

Оксана Міхеєва (Донецьк)

## РЕГІОНАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ І ПОЛІТИЧНИЙ ВИБІР (НА ПРИКЛАДІ ДОНЕЦЬКА)

Політична ідентичність, як один з продуктів політичної свідомості, забезпечує залучення особи до політичних відносин та процесів як суб'єкта. Вона є складовою соціальної ідентичності, яка передбачає наявність відчуття належності до певної групи на основі схожості та відмінності від інших соціальних груп.

На формування ідентичності впливає ціла низка чинників, серед яких заведено виокремлювати стійкі (географічне середовище, конфесійна приналежність тощо) та нестійкі (геополітичне становище, вплив економічних, культурних та інших чинників)<sup>1</sup>. Саме це робить ідентичність, з одного боку, досить стабільною, а з іншого — рухливою. Вона передбачає співвіднесення себе, своєї групи з рештою світу, позиціонування по лінії «ми» — «вони». Таке позиціонування має певне суб'єктивне навантаження, оскільки щодо «нас» існують певні чіткі уявлення, позитивно забарвлені, у той час як «вони» уявляються менш деталізовано і вочевидь програють на фоні «нас».

Ідентичність особи та групи тісно пов'язана з таким процесом, як ідентифікація. Її можна розглядати як співвіднесення суб'єктом себе з відповідною соціальною позицією, а також як оцінку оточенням цього індивіда його відповідності рольовим очікуванням.

У державах, де процес формування національно-державної ідентичності ще не завершився, політична ідентичність може формуватися передусім на рівні окремих регіонів, соціальних груп, партій<sup>2</sup>, а політичний вибір коригуватися соціально-груповими конфліктами, зумовленими соціальними розколами (які можуть локалізуватися, наприклад, по лінії російськомовний — україномовний, зовнішньополітична орієнтація Захід—Схід, протестний — лояльний, ліберальний — авторитарний, правий — лівий тощо). Виявлення регіональної ідентичності донеччанами під час виборів президента України 2004 р. дозволяє розглянути політичний вибір мешканців цього регіону крізь призму **соціологічної моделі електоральної поведінки** — з урахуванням специфіки політичних та соціальних розламів.

Східна та Західна Україна, особливо під час виборчих кампаній, потрапляє до кола уваги спеціалістів передусім з точки зору соціальних розколів. Визнається за аксіому те, що націо-державний контекст єдиної України як такий ще не є остаточно сформованим і є певні регіони, котрі через свою відмінну історичну долю вирізняються стійким регіональним патріотизмом та відчуттям «інакшості» щодо решти. І саме ця історична доля, як вважається, забезпечила стійку *орієнтацію на-*

*селення Західної України на Європу, а Східної України — на Росію.* Акцентуація на цій орієнтації та внесення її у передвиборну програму кандидатом на посаду президента чи депутата Верховної Ради може суттєво впливати та впливає на вибір людей. Однак з цієї точки зору досить цікавими є результати опитування «Львів-Донецьк: соціологічний аналіз групових ідентичностей та ієрархій суспільних лояльностей». У донецьких респондентів запитували: «Що саме у передвибірній кампанії мало вирішальний вплив на ваш вибір?» Оскільки це питання було відкритим, воно дало людині можливість вказати саме те, що для неї було найважливішим. З 323 респондентів, що віддали голоси за В. Януковича (а вони становлять 95,6 % від тих, хто відповів на це питання), 228 прокоментували свій вибір. Усього було зроблено 318 реплік-пояснень, серед яких тільки у 5 (1,3 %) випадках вибір кандидатури В. Януковича пояснюється потенційно можливою співпрацею, «дружбою» та орієнтацією на Росію і лише в одному випадку (0,3 %) — можливим союзом з Росією. Тільки у двох репліках як мотивація обрання зазначеного кандидата згадувалося введення російської мови. Загалом, з 323 респондентів лише 7 (2,2 %) для пояснення власного вибору зверталися до теми відносин з Росією та статусу російської мови. З них троє назвалися українцями, двоє — росіянами, ще двоє продемонстрували подвійну ідентичність — «українець-радянська людина», «росіянин-радянська людина».

Фокус-групові дискусії, що проводилися у квітні 2005 р. у Донецьку, також продемонстрували: в умовах, коли людині пропонується самостійно викласти проблеми, які найбільше турбують мешканців регіону, необхідність союзу з Росією була наведена лише в аудиторії старшого віку; середнє покоління ж продемонструвало здоровий прагматизм, вказавши, що Україна має підтримувати відносини як із Заходом, так і з Росією. Молодіжна аудиторія взагалі не називала подібну проблему у своєму переліку.

Однак все це не означає, що населення Східної України позбулося традиційної орієнтації на Росію та пострадянський простір, оскільки 60 % респондентів цілком підтримують входження України до Єдиного економічного простору з Росією, Білоруссю та Казахстаном, 31,6 % — скоріше підтримують, ніж відкидають, 6,7 % — скоріше відкидають, ніж підтримують, та 1,3% — повністю відкидають. Питання безпеки України також для 87,2 % опитаних пов'язане з налагодженням тісних зв'язків з Росією та країнами СНД.

Подібну зовнішньополітичну орієнтацію мешканці Східної України вважають звичною, природною, однак водночас «східняки» вже не сприймають себе як частину російського та пострадянського державно-політичного простору: 74,2 % респондентів вважають, що їхній регіон має спільну долю з рештою України, для 73 % опитаних цілісність України важливіша за потреби окремих регіонів. Цікавим моментом є також і те, що лише 22 % респондентів можуть чітко визначити географічний контекст та геополітичне положення України: 18,7 % вважають її частиною Сходу, 3,3 % — частиною Заходу. Решта, 44 % вважають її частиною як Сходу, так і Заходу та 34 % — не вважають її частиною ні того, ні іншого.

Отже, геостратегічні погляди мешканців Східної України і надалі спрямовані на Росію та країни СНД, однак сама територія Східної України мислиться як частина українського державного простору, яка має спільну з усією Україною історичну долю та репрезентує себе на міжнародній арені через політику державної влади.

Поява відчуття власної державності в мешканців регіону, з одного боку, та поєднання, перемішування регіональної та націо-державної ідентичності, з іншого, часто проявлялися під час помаранчевої революції. Так, наприклад, прибічники В. Януковича на мітинги виходили переважно під блакитно-білими прапорами кандидата та синьо-жовтими державними прапорами. А одіозний з'їзд сепаратистів розпочався зі вставання під звуки українського державного гімну.

Наступна проблема, що переживає перманентні загострення і пов'язана з виборчими кампаніями, є *мовна проблема*. Вона є ваговою частиною ідентичності, особливо в Україні, де протиставлення «ми» — «вони» поглиблюється різницею у мові спілкування. Існують розтиражовані політтехнологами сценарії «для загалу»: за «західноукраїнським» сценарієм, Україна має від багатоманітності рухатися до створення гомогенного україномовного середовища, а для Східної України пропонується доволі специфічний сценарій збереження «полікультурності», але на основі російської мови. Поліетнічність Східної України має глибокі історичні корені, та була відчутно змінена процесами, що мали місце у ХХ ст. Розвиток промисловості Донбасу потребував припливу робочої сили. Це призводило як до стихійного, так і до планового переселення до регіону працівників з території усієї Російської імперії, а згодом — Радянського Союзу. Перемішування у «великій кочегарці» представників різних національностей, конфесій та мовних груп ускладнювало виникнення тут національної ідентичності. Натомість, досить зручним виявився ідеологічний конструкт, що створював певну єдність на основі пролетарської ідентичності, інтернаціоналізму, російської мови (як мови міжнародного спілкування в Донбасі) та невиразної релігійності (або атеїзму). Існує думка, що завдяки такому перемішуванню формувалося толерантне ставлення до ближнього, терпимість до інших ідей, моделей поведінки, персонального вибору кожного.

Специфічна мова Східного регіону робить його мешканців «не своїми» як серед росіян, які одразу ж впізнають «малоросійський акцент», так і серед україномовних мешканців Західної України, що вважають мову східняків у кращому випадку суржилом. Це, попри зазначене вище тяжіння до Росії, яке має поглиблюватися наявністю російськомовного простору в Україні, навпаки, створює умови для усвідомлення себе окремою групою, для творення регіональної ідентичності. І оскільки мовне питання тісно пов'язане з усвідомленням «нас» стосовно «них», то й збереження мови розуміється як збереження самих себе. Під час опитування 73,5 % респондентів повністю погодилися з тим, що російська мова має бути другою державною в Україні, та «скоріше згодні» були 14,9 %, що разом складає 90,2 %. Це робить зрозумілим вибір мешканців Східної України на користь кандидатури В. Януковича, у передвиборній програмі якого був закладений пункт щодо двомовності.

Незважаючи на те, що Донбас часто асоціюється з «революційними традиціями», сьогодні цей регіон демонструє низький рівень участі у *протестних діях*. Основними формами протестної поведінки є підписування петицій, звернень, участь у мітингах, демонстраціях, страйках, захоплення будівель тощо. Вважається, що рівень протестної активності підвищується в умовах невдоволеності якістю життя, неможливості реалізувати власні інтереси шляхом конвенційних форм політичної участі. Однак при цьому слід зазначити, що рівень протестної поведінки не буде високим, навіть за умов значного рівня невдоволеності, якщо люди не вірять у її ефективність та результативність<sup>3</sup>. У межах складної для регіону президентської кампанії 2004 р. ніколи не вивішували плакати, не розповсюджували листівок 84,4 % опитаних; ніколи не підписували звернень та петицій 86,7 %; не розповсюджували листівок на підтримку свого кандидата на виборах — 91 %; не об'єднували свої зусилля з організацією або ініціативною групою — 90,2 %; не брали участі у масових мітингах та демонстраціях — 64,1 %; не брали участі у страйках — 93,2 %. Це дозволяє стверджувати, що протестний потенціал регіону є доволі невисоким, а острахи з його приводу є однією з міфологем виборчої кампанії. А формула «Поки ви там мітингуєте на майдані, ми тут працюємо» була скоріше спробою завуалювати цей низький протестний потенціал, обґрунтувати неготовність регіону активно стати на захист свого вибору. Цей низький рівень протестної поведінки зумовлений типом політичної культури, що складалася протягом радянського періоду, коли протестні дії мали декоративний характер, а реальний протест був не тільки неефективним, а й загрозливим для життя. Це призвело до перенаправлення протестної активності на конвенційні форми політичної участі, що проявляється під час виборів у голосуванні «проти всіх» або підтримці кандидата за принципом «тому, що не той».

Загалом для регіону є характернішою при звичаєність та схильність до *авторитарного типу управління*, з яким тут пов'язується стабільність, впорядкованість соціальних відносин, здатність «навести порядок» тощо. Населення Східної України з історичного погляду перебувало переважно у сфері впливу російської політичної культури, якій притаманні колективізм, більша залежність від влади та її політичного курсу (і особливо від соціальної політики — соціальних виплат, підтримки малозабезпечених тощо). Довгострокове домінування у регіоні радянської авторитарної моделі та закріплення традицій підкорення владі сформувало у населення певний тип політичної культури. Саме тому гасла на кшталт «зрозумілий», «простий», «свій», «з наших, з робочих», «гарний керівник», «людина, що здатна навести порядок», засоційовані з В. Януковичем, зробили його ближчим до регіональних уявлень про справжнього лідера порівняно з його конкурентом В. Ющенком, у іміджевому конструкті якого постійно робився наголос на ліберальності.

Щодо розколу по лінії «правий» — «лівий», то останні вибори все ще продемонстрували його наявність, хоча жоден з кандидатів прямо не позиціонував себе як представника перших чи других. Характерним для України є тяжіння західних регіонів до правих сил, а східних — до лівих. За статистикою результатів виборів

В. Ющенко мав найвищий рейтинг на тих територіях, де традиційно населення виявляло підтримку УНА-УНСО, КУНу або «Народного Руху України». В. Янукович найбільшу підтримку мав там, де до того більші симпатії виявлялися до комуністів та соціалістів.

Послугуючись **соціально-психологічним підходом** до аналізу електоральної поведінки, зазначимо, що політичний вибір особи формується під впливом настанов щодо *трьох елементів політичного процесу*: кандидатів, політичних курсів та зв'язків між певними політичними силами і соціальними групами.

Якщо розглянути політичні вподобання донеччан на виборах 2004 р., то з усіх реплік-мотивацій обрання кандидатури В. Януковича більша частина стосувалася **особи кандидата** (39,4 %). У полє уваги респондентів потрапили його риси характеру та риси (34 репліки; характеризувався як чесний, лояльний, розумний, сильний, молодий, прогресивний, стриманий, людина справи, здоровий тощо), його реальні справи (24 репліки), очікування від нього (20 реплік; «з ним буде добре», «я довіряю йому», «я сподіваюся на нього», «він захистить нас» тощо), ділові риси (14 реплік; «природжений господар», «справжній керівник»). Вагому групу в цій категорії становить протестна активність (у 22 репліках підтримка В. Януковича пояснюється за принципом «тому, що не В. Ющенко та його оточення», а двоє з респондентів взагалі не бачили іншого вибору, ніж кандидатура В. Януковича).

Наступна група реплік свідчить на користь того, що вибір донеччан мав соціотропно-ретроспективний характер<sup>4</sup>, опосередковано пов'язаний із кандидатурою В. Януковича. Соціотропність проявилася в тому, що значна частина респондентів відзначала стабілізацію економіки країни, покращення матеріального становища окремих категорій населення та суспільства в цілому, а не покращення персонального матеріального становища (як при егоцентричній моделі). Ретроспективний характер мотивації вибору виявився у схильності респондентів апелювати до попередньої діяльності В. Януковича (як прем'єра), наявних результатів його діяльності, а не висловлювати очікування щодо перспектив якісної роботи влади у майбутньому (як при перспективному голосуванні). Загалом репліки цього типу становлять 29,5 %.

Політичною **програмою** та майбутнім **політичним курсом** кандидата зацікавилися лише 12 респондентів, а 9 прийняли рішення щодо свого політичного вибору під впливом політичної **кампанії** В. Януковича. Репліки цього типу становлять лише 6,9 % від усієї кількості коментарів щодо обрання «свого» кандидата. Загалом це свідчить про слабку партійну ідентифікацію та значний вплив короткотермінових факторів (таких як, наприклад, імідж кандидата) на поведінку виборців. Це не в останню чергу пов'язане із процесами маркетизації, комерціалізації та професіоналізації політичної діяльності. Проникнення ринкових механізмів у політичну сферу кардинально змінило характер стосунків між виборцями, членами партій, їх керівною верхівкою та окремими політичними лідерами. Історично масові політичні партії існували за рахунок регулярної сплати членських внесків, що стає неможливим у сучасних умовах, коли кількість політичних партій

збільшується і водночас зменшується кількість їх реальних членів, а також дорожчає ринок політичних послуг. За таких умов рядові члени все менше впливають на процес розробки політичного курсу партії, натомість стрімко зростає роль «бізнесменів» від політики, які лише здатні знайти джерела фінансування політичної діяльності<sup>5</sup>. Творення іміджу за допомогою політтехнологій та використання можливостей ЗМІ уможливають для таких «політиків» доступ до виборців, розширюють їхні можливості впливу на суспільну свідомість та владний курс, стають дедалі привабливішими для вкладання грошей. Цей чинник спрацював і на останніх президентських виборах, коли ставку зробили насамперед на творення іміджу кандидатів, ніж партій або коаліцій, які вони уособлювали.

І, нарешті, група реплік, яка характеризує В. Януковича як члена групи, «свого» на відміну від «іншого» та «чужого» кандидата. Як «свого» (з регіону, з міста) В. Януковича характеризують 12,9 % реплік. Ще 4 % — це розцінювання його як «свого» з точки зору таких соціальних груп, як: «він з робочих», «з пенсіонерів», «з народу» тощо. І як це не дивно було для решти України, В. Янукович був своїм для донецчан ще й через факти протиправної поведінки у минулому. Це пояснюється специфікою регіону, який став територією соціальної реабілітації колишніх правопорушників. Будь-яка людина, яка опинилася за ґратами та у межах вироку вже була покарана за скоєний злочин, повертаючись до суспільного життя, зіштовхується з певним колом проблем (соціальна ізоляція, нездатність знайти роботу тощо). Донбас був і залишається до сьогодні територією, де колишньому в'язневі значно легше працевлаштуватися (особливо на важкі та шкідливі для здоров'я роботи, де можна з часом навіть мати певний «кар'єрний ріст»). Актуальність цієї проблеми для регіону сформувала тут толерантніше ставлення до людини, що колись «оступилася», «зробила помилку». А сам кандидат у президенти, у біографії якого є факт протиправної поведінки, — це певний соціальний міф про можливість стовідсоткової реабілітації в суспільстві, подолання соціальної ізоляції та повернення до активного життя.

До суто регіональної специфіки сприйняття цієї проблеми долучається ще один чинник: в умовах радянського суспільства питання «норми» та «девіації» вирішувалися «згори», при цьому спостерігалася намагання радянської держави оцінювати будь-які відхилення від норми з точки зору політичної кон'юнктури. Це призвело, з одного боку, до нерациональної оцінки девіантної поведінки (що зробило неможливим існування й функціонування соціальних інститутів, які б допомагали людям, схильним до девіації), а з іншого — до застосування репресивних заходів щодо тієї частини суспільства, яка не погоджувалася з політизованим визначенням девіації. Розбіжність інтересів індивіда й держави створювала ситуацію, коли суспільство розглядало злочинців як жертв і ставало скоріше на сторону покараного, ніж держави. В свою чергу, правоохоронні органи розглядалися як інститут, що захищає не суспільство, а державу від суспільства. А це протиставило контроль з боку громади — правоохоронним органам, замість того щоб об'єднати їхні зусилля.

Зокрема, збереження такого ставлення до колишніх злочинців цікаво проявляється у сценаріях «важкої долі» жебраків (котрі відтворюються усно з метою викликати співчуття та заробити на цьому гроші). Одним з поширених сценаріїв є «Допоможіть, будь ласка, люди добрі, мене тільки випустили на волю, роботи не маю, як жити — не знаю» — і він досить добре діє, бо зустрічає розуміння та співчуття з боку значної частини населення регіону.

Таким чином, президентська кампанія 2004 р. виявила поєднання в Україні елементів національно-державної та регіональної ідентичності. Формування останньої відбувається на фоні незавершеного процесу творення націо-державної ідентичності, а також глибоких соціальних розколів, що використовуються та поглиблюються під час передвиборних кампаній. Наявність стійкої регіональної ідентичності ускладнює процес пошуку загальнонаціонального лідера, який би відповідав очікуванням усього населення України.

Аналіз мотивації вибору донеччан дозволяє констатувати домінування соціотропно-ретроспективного типу голосування, а також ідентифікування себе з певною партійною силою передусім через особу кандидата і лише потім — через його політичну програму та передвиборну платформу.

---

<sup>1</sup> Яковенко И. Г. Трансформация базовых идентичностей: факторы, тенденции, сценарии//Пути России: существующие ограничения и возможные варианты/Под общ. ред. Т. Е. Ворожейкиной. — М., 2004. — С. 208.

<sup>2</sup> Див.: *Политический процесс: основные аспекты и способы анализа: Сб. учебн. материалов/Под ред. Мелешкиной Е. Ю.* — М., 2001. — С. 146; *Титаренко Л. Г.* Динамика базовых ценностей белорусов как индикатор трансформации социокультурных идентичностей//*Методология, теория та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць.* — Харків, 2004. — С. 340.

<sup>3</sup> *Политический процесс...* — С. 165–170.

<sup>4</sup> *Политический процесс...* — С. 177–178.

<sup>5</sup> *Пишизова С. Н.* Финансирование политического рынка: теоретические аспекты политических проблем//Полис. — 2002. — № 2. — С. 36; *Пишизова С. Н.* «Традиционные» демократические институты и российская практика финансирования политического рынка//*Куда идет Россия?.. Формальные институты и реальные практики/Под общ. ред Т. И. Заславской.* — М., 2002. — С. 76.