

*Ігор Доцяк,*

кандидат політичних наук,

доцент кафедри політології Прикарпатського національного  
університету імені Василя Стефаника

## **Парламентські вибори в Україні 2102 року: політико-економічний вимір**

В статті розглядаються економічні основи виборчого процесу в Україні. Аналізується модель політичного ринку в системі політико-економічних відносин. Виділяться характер формування політичного капіталу та його роль у забезпеченні перемоги на парламентських виборах 2012 року. Обґрунтовується значимість інституційного індивідуалізму для реалізації економічних інтересів політичних агентів.

Ключові слова: політичний ринок, політичний капітал, політико-економічні відносини, інституційний індивідуалізм.

Суспільна система являє собою цілісність, що поєднує соціальну, культурну, економічну та політичну підсистеми. Їх взаємозалежність та взаємообумовленість визначають спрямованість, динаміку та ефективність суспільного розвитку на загал. Не відкидаючи значимість всіх підсистем, метою нашого дослідження є аналіз взаємодії політичної та економічної в контексті розвитку політичних процесів. Динаміка взаємозалежності політики та економіки та розмитість меж між ними визначають закономірності їх функціонування та взаємодії. Диверсифікація понятійно-категоріального апарату дає можливість комплексно і системно підійти до аналізу не лише взаємодії політики і економіки, але і розвитку політичних процесів. Такі категорії як політичний капітал, політична рента, політичний діловий цикл, політичний ринок широко використовуються для вивчення цілісності та єдності таких процесів. Завданням нашого дослідження є аналіз парламентських виборів в Україні 2012 року через призму політико-економічної взаємодії. В політичній науці найбільш поширеним є порівняння політичних виборів із функціонуванням ринкової системи. Французький політолог Жан Бодуен вважає, що в рамках

ліберальної демократії вибори відіграють роль, аналогічну ролі ринку [1,с.112]. Вони оцінюють в певні проміжки часу ціну і якість конкуруючих товарів. Вибори визначають відповідні «частки ринку» для різних політичних підприємств. Результати виборів сповіщають «тим хто програє», про недоліки їхньої «продукції». Таким чином політичні партії асоціюються із підприємцями, передвиборчі програми та обіцянки є своєрідним товаром а специфічними грошима є голоси виборців, вступ до партій, пожертвування.

При певній схематичності та спрощеності така модель дає можливість визначити специфіку відносин суб'єктів виборчого процесу спів мірних з поведінкою економічних суб'єктів в системі ринкових відносин. Проте умовою її існування є наявність конкурентного середовища, рівноправність суб'єктів виборчого процесу та стабільна і ефективна правова система, позбавлена адміністративного втручання. Відсутність визначених умов робить неефективним використання такої моделі для аналізу виборів в Україні. Хоча формально вона визнається міжнародними інституціями та провідними країнами як держава з ринковою економікою, фактичний стан її не відповідає всім принципам та характеристикам ринкової системи. Високий рівень монополізму, відсутність ефективного конкурентного середовища, нерівноправність суб'єктів господарювання, адміністративний тиск та відсутністю дієвого контролю за якістю продукції та послуг і захистом прав споживачів, відсутність гарантій права власності – ось основні характеристики сучасної економічної системи в Україні. Такі економічні реалії поєднуються із станом політичних відносин і характером політичних процесів. Саме у виборах найбільш чітко та рельєфно проявляються всі сутнісні характеристики політико-економічної взаємодії. Проте необхідно відмітити, що саме періодичні вибори органів центральної та місцевих влад залишаються чи не єдиним проявом демократії в сучасному українському суспільстві і змушують можновладців апелювати до громадян з метою отримання їхньої підтримки. Квазі-ринкова система зумовила і особливу модель взаємодії виборців і кандидатів на виборні посади. Тут діють не символічні товари у формі програм чи стратегічних підходів а цілком реальні фінансові чи товарні ресурси. Таким чином

реалізується зворотній характер відносин – не виборці «платять» своїми голосами надаючи підтримку тому чи іншому кандидату чи політичній силі, а навпаки - відбувається звичайна купівля голосів виборців. Владні політичні партії чи блоки здійснюють це за рахунок популістських фінансових рішень, яскравим прикладом чого є спочатку «юліна» а пізніше «вітіна» тисяча на відшкодування втрачених вкладів колишнього Ощадбанку СРСР. Парламентські вибори 2012 року, отримавши мажоритарну складову, сприяли безпрецедентному поширенню спроб безпосередньої купівлі голосів виборців. Це стало чи не найхарактернішою рисою виборчих кампаній у мажоритарних округах по всій країні. Використовувались найрізноманітніші способи - від продуктових наборів до виплати певних грошових сум. Такі процеси в Івано-Франківській області мали певні особливості, зумовлені географічним розташуванням та релігійно-культурними характеристиками. Близьке розміщення гірськолижного курорту «Буковель» дало можливість кандидату у народні депутати України по виборчому округу № 83 О.Шевченку, який є директором цього закладу, організувати туди безплатні екскурсії виборців. За період виборчої кампанії курорт відвідало 40 тисяч жителів м.Івано-Франківська (близько 30% від всієї кількості виборців округу). При чому відбирались на поїздку люди за паспортом на основі даних реєстрації та віку. Спроби опосередкованого підкупу виборців здійснювались через ремонт доріг, дворів, шкіл, покращення матеріальної бази закладів освіти, охорони здоров'я та культури. Роль церкви в суспільному житті регіону зумовила активну діяльність кандидатів у депутати з метою отримання підтримки з боку священнослужителів. Кандидати масово надавали фінансові та матеріальні ресурси для храмів. Хоча верховні церковні ієрархи проголошували принцип аполітичності та свободи вибору, окремі пастирі висловлювали активну підтримку тому чи іншому кандидату. Парадоксом стало те, що в деяких виборчих округах області священики УГКЦ підтримували кандидатів у народні депутати від Партії регіонів. Діяльність, спрямована на прямий або опосередкований підкуп виборця, реалізовувала економічну модель впливу на електоральні преференції громадян. Економічні детермінанти виборчої

поведінки проявляються у двох аспектах: підтримка того кандидата чи політичної сили, передвиборні програми яких відповідають економічним інтересам виборців і прагнення отримати економічний ефект вже протягом самої виборчої кампанії.

У першому випадку, враховуючи свої економічні інтереси, виборці повинні вибирати ті політичні сили, програми яких обіцяють максималізувати їх добробут. Згідно теорії «раціонального вибору» Ентоні Даунса політична поведінка виводиться з абсолютизації економічної природи людини [7, с.34]. При виборі лінії поведінки люди здійснюють раціональні обчислення відносно корисності альтернативних ліній поведінки по відношенню до привілейованої ієрархії. Відбувається порівняння затрат кожної альтернативи для обрання найкращого способу для максимізації корисності. Соціальні явища, колективні рішення, колективна поведінка, у кінцевому підсумку, є результатом раціональних виборів вироблених індивідами для максимізації корисності. Проте такий раціоналізм досить сумнівний. Як справедливо відмічає дослідник політичних концепцій сучасності Клаус Байме, вадою раціонального вибору є його здатність робити тільки коротко тривалі прогнози. Але навіть підприємства, орієнтовані на максимізація прибутку, часто відмовляються від швидкого отримання зиску, щоб забезпечити досягнення своїх довготривалих цілей. Однозначний вибір на користь «зараз» може знищити можливість вибору «завтра» [2, с.172]. Крім того, вибрати раціональну альтернативу з метою оптимізації корисності не завжди під силу навіть потужним політичним агентам, не говорячи про окремого індивіда. Виборцю важко визначити, який конкретно кандидат чи політична партія може реалізувати його індивідуальний інтерес, змінивши життя на краще. Тим більше, що в значній мірі передвиборні обіцянки носять рекламно – пропагандистський характер, про їх зміст забувають зразу після закінчення виборів. Відсутність ефективного механізму відповідальності виборних осіб перед тими, хто їх обрав, нівелює можливості контролю з боку виборців за виконанням передвиборчих програм переможцями виборчих перегонів. Сучасне виборче законодавство вже навіть не вимагає від кандидата у депутати Верховної Ради України передвиборчої програми, як

обов'язкового документа для реєстрації у виборчій комісії [5].

Другим аспектом є сприйняття виборчого процесу як бізнесової діяльності. Комерціалізація сфери політичної діяльності стала реальністю в сучасному українському суспільстві. Платна участь в мітингах, демонстраціях, пропагандистських акціях на боці різних політичних сил є звичайною політичною практикою. Такій діяльності не перешкоджають ні політичні ні психологічні українських громадян. Якщо на виборах Президента України 2004 року для забезпечення роботи виборчих комісій представниками від Партії регіонів в Івано-Франківській області привозили сотні жителів Луганської та Донецької областей, то на всіх наступних виборах потреби у членах виборчих комісій та спостерігачах від цієї політичної сили забезпечували вже місцеві жителі. І справа не стільки у зміні ідеологічних переконань скільки в матеріальній зацікавленості. Комерціалізація виборів підриває саму суть волевиявлення громадян з метою делегування своїх владних повноважень і руйнує механізм взаємної відповідальності виборців та обраних. Політика мінімальної економічної вигоди вже і негайно руйнує перспективи ефективного і демократичного майбутнього, приводить до руйнування ціннісних орієнтацій громадянина. Визнання політичними агентами економічних інтересів пріоритетними у виборчому процесі в кінцевому результаті нівелює демократичні процедури та принципи формування та здійснення державної влади. Протягом всього періоду існування незалежної української держави панівними політичними силами активно культивувались в суспільній свідомості конформістські цінності. Конформістська ціннісна установка зорієнтована на залежність людини від середовища, до якого вона себе зараховує, на демонстрацію відданості, поступливості, догідництва йому, придушення задля його вимог своїх емоцій та внутрішніх спонукань [4, с.99]. На парламентських виборах 2012 року активно продовжується процес зміни ціннісних орієнтацій громадян стосовно виборів, активно проходить комерціалізація. На всіх стадіях виборчого процесу проявляється прагнення звичайних громадян, громадських організацій, політичних активістів, засобів масової інформації отримати дохід, не зважаючи на свої політико-ідеологічні переконання. Саме конформістські

ціннісні орієнтації найбільш повно реалізуються у такій поведінці, оскільки конформіст здатен віртуозно опанувати обставини, видобуваючи з них безпосередню вигоду. Особливості української ментальності сприяли утвердженню підходу за яким, якщо не можна безпосередньо впливати на результати виборів та на обраних осіб, тоді треба постаратись отримати прибуток від участі у самій виборчій кампанії. Звідси прояви підкупу виборців, платних майданів та виборчої корупції. Посилення таких явищ свідчить про втрату інститутом виборів в очах громадян уособлення чи не визначальної цінності демократії. Цей чинник, поряд із зниженням рівня довіри до політичних інститутів, привів до зниження електоральної активності та зростання абсентеїзму. Важливою характеристикою розвитку виборчого процесу є реалізація політичного капіталу. Видатний французький соціолог П.Бурдьє визначає, що політичний капітал є формою символічного капіталу, кредитом, заснованим на вірі і визнанні, точніше, на незліченних кредитних операціях, за допомогою яких агенти наділяють людину (або предмет) тією самою владою, яку вони за ним визнають [3, с.208]. Саме на основі політичного капіталу відбувається персоніфікація в окремому кандидаті певної політичної сили і виборець має можливість ідентифікувати свій вибір. Делегування політичного капіталу припускає об'єктивування цього типу капіталу в постійних інституціях, його матеріалізацію в політичних "машинах", постах і засобах мобілізації, а також його безперервне відтворення за допомогою механізмів і стратегій. Таким чином, делегування є фактом політичних підприємств, що вже мають свою історію, в ході якої був накопичений значний політичний капітал, що об'єктивувався, у вигляді постів у середині самої партії, у всіх організаціях, більш менш підлеглих партії, а також у всіх установах місцевої або центральної влади і у всій мережі промислових і торгових підприємств, існуючій в симбіозі з цими установами. Політичний капітал в умовах сучасного українського суспільства є достатньо нестійкий, швидко виникає і досить швидко руйнується в наслідок втрати кредиту довіри. В період 2002 – 2006 років безсумнівним носієм найпотужнішого політичного капіталу, особливо на території Західного регіону, була «Наша Україна» на чолі з В.

Ющенком. Однієї фотографії з лідером було достатньо для перемоги на виборах будь-якого рівня. Втрата довіри з боку виборців привела до втрати політичного капіталу. На парламентських виборах 2012 року ця політична сила набрала менше голосів в області ніж Партія регіонів. На минулорічних виборах до Верховної Ради України делегування політичного капіталу політичних партій - суб'єктів виборчого процесу до кандидатів-мажоритарників та партійних виборчих списків відбувалось двома шляхами: через місце і роль кожної конкретної особистості в становлення і діяльності конкретної політичної сили і в обмін на фінансові, матеріальні чи інформаційні ресурси. Така ситуація була характерна і для опозиції і для партій правлячої коаліції. Тому в список об'єднаної опозиції попало достатньо багато або зовсім невідомих або достатньо одіозних осіб. І навпаки, багато відомих особистостей в цей список не попали. Поєднання реального капіталу з символічним (політичним) капіталом було ідеальною моделлю для перемоги в конкретному виборчому окрузі. Проте сам реальний капітал міг осідати або в партійній касі або залишатись у вигляді певних ресурсів на тому ж окрузі. Особливістю парламентських виборів 2012 року, на нашу думку, було набуття значного політичного капіталу об'єднаною опозицією, що базувався на кредиті довіри виборців до неї і високому рівні недовіри до діючої влади. У більшості мажоритарних округів Центральної та Західної України політичний капітал об'єднаної опозиції став основою для перемоги часто зовсім невідомих кандидатів. В Івано-Франківській області із шести мажоритарних округів у 4 перемогли представники об'єднаної опозиції. У 87 виборчому окрузі переміг Ю. Деревянко, власник реального капіталу який активно працював у окрузі протягом двох років щодо покращення матеріально-технічної бази закладів освіти, культури та охорони здоров'я. У виборчому окрузі № 88 з центром в м. Коломия переміг киянин О. Доній, випередивши представників об'єднаної позиції та влади. Особистий політичний капітал кандидата виявився потужнішим за реальний капітал провладних кандидатів і політичний капітал об'єднаної опозиції. Проте всім переможцям виборчих змагань необхідно пам'ятати, що втратити політичний капітал можна дуже легко і швидко, а

реалізація кредиту довіри виборців потребує складної та постійної праці. При всій проблемності та негативних аспектах капіталізації виборчого процесу, хочеться виділити позитивний момент – неминуче буде відбуватись посилення особистісних характеристик та виявів новообраних депутатів. Ті хто вклали власний капітал і пройшли складності виборчих перегонів об'єктивно прагнутимуть реалізувати особисті амбіції, втілювати роль депутата парламенту а не механічного виконавця чийсь волі. Сучасні процеси у Верховній Раді України це нагально показують.

Економічна складова є важливим і постійним елементом виборчої діяльності, проте демократизація політичної системи вимагає зміни мотиваційних орієнтацій всіх її суб'єктів. Не можна отримати економічну вигоду обравши неефективну і корумповану владу, всякий початковий прибуток нівелюється збитками від економічної та політичної нестабільності, правової незахищеності та адміністративного тиску. Економічні інтереси можуть бути реалізовані лише в наслідок «інституційного індивідуалізму». Видатний соціолог та соціальний філософ Ентоні Гіденс визначив інституційний індивідуалізм як діяльність активного, цілеспрямованого та відповідального індивіда, в свідомості якого починає домінувати розуміння, що задоволення його власних інтересів залежить від демократичного функціонування соціальних інститутів, як і ці інститути від його діяльності [6,с.73]. Як в класичній політекономії «невидима рука» забезпечує розвиток ринкової системи, так в сучасних політико-економічних відносинах інституційний індивідуалізм є способом реалізації інтересів соціальних агентів і засобом демократизації політичних інститутів, в тому числі виборчих. Через вільні демократичні вибори можна створити таку систему влади, яка би гарантувала права і свободи виборця і створювала умови для всебічного розвитку.

Таким чином, політико-економічний аналіз парламентських виборів в Україні 2012 року показує, що існуюча система економічних відносин та ментальні особливості громадян зумовлюють процеси зростання комерціалізації виборчої діяльності. Економічна складова виступає однією із



визначальних характеристик поведінки політичних агентів. В процесі виборчої кампанії політичний капітал стає співвідносним із реальними фінансовими ресурсами. Проте реалізація стратегічних економічних інтересів виборців можлива лише за умови свідомого і відповідального вибору в контексті інституційного індивідуалізму.

#### Список використаних джерел і літератури

1. Бодуен Ж. Вступ до політології : Пер. з фр. / Жан Бодуен. – К.: Основи, 1995. – 174 с.
2. Байме К. Політичні теорії сучасності : Пер. з нім. / Клаус фон Байме. – К: Стилос, 2008. – 396 с.
3. Бурдьє П. Соціологія політики: Пер. с фр. / Пьер Бурдьє. – М.:Socio – Logos,1993. – 330 с.
4. Денисенко В. Аксіологія динаміки політичних процесів / В. Денисенко, В. Климончук. – Львів, Простір-М. 2005, - 245с.
5. Закон «Про вибори народних депутатів України» від 17.11.2011 № 4061-VI [Електронний ресурс].–Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4061-17>.
6. Giddens E. The Third Way: the renewal of social democracy/ E. Giddens. - Cambridge: Polity Press, 1998. – 320 S.
7. Downs A. An Economic theory of Democracy/ A. Downs. – New York:Harper, 1957. – 220 S.

**Igor Dotsyak.** 2012 Parliamentary Elections in Ukraine: Political and Economic Dimension

The article deals with the economic bases of the electoral process in Ukraine. The model of the political market in the system of political and economic relations is analyzed. The nature of the political capital is distinguished, and its role in securing the victory in the 2012 parliamentary elections is determined. The importance of institutional individualism for realization of political agents' economic interests is substantiated.

Key words: political market, political capital, political and economic relations, institutional individualism.