

# Особенности современной электоральной культуры в США: на примере президентских выборов 2024 года

И.А. Возмитель, М.М. Мchedlova

Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, Москва, Российская Федерация

## АННОТАЦИЯ

Статья посвящена всестороннему обзору понятия «электоральная культура», в частности рассмотрению данного понятия на примере президентских выборов в США в ноябре 2024 г. В статье проанализированы как более общее понятие – политическая культура, так и частное от него – электоральная культура, на котором особенно заострено внимание. Цель исследования – рассмотреть понятие электоральной культуры как в теоретическом поле, так и в эмпирическом, основываясь на специфике культуры на президентских выборах США. Электоральная культура в США обладает собственными отличительными чертами, которые отличают ее от культур других стран, что представляет интерес в исследовании. Исследование базируется на социологическом подходе, включающем в себя вторичный анализ данных, а также наблюдение за поведением граждан США, в частности молодежи, в ходе президентской кампании. Использован анализ статистических данных, а также научных и исторических публикаций за разные периоды времени. Актуальность исследования приобретает в связи с неоднозначностью в трактовке определения электоральной культуры в политической науке, а также в связи с рассмотрением устоявшихся особенностей электоральной культуры США в настоящее время. Результаты исследования показали, что молодое поколение базирует свой выбор на рациональных оценках, стремясь максимизировать собственную выгоду от того или иного кандидата. Выводы авторов показывают важность исследования электоральной культуры как отдельного понятия в политической науке, а показанный пример президентских выборов в США отмечает важность этого подхода для изучения электоральных процессов в любой стране. **Ключевые слова:** электоральная культура; политическая культура; США; выборы президента; Дональд Трамп; молодежь; электоральное поведение

**Для цитирования:** Возмитель И.А., Мchedlova М.М. Особенности современной электоральной культуры в США: на примере президентских выборов 2024 года. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2025;15(6):112-119. DOI: 10.26794/2226-7867-2025-15-6-112-119

# Features of Modern Electoral Culture in the United States: On the Example of the 2024 Presidential Election

I.A. Vozmitel, M.M. Mchedlova

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation

## ABSTRACT

The article is devoted to a comprehensive review of the concept of “electoral culture”, in particular, the consideration of this phenomenon on the example of the US presidential election in November 2024. The article analyzes both a more general concept – political culture, and a particular one – electoral culture, which is particularly emphasized. The purpose of the study is to consider the concept of electoral culture both in the theoretical field and in the empirical one, based on the specifics of culture in the US presidential election. The electoral culture in the United States has its own distinctive features that distinguish it from the cultures of other countries, which is of interest in the study. The study is based on a sociological approach that includes secondary data analysis, as well as monitoring the behavior of US citizens, particularly young people, during the presidential campaign. The analysis of statistical data, as well as scientific and historical publications for different time periods are used. The research becomes relevant due to the ambiguity in the interpretation of the phenomenon of electoral culture in political science, as well as in connection with the consideration of the well-established features of the electoral culture of the United States in the present. The results of the study showed that the younger generation based their choice on rational estimates, seeking to maximize their own benefits from one candidate or another. The authors' conclusions show the importance of studying electoral culture as

a separate concept in political science, and the example of the US presidential election showed the importance of this phenomenon for studying electoral processes in any country.

**Keywords:** electoral culture; political culture; USA; presidential election; Donald Trump; youth; electoral behavior

**For citation:** Vozmitel I.A., Mchedlova M.M. Features of modern electoral culture in the United States: On the example of the 2024 presidential election. *Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2025;15(6):112-119. DOI: 10.26794/2226-7867-2025-15-6-112-119

## ВВЕДЕНИЕ

«Политическая культура» — понятие, на протяжении длительного времени редко встречающееся в научных работах отечественных и зарубежных авторов. Однако сегодня данное понятие весьма популярно в российском политическом дискурсе, а отсыл на его особенности и специфику можно встретить во множестве политологических исследований, а также в текстах публичных деятелей. Именно разнородность использования данного понятия размывает понятийные рамки, что создает проблемы для формирования единственно верной коннотации. Следовательно, в настоящее время стоит вопрос выделения единственно верного определения, с помощью которого возможно ориентироваться при научном анализе той или иной проблемы.

В данном случае важно также рассматривать политическую культуру в разрезе соотношения данного термина с электоральной культурой. Электоральная культура, в отличие от политической, является понятием, находящимся немного «в тени», а его употребление в социальных науках в отечественной литературе стало использоваться относительно недавно. Рассматриваемые понятия обладают собственными определениями и часто используются ситуационно, при этом в некоторых случаях даже могут заменять друг друга. Несмотря на разную сферу применения, в научных исследованиях, где эти термины рассматриваются в рамках той или иной проблемы, их определения существенно упрощаются и практически приравниваются. В связи с этим четкое разграничение между культурой электоральной и политической крайне необходимо для предотвращения неоднозначных и искаженных интерпретаций явлений, подпадающих под их описание [1].

В общем и целом специфика политической культуры по отношению к электоральной не вызывает споров в социальных науках, поскольку понятие «электоральная культура» имеет более узкоспециализированное определение, что ограничивает поле его применения в научных исследованиях.

В последнее время понятие «электоральная культура» стало использоваться достаточно широко для описания электоральных процессов. Однако

остаётся проблема, что данный термин интерпретируется неверно, а также, в некоторых работах, приравнивается к определению «политическая культура». Часто авторы не предпринимают попыток связать оба понятия, либо утверждают, что «электоральная культура» является подмножеством второй, либо подчеркивают их параллельность [2].

Цель исследования заключается в изучении понятия «электоральная культура», а также рассмотрения электоральной культуры на выборах президента США в 2024 г.

США являются страной с богатой электоральной историей, а также с уникальными особенностями культуры и факторами, влияющими на электоральное поведение граждан. Именно поэтому на примере США можно проанализировать специфику электоральной культуры и ее изменения по сравнению с устоявшимися характеристиками.

В основе исследования лежит обзор вышеназванных понятий, проводится сравнение и рассмотрение электоральной культуры на примере выборов президента США в 2024 г. В исследовании использован социологический подход, включающий в себя вторичный анализ данных опроса в качестве метода исследования; проанализированы данные из результатов опросов до выборов президента США в 2024 г. и после окончания выборов.

Актуальность исследования понятия «электоральная культура» связано с несколькими факторами:

- понятие используется достаточно редко в западной литературе;
- понятие часто приравнивается к понятию «политическая культура» в отечественной и зарубежной литературе;
- исследование выборов в президенты США в 2024 г. может отразить современную электоральную культуру граждан США, а также факторы, влияющие на электоральное поведение в ходе выборов.

## КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ РАМКА ИССЛЕДОВАНИЯ ЭЛЕКТОРАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

Для понимания и определения концептуальной рамки термина «электоральная культура» важно соотнести понятия политической и электоральной

культуры. Начать следует с политической культуры, принимая это понятие за более широкое, охватывающее все аспекты политического поведения и взаимодействия граждан с институтами власти.

Политическая культура — фиксированное понятие, используемое очень часто в политическом дискурсе, однако имеет свои недостатки и противоречия. Теория политической культуры не выдвигает собственной онтологии и эпистемологии, а сосредотачивается на сравнительном анализе, не требуя предварительного обоснования сущности и механизмов работы изучаемых явлений. С этой точки зрения можно определить конкретные функции политической культуры в политологии, но нужно всегда помнить о том, что это понятие не имеет четкой коннотации и является противоречивым [3].

Можно дать следующее определение политической культуры — это ценности и отношение людей ко многим политическим явлениям в обществе, в частности, к политическим деятелям [4]. В более широком смысле можно сказать, что политическая культура входит в часть общей культуры, которая, в свою очередь, связывается с политической сферой общества<sup>1</sup>. В различных дискуссиях также можно рассмотреть вопрос анализа региональных политических культур [5, с. 3]. В работах Алмонда и Вербы политическая культура сравнивается со страновым уровнем [6].

Учитывая представленные определения, зафиксируем, что электоральная культура — это совокупность политических норм, ценностей и правил, определяющих поведение людей во время выборов и других электоральных процессов [7].

Хотя определения этого понятия могут различаться в зависимости от контекста, предложенное описание отражает его основное значение для анализа подобных явлений.

Разделение политической культуры и электоральной культуры как объектов исследования не вызывает особых разногласий в научном сообществе. Термин «электоральная культура» встречается в исследованиях не так часто, но, как правило, подразумевается под ним что-то более узкого масштаба, чем политическая культура, как мы уже посмотрели на основе выдвинутых определений. Электоральный период в жизни общества не является постоянным, следовательно, электоральная культура может быть рассмотрена только во время

политических выборов. Из вышесказанного следует вывод, что электоральная культура формируется только тогда, когда политическая жизнь общества наполняется электоральными и выборными процедурами [8].

В данном случае важно также рассмотреть термин электорально-правовой культуры, поскольку это понятие также соотносится с электоральной культурой и является более масштабным, а также затрагивает всех участников электорального процесса. В традиционном смысле электорально-правовая культура — это культура участия в государственном управлении и практика применения избирательного законодательства [9]. В качестве особенностей электорально-правовой культуры можно выделить: сосредоточенность на правовом регулировании всего электорального процесса, объединение культурных и правовых аспектов, и она включает в себя юридические институты. Важно понимать тот факт, что понятия «электоральная» и «электорально-правовая культура» являются взаимодополняющими и формируют целую картину электорального процесса.

Электоральная культура анализируется, в основном, в ходе электоральной кампании, базируясь на культуре электорального процесса, которая включает в себя традиции и ценности того или иного общества и электоральное поведение граждан. Традиции и ценности общества подразумевают тот факт, что выбор гражданами в ходе электорального процесса может быть обусловлен групповой принадлежностью. Электоральная культура на основе различных электоральных моделей поведения может рассматриваться в качестве взаимоотношения разных групп, которые различны по отношению к власти, партиям и методам участия в социально-политической жизни государства.

В состав электоральной культуры входит множество элементов анализа, такие как: отношение к выборам как форме поведения; самоопределение граждан к партиям или к лидерам и кандидатам; ориентации граждан в ходе выборов (например: религиозные, традиционные); конфликты интересов как внутри группы, так и межгрупповые; общественные установки в отношении политических институтов и традиций. Как было отмечено ранее, электоральная культура, по существу, пребывает в состоянии покоя и активизируется лишь во время избирательных кампаний, а культура, с ее отличительными чертами, наиболее ярко проявляется в избирательных предпочтениях и поведении избирателей. Исходя из этого, большое количество

<sup>1</sup> Ионин Л.Г. Социология культуры. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004. 427 с.

во исследователей рассматривают политическую культуру в качестве электоральной только в ходе проведения электоральных кампаний.

Теперь стоит рассмотреть функции электоральной культуры. Важно отметить тот факт, что функции электоральной культуры сильно похожи на функции, выполняемые культурой в общем. В политической науке выделяются следующие функции электоральной культуры: первая — культурно-историческая функция, то есть граждане на протяжении всей жизни накапливают опыт в политической жизни и используют индивидуальные ориентиры. Вторая функция — распределение ролей в политическом поле, а также контроль за выполнением данных ролей. Третья — разработка и апробирование новых требований к участию граждан в политической жизни, в частности в электоральном процессе, и различным формам социального взаимодействия. Четвертая — распространение и накопление информации, которая будет использована в ходе электорального периода. Последняя функция заключается в политической идентификации как личности, так и различных групп. Развиваясь в рамках разрешения межгрупповых политических и социальных конфликтов, электоральная культура выступает как неотъемлемое условие для сохранения целостности общества и поддержания общественной стабильности. Именно поэтому она получила признание в качестве ключевого социального механизма, без которого сложноорганизованные общества не могут воспроизводить и совершенствовать свои политические и социальные установки [10, с. 112].

Углубляясь в электоральную культуру, стоит подчеркнуть важность изучения электорального поведения. Ряд поведенческих и социальных факторов связаны с индивидуальным поведением при голосовании. Основными факторами, определяющими выбор кандидата, являются оценки черт характера кандидатов, деятельности правительства, ориентация на конкретные вопросы политики, партийная идентификация и идеология. Что касается демографических или социальных факторов, то раса, религия, социально-экономический статус, пол, семейное положение и возраст являются характеристиками, которые наиболее тесно связаны с голосованием за последние несколько десятилетий<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Voting Behavior in the 2020 Election. URL: <https://www.icpsr.umich.edu/web/pages/instructors/setups2020/voting.html>

Подводя итоги, на основе проведенного исследования понятий можно утверждать, что электоральная культура является более узким понятием по сравнению с распространенной политической культурой. В качестве электоральной культуры принято обозначать совокупность особенностей политической культуры, поведенческих установок и уровня политического участия избирателей во время избирательных кампаний. Электоральная культура зачастую рассматривается с точки зрения субъективного подхода, то есть анализируется в качестве совокупности индивидуальных предпочтений, традиций, взглядов и оценки электоральной практики, а также в ней учитываются особенности поведения общества, социальных групп, межгрупповых взаимодействий в электоральных процессах [11, с. 40].

### ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА НА ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРАХ США

В рамках рассмотрения электоральной культуры в США важно выделить сформировавшиеся особенности, которые отличают культуру США от культуры других стран. В первую очередь стоит выделить активную гражданскую позицию у американского населения, что включает в себя активное выражение собственных интересов и готовность включения в политическую повестку и участие в ней. Во-вторых, у граждан США в приоритете выбора стоит практическая собственная выгода, т.е. любой голос, который отдает гражданин США, направлен на получение некоторых благ. Здесь также стоит отметить, что кандидаты и лидеры предоставляют избирателям подробные планы и стратегии по социально-экономическому и политическому развитию страны. В-третьих, в США наблюдается такая тенденция, при которой социально-экономические факторы страны отходят на второй план, а на первый выходят факторы местного уровня. Финальным отличием электоральной культуры США можно выделить полную трансляцию через СМИ актуальной информации по происходящим электоральным процессам.

В рамках рассмотрения понятия «электоральная культура» на примере США в данной статье будет рассмотрено электоральное поведение молодежи в выборах президента США в 2024 г. Это поможет улучшить понимание ключевых факторов и мотиваций, которые направляли молодое поколение в 2024 г., а также на основе этого определить электоральную культуру США в тот период.

В данном случае будет изучена одна из наиболее важных подгрупп электората — молодежь, к которой обычно относятся лица в возрасте от 18 до 35 лет. С самого начала предвыборной кампании 2024 г. в США наблюдались признаки возможного низкого уровня участия молодых избирателей в голосовании<sup>3</sup>. Однако по мере приближения выборов ситуация менялась и интерес к выборам у молодежи возрастал: влияние молодых избирателей становилось все более значительным в президентской гонке. Молодые избиратели в возрасте до 35 лет составляют примерно 29% национального электората. Всего около 8,3 млн молодых граждан стали новыми избирателями и впервые смогли проголосовать на президентских выборах.

Нужно понимать, что молодые избиратели имеют большой потенциал влиять на выборы, поскольку, например, молодых людей до 35 лет на Национальном съезде Демократической партии в августе 2024 г. было представлено около 21% из всего числа делегатов. Приблизительные цифры указывают на то, что у этой подгруппы избирателей был потенциал повлиять на президентские выборы. Однако реализация этого потенциала была сильно зависима от того, примут ли участие в выборах молодые американцы и будут ли они принимать участие с высокой явкой<sup>4</sup>.

Молодежное голосование в Соединенных Штатах отличается поразительным разнообразием и делает молодую избирательную группу самой многогранной из всех возрастных групп в стране, поскольку молодые люди до 35 лет, помимо американцев, идентифицируют себя следующим образом: 22% считают себя латиноамериканцами, 14% — чернокожими, представителями разных рас и американцами азиатского происхождения — еще по 4 процента<sup>5</sup>.

Различия в составе молодых избирателей значительно сказываются на их позициях по ключевым социально-экономическим вопросам, поскольку представители молодежи сталкиваются с такими проблемами, как задолженность, трудности с жи-

лем и медицинским обслуживанием, причём в неодинаковой степени. В связи с тем, что эти вопросы все чаще определяют приоритеты при голосовании, голос молодежного сообщества в ноябре оказал ощутимое влияние. Данное разнообразие также подчеркивает тот факт, что электоральная культура в США подверглась трансформации, и приоритеты стали изменяться.

Молодые американцы сталкиваются с огромными экономическими проблемами, и всем молодым американцам пришлось задуматься о том, как еще больше увеличить свои доходы, поскольку цены на товары повседневного спроса постоянно росли после 2022 г., а также важно отметить тот факт, что молодые американцы ощущают эту экономическую боль в большей степени, чем пожилые американцы. Можно сказать, что молодые избиратели испытывают сложный экономический стресс. Это включает в себя резкое повышение стоимости аренды и ипотеки, из-за чего многие были вынуждены вернуться к жизни со своими родителями; резкое повышение стоимости высшего образования, из-за чего у них образовались долги за обучение; и ограниченные возможности трудоустройства даже для тех, у кого есть высшее образование. Сейчас эти проблемы стоят более остро, чем в 2020 г., даже в условиях пандемии COVID-19<sup>6</sup>. В 2022 г. инфляция достигла среднего уровня в 8%, достигнув максимума в 9,1% в июне — самого высокого уровня с начала 1980-х годов. Этот всплеск инфляции привел к росту цен почти на 20%, что привело к увеличению стоимости товаров первой необходимости, включая продукты питания, энергоносители и аренду жилья. Хотя по состоянию на июль 2024 г. этот показатель снизился до 2,9%, многие молодые американцы по-прежнему считали цены слишком высокими.

Молодые люди испытывают финансовые трудности иначе, чем взрослые, поскольку они относительно недавно пришли на рынок труда, пытаются самоутвердиться и зарабатывают значительно меньше, чем их коллеги старшего возраста. В конечном счете, это приводит к тому, что у молодых людей становится меньше сбережений и больше долгов, что способствует возникновению цикла финансовой нестабильности. Фактически, средний размер задолженности по кредитным картам увеличился примерно на 14% с 2022 по 2023 г. Также молодые люди в «цветных сообществах», как правило, имеют

<sup>3</sup> For Biden, youth vote polling is a warning, not the apocalypse, URL: <https://www.brookings.edu/articles/for-biden-youth-vote-polling-is-a-warning-not-the-apocalypse/>

<sup>4</sup> Gen Z Voted at a Higher Rate in 2022 than Previous Generations in their First Midterm Election, URL: <https://circle.tufts.edu/latest-research/gen-z-voted-higher-rate-2022-previous-generations-their-first-midterm-election>

<sup>5</sup> Generation Z is the most racially diverse and fastest-growing segment of the electorate, URL: <https://www.nbcnews.com/meet-the-press/meetthepressblog/gen-z-diverse-fastest-growing-segment-electorate-rcna66517>

<sup>6</sup> Impact Of Coronavirus (COVID-19) On College Tuition And Finances, URL: <https://www.forbes.com/sites/andrewdepietro/2020/06/02/impact-covid-19-tuition-finance/>

более низкие кредитные рейтинги, чем в «белых сообществах», что усугубляет долговые циклы<sup>7</sup>.

Опрос AP VoteCast позволил избирателям выбрать один из девяти вопросов в качестве «наиболее важных для страны». Сорок процентов молодежи выбрали «экономику и рабочие места», 13% — аборт, а 11% — иммиграцию в качестве наиболее важных. Молодые голосующие чаще других возрастных групп ставили аборт на первое место в списке своих приоритетов, но они же считали его вторым по важности. В то же время, другие возрастные группы чаще всего выбирали иммиграцию как главный приоритет, а аборт занимал более низкие позиции в их рейтинге<sup>8</sup>.

На президентских выборах выбор молодых людей определялся их приоритетами. Молодежь, ставившая во главу угла экономику и рабочие места (что, безусловно, было главной проблемой для молодежи), проголосовала за Дональда Трампа с отрывом в 24 балла. А молодые люди, которые больше всего интересовались иммиграцией, поддержали Трампа почти на 70 баллов.

Возвращаясь к понятию электоральной культуры, можно прийти к выводу, что, несмотря на этот сдвиг в представлениях об экономике, люди по-прежнему придерживаются индивидуалистических и натуралистических взглядов, когда речь заходит о работе и трудовых ресурсах, что более ярко выражено у молодого поколения американцев. Одним из движущих факторов оказалась экономика и социально-экономическое состояние страны, которое заставило молодежь выбрать Дональда Трампа в качестве нового президента США. Кроме того, несмотря на то, что люди все чаще признают, что выбор правительства определяет то, как работает экономика, понимание людьми того, как это работает, как правило, весьма ограничено<sup>9</sup>.

## ВЫВОДЫ

В ходе анализа были рассмотрены базовые теоретические положения понятий политической и электоральной культуры, включая их сущность, структурные составляющие и функциональные осо-

бенности. В статье отмечалось, что политическую и электоральную культуры стоит рассматривать в соотношении общего и конкретного. Политическая культура, по своей сути, включает в себя электоральную культуру и испытывает на себе воздействие гражданской культуры.

Понятие «электоральная культура» используется в связи с необходимостью четкой методологии исследования и опыта в научных парадигмах в политической науке для рассмотрения отдельно культурных аспектов электорального поведения в период выборов. Стоит также отметить сложность изучения паттернов в функционировании электоральной культуры, поскольку она включает в себя множество факторов и процессов как в политической и социальной, так и в экономической областях.

Как показало исследование, экономические факторы и индивидуальное восприятие этих факторов имеют значение при оценке лидеров и выборе избирателей. Некоторые люди действительно видят связь между своим восприятием экономической ситуации и фактической экономической реальностью, и, несмотря на то, что, например, партийная принадлежность может частично размыть эту связь, она все же сохраняет свою значимость [12].

Исследование взаимосвязи социально-экономических факторов с избирательным поведением на конкретных выборах помогает нам прояснить причины результатов этих выборов, проследить динамику избирательной активности и оценить электоральную культуру в рассматриваемый период в конкретной стране. Анализ электоральной культуры США продемонстрировал описанный факт рационального выбора гражданами. Об этом в первую очередь свидетельствуют высокие требования, предъявляемые кандидатам.

Молодое поколение граждан США продемонстрировало осознанный подход к голосованию на президентских выборах, делая выбор, ориентированный на решение конкретных проблем, что свидетельствует о серьезном стремлении граждан к улучшению социально-экономического положения в стране. На президентских выборах электоральная культура определялась приоритетами молодого поколения граждан США. Большинство молодых избирателей, считающих приоритетными вопросы экономики и занятости (ключевые проблемы), отдали свои голоса за Дональда Трампа. Кроме того, молодежь, наиболее обеспокоенная темой иммиграции, также высказалась в поддержку этого кандидата.

<sup>7</sup> Why young adults in minority communities tend to start out with lower credit scores, URL: <https://www.cnbc.com/2022/09/08/why-young-adults-in-minority-communities-have-lower-credit-scores.html>

<sup>8</sup> Young People and the 2024 Election: Struggling, Disconnected, and Dissatisfied, URL: <https://circle.tufts.edu/latest-research/2024-poll-barriers-issues-economy>

<sup>9</sup> The State of American Culture 2023–2024, URL: <https://www.frameworksinstitute.org/resources/the-state-of-american-culture-2023–2024/#Finding%204>

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Грунт Е. В. Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования. Екатеринбург. 2012;(1):1556. URL: <https://elibrary.ru/wxwqav>
2. Фадеева Л. А. «Электоральная культура»: теоретический конструкт или очередная концептуальная натяжка? *Российское электоральное обозрение*. 2010;(1):32–37. URL: <http://www.vibory.ru/analyt/REO-5/Fadeeva.pdf>
3. Welch S. The Theory of Political Culture. *Oxford University Press*; 2013. 288 p. DOI: 10.1093/9780199553334.001.0001
4. Obeidi A. S. M., Obeidi A. Political Culture in Libya. *Routledge*; 2001. 296 p. DOI: 10.4324/9780203037003
5. Туровский Р. Ф. Региональное измерение электорального процесса. *Общественные науки и современность*. 2006;(5):1–20. URL: <https://www.elibrary.ru/hvarjf>
6. Almond G. A., Verba S. The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations. *Princeton*; 1963. 584 p. DOI: 10.2307/2146705
7. Орешкин Д. Б., Орешкина Д. Д. География электоральной культуры России. *Общественные науки и современность*. 2006;(5):20–34. URL: <https://www.elibrary.ru/pkcyrv>
8. Goldfarb, Jeffrey C. Reinventing political culture: The power of culture versus the culture of power. *Polity*; 2012. 210 p. DOI: 10.1086/669072
9. Федоров В. И. Электоральная культура как фактор транзита к электронному голосованию. *Гражданин. Выборы. Власть*. 2020;(2):64–76. URL: <https://www.elibrary.ru/rymlgy>
10. Комлева В. В. Электоральная культура как предмет социологического анализа. *Социология власти*. 2003;(6):111–124. URL: <https://www.elibrary.ru/huaped>
11. Лыткина К. А. Теоретические основы изучения феномена электоральной культуры. *Среднерусский вестник общественных наук*. 2016;(1):36–42. URL: <https://www.elibrary.ru/qcsfft>
12. Lewis-Beck C., Martini N. F. Economic perceptions and voting behavior in US presidential elections. *Research & Politics*. 2020;(4):1–6. DOI: 10.1177/2053168020972811

REFERENCES

1. Grunt E. V. Culture, personality, society in the modern world: methodology, empirical research experience. Yekaterinburg. 2012;(1):1556. URL: <https://elibrary.ru/wxwqav> (In Russ.).
2. Fadeeva L. A. “Electoral culture”: A theoretical construct or another conceptual stretch? *Russian electoral review*. 2010;(1):32–37. URL: <http://www.vibory.ru/analyt/REO-5/Fadeeva.pdf> (In Russ.).
3. Welch S. Theory of political culture. *Oxford University Press*; 2013. 288 p. DOI: 10.1093/9780199553334.001.0001
4. Obeidi A. S. M., Obeidi A. Political culture in Libya. *Routledge*, 2001. 296 p. DOI: 10.4324/9780203037003
5. Turovsky R. F. The regional dimension of the electoral process. *Social sciences and modernity*. 2006;(5):1–20. URL: <https://www.elibrary.ru/hvarjf> (In Russ.).
6. Almond G. A., Verba S. Civic culture: Political attitudes and democracy in five countries. *Princeton*; 1963. 584 p. DOI: 10.2307/2146705
7. Oreshkin D. B., Oreshkina D. D. Geography of Russia’s electoral culture. *Social sciences and modernity*. 2006;(5):20–34. URL: <https://www.elibrary.ru/pkcyrv> (In Russ.).
8. Goldfarb, Jeffrey S. Rethinking political culture: The power of culture versus the culture of power. *Polity*; 2012. 210 p. DOI: 10.1086/669072
9. Fedorov V. I. Electoral culture as a factor of transit to electronic voting. *Citizen. Elections. Power*. 2020;(2):64–76. URL: <https://www.elibrary.ru/rymlgy> (In Russ.).
10. Komleva V. V. Electoral culture as a subject of sociological analysis. *Sociology of power*. 2003;(6):111–124. URL: <https://www.elibrary.ru/huaped> (In Russ.).
11. Lytkina K. A. Theoretical foundations of studying the phenomenon of electoral culture. *Central Russian Bulletin of Social Sciences*. 2016;(1):36–42. URL: <https://www.elibrary.ru/qcsfft> (In Russ.).
12. Lewis-Beck K., Martini N. F. Economic perception and behavior of voters in the US presidential election. *Research and policy*. 2020;(4):1–6. DOI: 10.1177/2053168020972811

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / ABOUT THE AUTHORS

**Иван Андреевич Возмитель** — аспирант, факультет гуманитарных и социальных наук, Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, Москва, Российская Федерация

**Ivan A. Vozmitel** — PhD student, Faculty of Humanities and Social Sciences, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation

<https://orcid.org/0009-0009-7386-9341>

*Автор для корреспонденции / Corresponding autor:*

1142240465@pfur.ru

**Мария Мирановна Мchedlova** — доктор политических наук, профессор, заведующая кафедрой сравнительной политологии, Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, Москва, Российская Федерация

**Maria M. Mchedlova** — Dr. Sci. (Polit.), Prof., Head of the Department of Comparative Politics, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation

<https://orcid.org/0000-0002-4635-1741>

mchedlova-mm@rudn.ru

*Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.*

*Conflicts of Interest Statement: The authors have no conflicts of interest to declare.*

*Статья поступила 31.07.2025; принята к публикации 20.10.2025.*

*Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.*

*The article received on 31.07.2025; accepted for publication on 20.10.2025.*

*The authors read and approved the final version of the manuscript.*