепер сформувався як автономна галузь вітчизняної політичної науки.

Ключові слова: демократизація, електоральна політологія, Україна, політична наука.

Постановка проблеми. У зв'язку з демократизацією політичних режимів на пострадянському просторі виникла об'єктивна потреба проведення електоральних досліджень, які мали б пояснити особливості поведінки виборців, перспективи застосування виборчих технологій за умов здійснення політич-

ного транзиту, спрогнозувати результати і можливі наслідки виборчих кампаній тощо. На початку 1990-х рр. Україна, як й інші колишні радянські республіки, робила лише перші кроки на шляху впровадження нових конкурентних практик в електоральному процесі. Звідси предметне «поле» електоральної політології як наукового дискурсу, що акумулює рефлексію демократичних процедур, в Україні виникло в останньому десятилітті ХХ ст. майже «з нуля» і, на відміну від сформованих галузей соціального знання, не зазнавало помітного тиску з боку академічного середовища. З-поміж іншого ця обставина полегшила орієнтацію певного кола фахівців на міжнародні наукові стандарти й інтеграцію частини з них у різні дослідницькі мережі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як дослідницький напрям електоральна політологія є доволі молодою наукою. Даний напрям був започаткований у першій половині ХХ ст. у США, де активно розвивався комерційний маркетинг. Політичний маркетинг первісно був «дочірнім» напрямом свого комерційного аналога. Як сучасна система управління електоральними кампаніями виник у контексті становлення політичних комунікацій у Сполучених Штатах Америки в ХХ ст. на основі широкого залучення засобів масової інформації, інтенсивного вивчення й оприлюднення результатів опитування громадської думки, широкого використання політичної реклами. Витоки електоральної політології ми знаходимо у працях П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Г. Гола, Е. Каца та інших американських політологів. Електоральна політологія робить перші кроки в Україні, на цей час навчальна дисципліна «Електоральна політологія» як обов'язкова викладається в Київському національному університеті імені Т. Г. Шевченка для політологів.

Формулювання цілей. Виходячи із зазначеного, *мета статті* полягає в тому, щоби показати витоки й основні віхи розвитку електоральної політології у вітчизняній політичній науці та окреслити її перспективи.

Виклад основного матеріалу. У 1940 р. американський політолог П. Лазарсфельд здійснив одне з перших розгорнутих досліджень чинників, що впливають на електоральний вибір громадян. У центрі його уваги була проблема впливу засобів масової інформації (насамперед радіо і телебачення) на електоральну поведінку американців. У підсумку були виявлені цікаві закономірності сприйняття населенням ЗМІ. П. Лазарсфельд відкрив закон селективності сприйняття виборцями засобів масової комунікації. Його суть у тому, що середній виборець приділяє увагу тільки тим інформаційним матеріалам, які відповідають його первісним політичним поглядам. Також було встановлено, що люди, які є членами однієї соціальної групи, голосують майже завжди ідентично. Крім того, П. Лазарсфельд відкрив закон «лідерів думок». Його зміст полягає в тому, що масовий виборець сприймає політичну інформацію набагато краще, якщо вона розповсюджується не просто конкретними ЗМІ,

а її джерелом виступає популярна особистість – так званий «лідер думок». Тож саме «лідери думок» стають вельми привабливими для політичних акторів ретрансляторами необхідної політичної пропаганди, причому як прямої, так і непрямої. На базі закону «лідерів думок» виникає ціла концепція «двоетапної комунікації», першоавторство якої належить П. Лазарсфельду та його однодумцям Б. Берельсону, Г. Годе та Е. Кацу [1, с. 34].

У 50-ті рр. ХХ ст. маркетингова теорія і практика в сучасному розумінні доволі широко ввійшли в американську політику. Д. Ейзенхауер першим із політиків зрозумів необхідність підвищення ефективності проведення виборчої кампанії за допомогою залучення фахівців-маркетологів для розробки стратегії і тактики боротьби на виборах. Піонером у даному процесі виступив комерційний маркетолог Росер Рівз. Цей фахівець застосував регіональну сегментацію американського електорату і, виходячи із цього, розробив ефективну комунікативну стратегію, яка базувалася на принципі диференціації для кожного штату. Були вироблені окремі рекламні ролики для різних штатів на базі врахування особливостей їх політичних субкультур. Уперше був використаний принцип позиціонування за аналогією з принципом унікальної пропозиції в комерційному маркетингу. Дещо пізніше, у 1960-ті рр., інший американець Джозеф Клапер виокремив систему факторів-посередників, які визначають ефект масової комунікації. До них належать: готовність виборця сприйняти необхідну інформацію, міжособистісний характер розповсюдження інформації, належність людини до соціальної групи з її нормами, вплив лідерів думок на розповсюдження й оцінку інформації. Ці фактори спричиняють повноту засвоєння конкретним індивідом політичної інформації.

Початкову дефініцію категорії «виборчі технології» заклали західні політологи, а потім дане поняття активно експлуатують і вивчають російські та українські фахівці з політичної науки. Первісну теоретичну розробку поняття «виборчі технології» знаходимо в працях представників західної політичної науки, серед яких: Ф. Арфін, С. Блек, Л. Босток, Є. Вятр, С. Гантінгтон, Д. Герген, Л. Гонсалес, Р. Даль, Д. Доті, Д. Істон, М. Кроз'є, Х. Маккей, Дж. Мілль, Дж. Наполітан, Дж. Сарторі, Ж. Сегела, Ф. Сіетел, Х. Томас, Р. Хейвуд. З них можна скласти загальне уявлення про розуміння сутності виборчих технологій та їх місце в структурі демократичних соціально-політичних відносин [2, с. 684–685].

Синонімом до виборчих технологій є методи соціально-психологічного впливу на електорат. У руслі цієї теми дослідження проводили такі вчені, як В. Бебик, М. Варій, Д. Видрін, М. Головатий, Є. Доценко, В. Королько, О. Покальчук, В. Полторака, Г. Почепцов, А. Пойченко, М. Томенко (здебільшого в їх роботах проводився розгляд психологічних аспектів впливу) [3–5]. Безпосередньо психологічно-маніпуляційним технологіям у виборчій кампанії

присвячують свої праці переважно зарубіжні дослідники – С. Кара-Мурза, С. Московичі, В. Паретто, С. Фаєр, А. Цуладзе та ін.

Роль і значення політичних технологій, політичного маніпулювання, впливу політичної реклами досліджуються вже протягом тривалого часу [6, с. 422; 7, с. 20–27]. Західні дослідники (Е. Семпсон, М. Спілмен, Р. Фішер) звертають увагу переважно на методи побудови позитивного іміджу. Проблемою вивчення і дослідження політичної символіки прямо або опосередковано займалися зарубіжні та вітчизняні вчені, серед яких: Н. Грибакіна, Л. Кочубей, О. Лосєв, І. Сварник, А. Шиверських та ін.

Виборчі технології в електоральному процесі транзитивних суспільств вивчають такі вітчизняні вчені: Н. Аржанов, О. Балакірева, А. Балашова, С. Баліков, Б. Бахтєєв, А. Біденко, О. Валєвський, М. Варій, О. Винников, П. Зайцевський, В. Галиновський, С. Галушко, В. Головченко, Г. Грачов, В. Гречанінов, А. Джабасов, Т. Джига, В. Дубицька, Д. Дуцик, І. Жданов, П. Жук, О. Заярна, А. Зінченко, Ф. Льясов, З. Карпенко, О. Кордун, Н. Костенко, П. Кралюк, Ю. Краснокутська, М. Кузьменкова, Є. Кулєшова, А. Купцов, А. Куртов, Л. Леонтєва, В. Лисенко, О. Литвиненко, Н. Лігачова, В. Лісничий, Ю. Літвінова, В. Луговська, А. Максимов, Р. Марутян, О. Мех, О. Назаренко, Д. Наріжний, А. Новокрещенов, Л. Новохатько, Р. Павленко, В. Парсяк, О. Петров, М. Побокін, Ю. Сурмін, М. Тарарухіна, Л. Чорний, Ю. Яновська та ін.

Без перебільшення піонером у розробці комплексу проблем вітчизняної електоральної політології виступив Валерій Михайлович Бебик. Його робота «Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматись на політичному Олімпі (Соціопсихологія і технологія політичної боротьби)» (Київ, 1993) [3] по праву вважається засадничою в даному класі досліджень. Цінність даної праці полягає в тому, що автор уперше значну увагу приділяє особливостям національної ментальності та політичної (фактично електоральної) культури українських виборців і фактично започатковує в Україні напрям електоральної політології.

Великий внесок в інституалізацію згаданого дослідницького напрямку не лише в українській, а й у російській політології зробив Г. Г. Почепцов. Серед його численних робіт виділимо такі: «Професія іміджмейкер» (Київ, 1998), «Іміджелогія: теорія і практика» (Київ, 1998), «Інформаційні війни» (Київ, 2000), «Психологічні війни» (Київ, 2000), «Комунікативні технології двадцятого століття» (Москва, 2002), «Паблік рилейшнз, або Як успішно управляти громадською думкою» (Москва, 2003), «Пропаганда і контрпропаганда» (Москва, 2004), «Інформаційна політика» (Київ, 2006) та ін. Використовуючи великий фактологічний матеріал, спираючись на багатий досвід західних демократій, професор Г. Г. Почепцов робить теоретичні узагальнення і пропонує ідеї щодо модернізації іміджевих стратегій та оптимізації загалом стратегій виборчих кампаній.

Поступово електоральний процес опиняється в центрі уваги українських і російських політологів. Деякі вчені запропонували суто універсалістський підхід (технологізм) до вивчення електорального процесу на пострадянському просторі, безапеляційно приміряючи західні теорії та технології на виборчу практику колишніх радянських республік. Подібний підхід знаходимо в роботах російських учених О. Кудінова, С. Лисовського, В. Євстаф'єва, М. Гришина, Т. Грінберг і їх українських колег О. Ложкіна, С. Новікова, М. Побокіна та ін.

Певний теоретичний прорив від беззастережного «технологізму» до обов'язкового врахування національного політико-культурного фактора у виборчих кампаніях перехідних суспільств здійснюється в роботах таких українських учених: Л. Кочубей, Д. Наріжного, В. Небоженка, В. Полторака, М. Примуша, Г. Фесун, В. Фісанова, О. Чемшита та ін. [8; 9].

Нарешті розвиток компаративних електоральних досліджень, який спостерігається останнім часом (флагманом цього процесу виступають політологічні кафедри Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, зокрема такі вчені, як Ю. Макар, В. Бурдяк, Н. Ротар, О. Колесніков та ін.), свідчить про початок автономізації електоральної політології серед інших політичних студій. Приємно констатувати, що не пасе задніх у цьому процесі й харківська політологічна школа, про що свідчить успішний захист дисертації «Виборчі технології у сучасному електоральному процесі України: рецепція досвіду США» на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук Тетяною Моторнюк. Молода дослідниця запропонувала перспективний методологічний підхід вивчення електорального процесу, який описується в межах маркетингово-ресурсної парадигми [10].

Автономізація електоральних досліджень як невід'ємної частини української політичної науки виявляється у включенні відповідних навчальних курсів у державні освітні стандарти, публікації навчальних посібників і хрестоматій, проведенні спеціалізованих конференцій, виданні журналів, створенні сайтів і блогів із проблем виборів, що сприяє й структуризації наукового співтовариства в цій сфері. Розвиток інформаційної бази електоральних досліджень – поява доступної для подальшого аналізу електоральної статистики, представлені офіційними виданнями та електронними ресурсами Центрвиборчкому, а також спеціально підготовленої зусиллями окремих фахівців і дослідницьких центрів.

Свідченням початку автономізації електоральної політології в Україні є розширення тематичного «меню» робіт у цьому напрямі. Сьогодні можна виокремити такі пріоритети в пізнавальних зусиллях українських електоральних політологів: стратегії політичних партій і кандидатів в електоральному процесі (або, кажучи політико-економічною мовою, аналіз «пропозиції» на електоральному ринку); поведінка виборців на виборах (аналіз «попиту» на електоральному ринку); роль політичних інститутів в електоральному про-

цесі. У цьому відношенні можна говорити про деяке зближення дослідного фокусу українських, білоруських і російських робіт із проблемним порядком денним електоральних досліджень, що проводяться за кордоном [11–15]. Серед останніх досліджень, які присвячені аналізу політтехнологічних аспектів останніх електоральних кампаній в Україні, виділяються роботи О. О. Поліщука, Н. І. Яковлевої, Р. О. Балабана та ін. [16–18]. Намітився вихід деяких українських політологів, які займаються вивченням виборів, на міжнародний ринок наукової праці, що свідчить про подолання початкової вторинності їх наукових розробок.

Висновки. Електоральна політологія як дослідницький напрям є доволі молодою наукою, вона була започаткована в першій половині ХХ ст. у США, де активно розвивався комерційний маркетинг. Політичний маркетинг первісно був «дочірнім» напрямом свого комерційного аналога. В Україні електоральна політологія як науковий дискурс сформувалася в останньому десятилітті ХХ ст. майже «з нуля» як напрям, що акумулює рефлексію демократичних процедур у вітчизняному політичному процесі. Натепер можна констатувати, що українська електоральна політологія розвилася в автономний напрям нашої політичної науки. Можна з упевненістю передбачити, що надалі процес автономізації української електоральної політології триватиме.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кузь О. М., Поліщук І. О., Моторнюк Т. М. *Виборчі технології в модерному електоральному процесі США та України*. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2012. 256 с.
2. *Політологія : навч. енцикл. слов.-довід. для студентів ВНЗ I–IV рівнів акредитації / за наук. ред. Н. М. Хоми ; [В. М. Денисенко, О. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін.]*. Львів : Новий Світ – 2000, 2014. 779 с.
3. Бебик В. М. *Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматись на політичному Олімпі (Соціопсихологія і технологія політичної боротьби)*. Київ : Абрис, 1993. 128 с.
4. Бебик В. М. *Політичний маркетинг і менеджмент*. Київ : МАУП, 1996. 576 с.
5. Варій М. Й. *Політико-психологічні передвиборчі технології*. Київ : Ельга : Ніка-Центр, 2003. 400 с.
6. *Політична енциклопедія / редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови) та ін.* Київ : Парлам. вид-во, 2011. 808 с.
7. *Специфіка розвитку сучасного соціально-гуманітарного середовища : кол. моногр. / О. Б. Березовська-Чміль, С. П. Кучин, Т. О. Чернишова та ін.* Харків : СГ НТМ «Новий курс», 2021. 124 с.
8. Кочубей Л. О. *Виборчі технології*. Київ : Укр. центр політ. менеджменту, 2008. 332 с.
9. Полтораки В. *Політичний маркетинг та організація виборчих кампаній. Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2002. № 1. С. 61–79.

10. Моторнюк Т. М. Виборчі технології у сучасному електоральному процесі України: рецепція досвіду США : автореф. дис. ... канд. політ. наук. Чернівці, 2011. 20 с.
11. Власенко О. Політика «за склом», або Таємниці виборчих технологій. Київ : Знання України, 2003. 96 с.
12. Ильясов Ф. Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. Москва : ИМА-пресс, 2003. 180 с.
13. Ляпина Т. Современные избирательные технологии, или Театр политических теней. Киев : Альтерпрес, 2009. 399 с.
14. Малышевский Н. М. Технология и организация выборов. Минск : Харвест, 2003. 288 с.
15. Почепцов Г. Создание виртуальных объектов и использование их в предвыборной борьбе. Москва : Альфа-Принт, 2001. 321 с.
16. Балабан Р. Електоральна перебудова: 2019 р. *Наукові записки ІПЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2019. № 2 (98). С. 155–175.
17. Поліщук О. О. Еволюція виборчих технологій в електоральних кампаніях України. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. Серія: Політологія. 2017. № 2. С. 234–245.
18. Яковлева Н. І. Політтехнологічні аспекти президентських виборів в Україні. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. Політологія. Соціологія. Право. 2018. № 4. С. 75–80.

REFERENCES

1. Kuz', O. M., Polishchuk, I. O., & Motornyuk, T. M. (2012). *Vyborchi tekhnolohiyi v modernomu elektoral'nomu protsesi SShA ta Ukrayiny*. Kharkiv: VD «INZHEK» [in Ukrainian].
2. Khoma, N. M. (Ed.) (2014). *Politolohiia: navchalnyi entsyklopedychnyi slovnyk dovidnyk dlia studentiv VNZ I–IV rivniv akredytatsii* / [V. M. Denysenko, O. M. Sorba, L. Ya. Uhryn ta in.]. Lviv : «Novyi Svit – 2000» [in Ukrainian].
3. Bebyk, V. M. (1993). *Yak staty populyarnym, peremohty na vyborakh i utrymatys' na politychnomu Olimpi (Sotsiopsykholohiia i tekhnolohiia politychnoyi borot'by)*. Kyiv: Abrys [in Ukrainian].
4. Bebyk, V. M. (1996). *Politychnyy marketynh i menedzhment*. Kyiv: MAUP [in Ukrainian].
5. Variy, M. Y. (2003). *Polityko-psykholohichni peredyborchi tekhnolohiyi*. Kyiv: El'ha; Nika-Tsentr [in Ukrainian].
6. Levenets, Yu., Shapoval, Yu. (Eds.) (2011). *Politychna entsyklopediia*. Kyiv: Parlamentske vydavnytstvo [in Ukrainian].
7. Berezovska-Chmil, O. B., Chernyshova, T. O., & Kuchyn, S. P., et al. (2021). *Spetsyfika rozvytku suchasnoho sotsialno-humanitarnoho seredovyshcha: kol. monohr*. Kharkiv: SH NTM «Novyi kurs» [in Ukrainian].
8. Kochubey, L. O. (2008) *Vyborchi tekhnolohiyi*. Kyiv: Ukrayins'kyi tsentr politychnoho menedzhmentu [in Ukrainian].

9. Poltorak, V. (2002). Politychnyy marketynh ta orhanizatsiya vyborchyykh kampaniy. *Sotsiologiya: teoriya, metody, marketynh – Sociology: theory, methods, marketing*, 1, 61–79 [in Ukrainian].
10. Motornyuk, T. M. (2011). *Vyborchi tekhnolohiyi u suchasnomu elektoral'nomu protsesi Ukrainy: retseptsiya dosvidu SSHA*. Extended abstract of candidate's thesis. Chernivtsi [in Ukrainian].
11. Vlasenko, O. (2003). *Polityka «za sklom», abo Tayemnytsi vyborchyykh tekhnolohiy*. Kyiv: «Znannya Ukrainy» [in Ukrainian].
12. Yl'yasov, F. N. (2003). *Polytycheskyy marketynh. Yskusstvo y nauka pobezhdat' na vyborakh*. Moskva: YMA-press [in Russian].
13. Lyapyna, T. (2009). *Sovremennyye yzbyratel'nyye tekhnolohyy yly Teatr polytycheskykh teney*. Kyiv: Al'terpres [in Russian].
14. Malyshevskyy, N. M. (2003). *Tekhnolohyya y orhanyzatsyya vyborov*. Mynsk: Kharvest, 2003 [in Russian].
15. Pocheptsov, G. (2001) *Sozdanye vyrtual'nykh ob'ektiv y yspol'zovanye ykh v predvybornoy bor'be*. Moskva: Al'fa-Prynt [in Russian].
16. Balaban, R. (2019). «Elektoral'na perebudova: 2019 r.». *Naukovi zapysky IPIEND im. I. F. Kurasa NAN Ukrainy – Scientific notes Kuras Institute of Political and Ethnic Studies of the National Academy of Sciences of Ukraine*, 2(98),155–175 [in Ukrainian].
17. Polishchuk, O. O. (2017). Evolyutsiya vyborchyykh tekhnolohiy v elektoral'nykh kampaniyakh Ukrainy. *Visnyk Natsional'noho universytetu «Yurydychna akademiya Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho». Seriya: Politolohiya – The Bulletin of Yaroslav Mudryi National Law University. Series: Political Science*, 2, 234–245 [in Ukrainian].
18. Yakovlyeva, N. I. (2018). Polittekhnolohichni aspekty prezidents'kykh vyboriv v Ukraini. *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu Ukrainy «Kyivskyy politekhnichnyy instytut». Politolohiya. Sotsiologiya. Pravo – Bulletin of the National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute». Politology. Sociology. Law*, 4, 75–80 [in Ukrainian].

Полищук Игорь Алексеевич, доктор политических наук, профессор,
профессор кафедры социологии и политологии,
Национальный юридический университет имени Ярослава Мудрого,
г. Харьков, Украина

ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ ПОЛИТОЛОГИЯ: ОТ ПОЯВЛЕНИЯ К АВТОНОМИЗАЦИИ

В статье рассматривается развитие электоральной политологии как нового направления украинской политической науки. Отмечается, что в связи с демократизацией постсоветских политических режимов возникла объективная необходимость проведения электоральных исследований, которые должны объяснить особенности поведения избирателей и перспективы применения избирательных тех-

нологий. Показаны истоки электоральных исследований в американской политической науке (П. Лазарсфельд, Б. Берельсон, Г. Годд, Е. Кац) и перспективы в контексте возможной автономизации в украинской политической науке. Выделен вклад конкретных иностранных и отечественных ученых в развитие электоральной политологии. Делается вывод, что в Украине электоральная политология как научный дискурс возникла в последнем десятилетии XX в. почти «с нуля» и на данный момент сформировалась как автономная отрасль отечественной политической науки.

Ключевые слова: демократизация, электоральная политология, Украина, политическая наука.

Polishchuk Ihor Oleksiyovuch, Doctor of Political Sciences, Professor,
Professor of the Department of Sociology and Political Science,
Yaroslav Mudryi National Law University, Kharkiv, Ukraine

ELECTORAL POLITICAL SCIENCE: FROM APPEARANCE TO AUTONOMIZATION

The article considers the development of electoral political science as a new direction of Ukrainian political science. It is noted that in connection with the democratization of post-Soviet political regimes, there is an objective need to conduct electoral research, which should explain the peculiarities of voter behavior and the prospects for the use of electoral technologies. The origins of electoral research in American political science (P. Lazarsfeld, B. Berelson, G. Godd, E. Katz) and their perspectives in the context of possible autonomy in Ukrainian political science are shown. The contribution of specific foreign and domestic scientists to the development of electoral political science is highlighted. It is concluded that in Ukraine electoral political science as a scientific discourse emerged in the last decade of the twentieth century almost «from scratch» and is now formed as an autonomous branch of domestic political science.

Keywords: democratization, electoral political science, Ukraine, political science.

