

І. О. Поліщук, доктор політичних наук, професор,
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

ЕЛЕКТОРАЛЬНА КУЛЬТУРА ТРАНЗИТИВНИХ СУСПІЛЬСТВ

У транзитивних суспільствах кожні 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 у політичному житті своєї країни або бодай впливати на ухвалення важливих політичних рішень. У 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».

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. Усе 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 у діяльності суб'єктів електорального процесу та у функціонуванні демократичних інститутів.

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 в необхідному обсязі доводиться опановувати виборцям. У 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 із 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, поширені ідеологічні вподобання 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.

Зовнішні фактори включають системні компоненти, які оточують індивіда в політиці, його соціальній, віковій групі та в 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 вбирає 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 в політичному процесі перехідних режимів.

Категоріальне звуження з розмитої натепер концепції політичної культури до концепту електоральної культури в перспективі дозволяє більш точно визначити предмет впливу, «більшову точку» політичної еволюції перехідних країн з метою розроблення ефективних технологій впливу на розвиток політичної ментальності населення країн з транзитивними режимами в 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 взаємо-

дія 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». Така універсальна формула дещо ігнорує національну специфіку електоральної культури, яка багато в чому є визначальною, адже виборці завжди є громадянами певної держави. Призначення електоральної культури полягає в забезпеченні кількісного та якісного відтворення демократичних настанов певної нації. Культурна система конкретної нації є формуючою підоймою 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.

І. О. Поліщук, доктор політичних наук, професор;

А. О. Кузьменко, студентка,

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

УКРАЇНСЬКА МЕНТАЛЬНІСТЬ: МИНУЛЕ ТА МАЙБУТНЄ

Через ті події, які нещодавно сталися в нашій країні, українське суспільство почало все більше цікавитися національною історією. Сьогоднішні дні – це час небувалого спалаху національної самосвідомості. Український народ прагне осмислити минуле, розібратись у своєму сучасному житті і знайти орієнтири для кращого життя в майбутньому. Цьому процесу є своє пояснення: українці довго жили за умов несвободи, нерозуміння свого місця у світовій цивілізації. Важливим фактором також є і те, що досить тривалий час наш народ перебував під тиском офіційної радянської пропаганди. А саме, що українці не є самостійним народом, який не може мати ні своєї власної думки, ні політичних, або правових прав, а всі ми лише є частиною великої імперської машини, «радянського народу». Однією з категорій, які допоможуть вирішити гострі сьогодні проблеми, є категорія «ментальність». Важливо наголосити на тому, що сьогодні не існує чіткого визначення терміна «ментальність».