

**UDC 323.21 (477)**

**Igor Polishchuk**

Doctor of political science, professor, professor of the department of sociology and political science, Yaroslav Mudryi National law university  
e-mail: i\_polischuk@ukr.net

**PHENOMENON OF ELECTORAL CULTURE IN TRANSITIVE SOCIETIES**

**Abstract**

The purpose of the paper is to show in a holistic form the scientific category «electoral culture» and its place in the scientific apparatus of political science. Applied a complex of general scientific and specific methods of scientific research, which are inherent in political science: system analysis, induction, behaviouristic method. The phenomenon of electoral culture as an important indicator of the development of transitive societies is considered. The definition of the term «electoral culture» is presented, the mechanism of formation of the electoral culture of the individual is revealed. Electoral culture is a stable system of knowledge, assessments and norms of electoral behavior and electoral relations, the electoral process as a whole, collective memory of people about electoral processes. Electoral culture has long been latent and is manifested and updated only during election campaign periods. In transitive societies, the real political functions of most citizens are limited to their participation in elections. It is shown that the indicators of the development of the electoral culture of a particular nation are electoral legislation, advertising campaigns aimed at supporting the political forces and their candidates for elected positions, as well as the final results of the elections. On the other hand, the mentioned factors are procedural periods, the characteristic features of which are determined by the national political and cultural factor. Political systems and institutions function properly only when implemented in an adequate cultural context, and actors operating in these systems have the appropriate characteristics. In transitive societies, the mechanism of electoral choice most adequately reflects the voting model for a positive image. It is concluded that the model of national-cultural identification is the most urgent for the entirely unformed Ukrainian nation.

**Keywords:** electoral culture, transitive society, Ukraine, democracy, political elections.

## УДК 323.21 (477)

### Поліщук Ігор Олексійович

Доктор політичних наук, професор кафедри соціології та політології Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого

e-mail: i\_polischuk@ukr.net

## ФЕНОМЕН ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ У ТРАНЗИТИВНИХ СУСПІЛЬСТВАХ

### Резюме

Мета статті полягає у тому, щоби показати у цілісному вигляді наукову категорію «електоральна культура» та її місце в науковому апараті політичної науки. Застосовувався комплекс загальнонаукових та специфічних методів наукового дослідження, які притаманні політичній науці: системний аналіз, індукція, біхевіористичний метод. Розглядається феномен електоральної культури як важливий індикатор розвитку транзитивних суспільств. Подається визначення поняття «електоральна культура», розкривається механізм формування електоральної культури індивіда. В транзитивних соціумах реальні політичні функції більшості громадян обмежуються їхньою участю у виборах. Робиться висновок, що для до кінця не сформованої української нації найбільшу актуальність має модель національно-культурної ідентифікації.

**Ключові слова:** електоральна культура, транзитивне суспільство, Україна, демократія, політичні вибори.

### 1. Вступ

У транзитивних суспільствах кожен нові вибори задають чи корегують вектор розвитку цих суспільств, тому зазвичай мають для них «доленосне» значення. Ще раз варто наголосити, що в соціумах з розвинутою демократією громадяни мають широке коло можливостей брати участь в політичному житті своєї країни або, бодай, впливати на ухвалення важливих політичних рішень. В транзитивних суспільствах реальні можливості громадян стосовно докладання політичних зусиль обмежуються в основному електоральними функціями. Це обумовлює зростаючу питому вагу електоральної культури взагалі в структурі політичної культури націй, що переживають період трансформації, адже вона починає виступати як найважливіший показовий елемент їхньої політичної культури як такої. Звідси плідотворним є виділення в окрему, самостійну категорію поняття «електоральна культура».

### 2. Методи дослідження

Феномен електоральної культури можна вивчати за умов використання сукупності загальнонаукових та специфічних методів наукового дослідження, які притаманні політичній науці: системний аналіз, індукція, біхевіористичний метод.

Проблему електоральної культури транзитивних суспільств вивчають вітчизняні вчені О. Балакірева, О. Валевський, А. Балашова, І. Жданов, О. Заярна, О. Кордун, Р. Павленко, Г. Почепцов, В. Лісничий, О. Петров, М. Побокін, Ю. Сурмін, Д. Наріжний, Ю. Яновська та ін. Серед зарубіжних авторів, які в тій або іншій мірі досліджують заявлену проблему і пов'язані з нею питання, слід назвати Р. Арона, П. Бурдьє, Е. Даунса, М. Дюверже, А. Кемпбелла, А. Лейпхарта, М. Макфола, А. Надаїса, Дж. Наполітана, С. Роккана, Дж. Сартори, Р. Таагапера, М. Уоллестайна, М. Фіоріні, М. Шугарта та ін.

### 3. Результати

Національна електоральна культура є глобальним регулятором поведінки суб'єктів виборчого процесу в тій чи іншій країні. Їй притаманні такі параметри: типове ставлення населення

до влади, виборів як процедури народного волевиявлення, рівень довіри владним інституціям, специфіка національного виборчого законодавства, ідеологічні орієнтації, мотивація та голосування, ставлення до опонентів, електоральна активність, характер домінуючих виборчих технологій, типові засоби політичної боротьби в ході проведення виборчих кампаній тощо. Все це визначається не тільки поточною ситуацією, а й політичними традиціями конкретного народу. Рівень консолідованості та централізованості електоральної культури є значно нижчим у суспільстві з патронажно-клієнталістськими відносинами.

Електоральна культура (культура політичних виборів)—це сукупність типових, відносно сталих знань, уявлень, настанов, переконань, цінностей, символів, орієнтацій, навичок, зразків поведінки, які проявляються у виборчому процесі та транслюються від генерації до генерації певної нації, але мають істотний трансформаційний потенціал та проступають в діяльності суб'єктів електорального процесу та у функціонуванні демократичних інститутів [1, с. 72].

Електоральна культура виявляється у сприйнятті та ставленні до виборчого законодавства, партій, кандидатів, виборчих комісій, у самоідентифікації себе як прихильника тієї чи іншої партії, політичної сили, у реалізації свого права на голос. Іншими словами, електоральна культура—це відносно стійка система знань, оцінок і норм електоральної поведінки й електоральних відносин, виборчого процесу в цілому, колективна пам'ять людей про виборчі процеси. Можна сказати, що електоральна культура—це своєрідна «активна» частина політичної культури, особливість якої полягає ще й у її динаміці та ритмі (яскраво це проявляється в постсоціалістичних країнах, зокрема в Україні та Росії, де виборчі кампанії починаються тільки за рік-півтора до дня голосування, у той час як на Заході зазвичай проводять кампанію від одного дня голосування до іншого відповідно до виразу «Наступна кампанія розпочинається наступного дня після оголошення результатів попередньої»). Тож, електоральна культура тривалий час перебуває в латентному вигляді і проявляється та актуалізується тільки в періоди виборчих кампаній. Електоральна культура несе зміну цих елементів, адже вона і є їхнім джерелом. Прикметно, що сучасні виборчі кампанії часто бувають важко прогнозованими. У ході їх здійснення за допомогою ЗМІ конструюється нова символічна реальність.

Національне виборче законодавство формується під впливом певних традицій здійснення демократичної процедури тим чи іншим народом. Воно буквально «виростає» з народної історичної традиції, хоча, разом з тим, є підсумком політичної кон'юнктури, результатом досягнення компромісу між сегментами політичної еліти щодо «правил електоральної гри». Але перебільшувати кон'юнктурний елемент не варто, адже врешті-решт ухвалені елітою законодавчі норми у необхідному обсязі доводиться опановувати виборцям. В разі невідповідності законодавчих норм національній традиції електорат може «проголосувати ногами»—проігнорувати вибори як незрозумілу та через це непотрібну процедуру.

PR-кампанії на підтримку кандидатів на виборні посади є одним з найяскравіших індикаторів національної електоральної культури. Більше того, їхній успіх або невдача багато в чому спричиняються відповідністю або невідповідністю сучасному на момент виборів стану політичної культури електорату. Особливо яскраво в PR-кампаніях виявляються іноземні, запозичені з іншого культурного поля, «інновації», які часто-густо віддзеркалює поняття «чорний PR». PR-кампанія завжди є певним іспитом для національних інститутів громадянського суспільства, які ефективно працюють знову ж таки, якщо ґрунтують свою діяльність на політико-культурних традиціях певної нації.

Остаточні підсумки виборів іноді цілком справедливо називають результатами найбільш репрезентативного «соціологічного дослідження» національної електоральної культури в певній країні в конкретний момент її історії. Насамперед, ці підсумки віддзеркалюють активність виборців та їхню ідеологічну орієнтацію. Особливо чітко це простежується у пропорційній виборчій системі, яка віддзеркалює політичну конкуренцію та, як підсумок, розповсюджені ідеологічні уподобання електорату.

Крім того, остаточні підсумки виборів є показником ефективності проведених кандидатами на виборні посади та їх командами PR-кампаній, своєрідним результатом тесту на їхню відповідність стану виборчої культури більшості електорату. Підмурком демократичних відносин виступає ринкова культура. Вона має превалювати над етатистською, що створює умови для функціонування режиму поліархії, де існує реальна політична конкуренція.

Спробуємо систематизувати фактори впливу на електоральну поведінку індивіда, поділяючи їх на зовнішні та внутрішні. При цьому пропонується версія ранжування цих факторів за принципом важливості згори вниз, тобто чим вище розташований той чи інший фактор, тим більше він має значення.

Зовнішні фактори включають системні компоненти, які оточують індивіда у політиці, його соціальній, віковій групі та у соціумі загалом. До них також належать чинники, які визначаються зовнішньополітичними обставинами та певною кон'юнктурою. Внутрішні фактори визначаються політико-антропологічним контекстом. До цих факторів належать особистісно обумовлені характеристики індивіда як громадянина, який впливає на ухвалення політичних рішень та бере участь у політичному (виборчому) процесі, проявляючи себе як «людина голосуюча».

Як бачимо, саме електоральна культура є базовим фактором поведінки виборців, адже вона вибирає в себе всі найважливіші внутрішньопсихологічні чинники індивіда. Електоральна культура індивіда проявляється на декількох рівнях: як члена соціальної спільноти (класу, соціальної групи), як члена національної спільноти: політичні знання, інтереси, уявлення, переконання, цінності, звичаї, традиції, норми, настанови, ідеологічна орієнтація, ставлення до виборів як інституту, уявлення про прийняття та реалізацію політичних рішень тощо. Таким чином, у транзитивних суспільствах саме електоральна культура виступає тим необхідним індикатором, що дозволяє зрозуміти стан розвитку їхньої політичної культури у певний історичний період. Обмеження понятійного поля політичної культури сферою електоральної культури дозволяє виокремити пласт «живої» участі в політиці громадян, які лише навчаються, опановують різні форми демократичної участі у політичному процесі перехідних режимів.

Категоріальне звуження з розмитої натепер концепції політичної культури до концепту електоральної культури у перспективі дозволяє більш точно визначити предмет впливу, «больову точку» політичної еволюції перехідних країн з метою розроблення ефективних технологій впливу на розвиток політичної ментальності населення країн з транзитивними режимами у бік її реальної демократизації.

О. С. Зубченко розглядає поняття електоральна культура як динамічний, багатокомпонентний процес передачі та подальшої легітимації політичної влади в рамках певної політичної культури. Суб'єктивним проявом електоральної культури є електоральна поведінка, об'єктивним — політична взаємодія електоральних акторів з питань змін у виборчій системі, нормах представництва, створення передвиборчих коаліцій, об'єднань тощо. Окремі елементи електоральної культури характеризують дії виборців та електоральних акторів на кожному з її рівнів.

«Електоральна культура — це відкрита система, що констатується діалектичною взаємодією контурів самовідтворення та саморозвитку, являючи собою екстраполяцію протиріччя між державою і громадянським суспільством у сфері політичних виборів» [2, с. 81].

Така універсальна формула дещо ігнорує національну специфіку електоральної культури, яка багато в чому є визначальною, адже виборці завжди є громадянами певної держави. Механізм формування електоральної культури індивіда у загальних рисах можна відобразити у наступній схемі (див. рисунок 1.).

Призначення електоральної культури полягає в забезпеченні кількісного та якісного відтворення демократичних настанов певної нації. Культурна система конкретної нації є формулою підмогою відносно політичної, виборчої системи та лежить в основі інституціональної, нормативної, комунікаційної та ідеологічної систем. Виборча система взаємодіє з культурною

системою через наведені своєрідні підсистеми, що утворюють поле електоральної культури, яке врешті-решт формує культурні характеристики індивіда стосовно виборів.

Культура політичних виборів містить у собі весь комплекс суб'єктивних орієнтацій щодо політики, тобто орієнтації, які визначають позиції громадян у виборчому процесі. До них можна віднести: ставлення до виборів як форми політичної поведінки; партійну ідентифікацію; орієнтацію стосовно лідерів і кандидатів; вихідні чи тематичні орієнтації (оцінка політичних подій); реакцію на політичну реальність. Електоральна культура виявляється у сприйнятті та ставленні до виборчого законодавства, партій, кандидатів, виборчих комісій, у ідентифікації себе як прихильника тієї чи іншої партії, політичної сили, у реалізації свого права на голос.

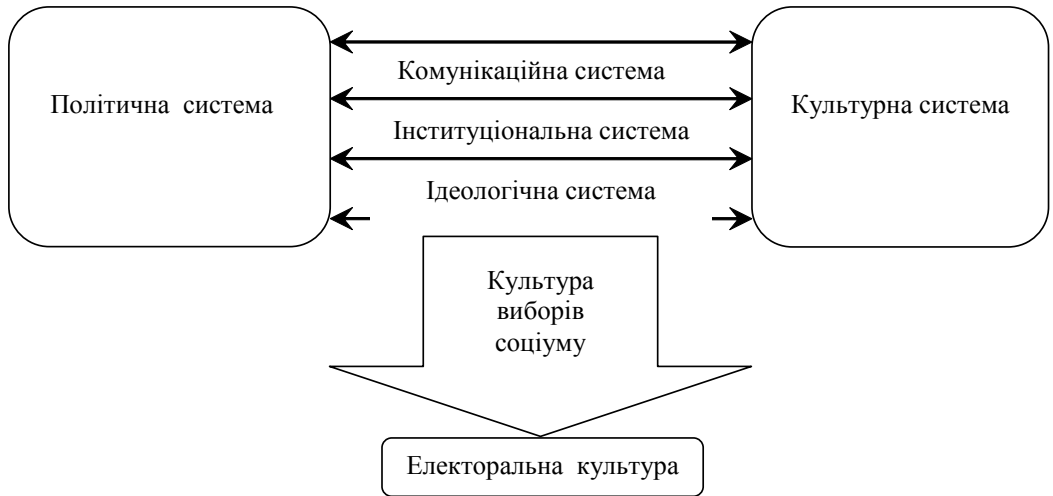


Рис. 1. Механізм формування електоральної культури індивіда

Іншими словами, електоральна культура — це відносно стійка система знань, оцінок і норм електоральної поведінки й електоральних відносин, виборчого процесу в цілому, колективна пам'ять людей про виборчі процеси. Можна сказати, що електоральна культура — це своєрідна «активна» частина політичної культури, особливість якої полягає ще й у її динаміці та ритмі (яскраво це проявляється в постсоціалістичних країнах, зокрема в Україні та Росії, де виборчі кампанії починаються тільки за рік-півтора до дня голосування, у той час як на Заході зазвичай проводять кампанію від одного дня голосування до іншого відповідно до виразу «Наступна кампанія розпочинається наступного дня після оголошення результатів попередньої»). Тож, електоральна культура тривалий час перебуває в латентному вигляді і проявляється та актуалізується тільки в періоди виборчих кампаній.

Політична культура є суперечливою системою, де в постійній динаміці знаходяться минуле, сучасне й прогнозоване майбутнє. Можна говорити про своєрідність політичної культури будь-якої нації відповідно до її історичного процесу. Політична культура є чи не єдиною знаковою схемою, яка при заданих загальних умовах дає на «виході» ті чи інші результати. Таким чином, політична культура є динамічною моделлю, але ця динаміка менше виявляється на рівні всієї системи, а більше — на рівні зміни «питомої ваги» окремих структуроутворюючих взаємозв'язків і відносин між елементами й рівнями. У цьому випадку трансформація політичної культури полягає не у виникненні якісно іншої системи з абсолютно новими елементами, а в прямуванні елементів з одного «рівня впливу» на інший. Якраз у цьому прямуванні важливе значення відіграє саме електоральна культура, яка хоч і є частиною політичної культури, все-таки має дещо інші особливості. Серед цих особливостей — чітко визначені національні (електоральна кампанія відбувається в суверенному суб'єкті), часові і територіальні рамки, за-

лежність від каналів комунікацій, інституціональної, виборчої та ідеологічної системи тощо (див. рисунок 1.).

Електоральна культура несе зміну цих елементів, адже вона і є їхнім джерелом. Прикметно, що сучасні виборчі кампанії часто бувають важко прогнозованими. У ході їх здійснення за допомогою ЗМІ конструюється нова символічна реальність. Така особливість притаманна для епохи модерну, і саме це стало основним недоліком демократичних виборів — можливість приходу до влади внаслідок їх проведення тоталітарних, авторитарних та інших недемократичних правителів та встановлення ними відповідних політичних режимів. Найпоказовіший приклад — приход до влади на виборах у Німеччині в 30-х роках ХХ ст. нациста Адольфа Гітлера.

У цілому варто визнати особливий вплив виборів на загальну політичну культуру. Для масової свідомості період виборчої і особливо агітаційної кампанії стає часом принципово іншого ставлення до політики. Він породжує нові орієнтири, нові судження і стереотипи та навіть нові архетипи в масовій свідомості тієї чи іншої нації. Якщо в період «політичного штилю» політики зазвичай не схильні безпосередньо «мати справу» з масовою свідомістю та зацікавлені сприяти її переходу до пасивного стану, то у період виборчих кампаній вони змушені активно впливати на масову свідомість електорату, закликаючи виборців до реальних дій — реалізації права голосу на свою користь. Стратегія виборчих кампаній базується на двох основних принципах: як мінімум — «Ідіть голосувати!», як максимум — «Голосуйте за нас!» [3, с. 145].

Маркетингова стратегія виборчих кампаній у розвинутих демократіях на Заході спрямована на подолання абсентеїзму та виводу потенційних прихильників на виборчі дільниці. До речі, до подібних механізмів вдається й політична опозиція у «мирний» час, збираючи людей на мітинги, активізуючи їхні політичні установки. Громадяни у період виборчих кампаній отримують набагато більший масив політичної інформації, що переводить їх у інший психологічний стан, примушує більшу частину уваги надавати саме політичним подіям. По суті відбувається зміна співвідношення між класичними складниками політичної ідентифікації — патріархальною, підданською та активістською. Отже, є всі підстави вважати, що в період виборів політична культура виявляється переважно як електоральна, більш концентрована, активна та «політизована».

#### 4. Висновки

Таким чином, можна зробити *наступні висновки*. Як бачимо, саме електоральна культура є базовим фактором поведінки виборців, адже вона вбирає в себе всі найважливіші внутрішньопсихологічні чинники індивіда. Таким чином, у транзитивних суспільствах саме електоральна культура виступає тим необхідним індикатором, що дозволяє зрозуміти стан розвитку їхньої політичної культури у певний історичний період. Обмеження понятійного поля політичної культури сферою електоральної культури дозволяє виокремити пласт «живої» участі в політиці громадян, які лише навчаються, опановують різні форми демократичної участі у політичному процесі перехідних режимів. Категоріальне звуження з розмитої натеper концепції політичної культури до концепту електоральної культури у перспективі дозволяє більш точно визначити предмет впливу, «больову точку» політичної еволюції перехідних країн з метою розроблення ефективних технологій впливу на розвиток політичної ментальності населення країн з транзитивними режимами у бік її реальної демократизації.

Звуження смислового поля політичної культури сферою культури електоральної сприяє виокремленню пласта «живої» участі індивідів у політиці, за умов транзитивних режимів, у яких люди лише навчаються різним формам демократичної участі у політиці.

Показниками розвинутої електоральної культури тієї чи іншої нації є виборче законодавство, рекламно-агітаційні кампанії на підтримку політичних сил та їх кандидатів на виборні посади, а також остаточні підсумки виборів. З іншого боку, названі чинники є процесуальними періодами, характерні особливості яких детермінуються національним політико-культурним фактором. Політичні системи та інституції функціонують належним чином лише тоді, коли впроваджені в адекватний їм культурний контекст, а суб'єкти, що діють в даних системах, мають відповідні характеристики.



У транзитивних суспільствах механізм електорального вибору найбільш адекватно віддзеркалює модель голосування за позитивний образ, яка була розроблена російськими вченими Є. Б. Малкіним і Є. Б. Сучковим. Відповідно до даної моделі, при голосуванні більшість виборців керуються певними «ідеалами» — способом життя («як раніше», «як тепер», «як на Заході») та позитивним образом кандидата. «Позитивний образ» — це певний міф, який створюється в уявленні виборців засобами виборчої кампанії [4, с. 232].

Для до кінця не сформованої української нації найбільшу актуальність має модель національно-культурної ідентифікації, згідно з якою основним мотивом голосування різних сегментів українського електорату є національно-культурна ідентифікація.

## 5. Список літератури:

1. Поліщук І. О. Поняття «електоральна культура» / І. О. Поліщук // Проблеми формування електоральної культури населення: зб. наук. ст. (за матеріалами XVII Харк. політол. читань). — Х.: Право, 2005.— С. 71–72.
2. Зубченко О. С. Електоральна культура: поняття, сутність, структура / О.С. Зубченко // Грані. — 2005. — № 2. — С. 77–82.
3. Кошелюк М. Е. Технологии политических выборов / М. Е. Кошелюк. — 2-е изд., перераб. и доп. — СПб.: Питер, 2004. — 239 с.
4. Малкин Е. Основы избирательных технологий / Малкин Е., Сучков Е. — 3-е изд., расшир. и доп. — М.: Русская панорама, 2002. — 464 с.

## References:

1. Polishchuk I. O., (2005), Ponyattya «elektoralna kultura» / I. O. Polishchuk // Problemy formuvannya elektoralnoyi kultury naselennya: zb. nauk. st. (za materialamy XVII Khark. politol. chytan). — KH.: Pravo, — S. 71–72.
2. Zubchenko O. S., (2005), Elektoralna kultura: ponyattya, sutnist, struktura / O. S. Zubchenko // Hrani. — № 2. — S. 77–82.
3. Koshelyuk M. E., (2004), Tekhnolohyy polytycheskykh vyborov / M. E. Koshelyuk. — 2-e yzd., pererab. y dop. — SPb.: Piter, 2004. — 239 s.
4. Malkyn E., (2002), Osnovy yzbyratelnykh tekhnolohyy / Malkyn E., Suchkov E. — 3-e yzd., rasshyr. y dop. — M.: Russkaya panorama — 464 s.