

УДК 327.8: 15

Семченко О. В.*Кандидат політичних наук, докторант кафедри політології Одеської національної академії зв'язку імені О. С. Попова*

МЕХАНІЗМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ

Розглядаються механізми інформаційного забезпечення діяльності політичних партій. Аналізується досвід політичних партій щодо застосування інформаційних технологій. Зроблено висновок про те, що політичні партії через свою інформаційну політику здатні істотно впливати на ступінь сприйняття й оцінки громадськістю державної влади. Саме в цьому вбачається роль політичних партій в інформаційному забезпеченні політичної стабільності.

Ключові слова: політичні партії, механізми інформаційного забезпечення, політична стабільність, державна влада.

Метою даної статті є розгляд механізмів інформаційного забезпечення політичних партій. Завдання статті: проаналізувати досвід політичних партій щодо застосування інформаційних технологій у своїй діяльності.

Застосування інформаційних механізмів у політичних цілях має свою цікаву історію. У 1992 році Демократична партія США опублікувала в Інтернеті біографію свого кандидата в Президенти — Білла Клінтона й деякі його промови [1, с. 115]. У 1996 році 20% кандидатів у президенти стали розміщати в Інтернеті інформацію про себе й свої погляди [2, с. 15]. У 2000 році під час чергової виборчої кампанії через Інтернет мобілізували добровольців для безкоштовної роботи в політичних кампаніях кандидатів. Відомо, що Республіканська партія С. Форбса змогла через Інтернет залучити до активної політичної підтримки близько 30 тисяч виборців [2, с. 16].

На Заході політичні партії використовують спеціалізовані комп'ютерні системи автоматизації політичної діяльності, розроблені ІТ-компаніями, що дозволило поліпшити керованість політичних організацій. У результаті підвищилася якість виборчих кампаній. Ці системи застосовуються для допомоги людям, що приймають рішення в складних умовах. Інформаційні технології систематизують процес залучення прихиль-

ників партії, облік наявних членів партії, набір нових співробітників. За рахунок можливостей ІКТ партії виграють під час проведення виборчих кампаній. Також інформаційні технології полегшують збір, облік і контроль фінансових засобів.

Дослідники відзначають, що «комп'ютерні інформаційно-аналітичні системи забезпечують системний підхід в організації діяльності політичних структур, підвищують ефективність управління й оптимізують використання фінансових, тимчасових, людських ресурсів. Крім того, подібні системи допомагають керівництву партій і штабів оперувати більш точною, своєчасною інформацією...» [3].

Відносини між партіями й суспільством варто аналізувати за допомогою системного підходу Д. Істона, відповідно до якого політична система суспільства функціонує через «вхід-вихід». На вході політична система сприймає вимоги, інтереси й підтримку суспільства, а на виході, як відповідь на це, видає ухвалені рішення. Вхід іде з боку суспільства й дає сигнал політичній системі, а вихід—це реакція на сигнал суспільства. Політична система проявляє зацікавленість до вимог та інтересів суспільства. Суть цього нескінченного процесу в тому, що вихід породжує новий вхід, на який система реагує новим виходом. «Комунікаційна політика політичної системи забезпечує, насамперед, просування й популяризацію політичних (партійних) програм як прагнення до одержання суспільної підтримки» [4, с. 110].

Сучасні масові партії у своєму спілкуванні із прихильниками й з тими, кого вони хочуть бачити в такій якості, активно використовують новітні інформаційно-комунікаційні технології. Таким чином, зв'язки з громадськістю за допомогою ІКТ відіграють ледве не вирішальну роль у створенні популярності політичної сили й залученні суспільної думки на свій бік. Так, наприклад, вважається, що у Великобританії, Італії, Іспанії й Португалії, у порівнянні з іншими країнами, більш налагоджені практики використання медіа-технологій з метою завоювання суспільної думки. Однак в Австрії, Фінляндії й Норвегії, для яких характерний високий рівень ідеологічних протиріч і велика кількість партійних членів, медіа-технології мають менший вплив [4, с. 112].

Всі українські партії розвивають свою комунікативну політику через ЗМІ, в Інтернеті, у соціальних мережах. Таким чином, вони намагаються відновити довіру громадян до партій і стати посередником між владою й суспільством. У розпорядженні українських політичних партій є різні інформаційні механізми. Так, для забезпечення частотої присутності в ЗМІ використовуються адміністративний ресурс, «джинса»—комер-

ційна публікація замовних матеріалів. Може здатися, що використання адміністративного ресурсу в умовах роздержавлення ЗМІ неможливо. Насправді, це не зовсім так. Якщо політична партія, що є парламентською, робить, наприклад, голосну заяву, або ж її висуванець у виконавчій владі робить або не робить якусь дію, немає сумнівів у тому, що це буде відображено у всіх ЗМІ. Однак виявити факти застосування цих технологій непросто, іноді навіть неможливо. Багато чого залежить від таланту автора, який подає матеріал. Ще один механізм, яким, звичайно ж, користуються політичні партії, це харизма лідера. Чим яскравішою є харизма, тим більше з'являється публікацій про лідера і його політичну силу.

Роль ЗМІ для формування іміджу політичної партії вже неодноразово обговорювалася в науковій літературі. Нагадаємо, що саме ЗМІ справляють найбільш значний вплив на суспільну думку. Політичні партії своїх комунікаційних засобів не мають, тому ЗМІ для них — важливий механізм інформаційного забезпечення власного іміджу в очах громадськості. Відповідно політичні партії розробляють цілі стратегії із залучення ЗМІ до реалізації своєї електоральної політики, формування свого позитивного іміджу й руйнування іміджу конкурентів. ЗМІ ж захищені в комунікації з політичними партіями, щоб бути джерелом ексклюзивної інформації про партійне життя. Останнім часом політичні партії прагнуть завоювати інтернет-аудиторію.

Взагалі, слід вказати на неоднозначні відносини між політичними партіями й ЗМІ. Якщо раніше партії займали головну позицію в системі представництва, тим самим забезпечуючи легітимність органів влади, то з бурхливим розвитком медіа партії втратили свої переваги в процесі взаємодії між владою й суспільством. Таким чином, саме ЗМІ вважаються однією із причин, з якої партії втратили своє колишнє політичне значення. А ЗМІ, навпаки, його набули. Більша частина інформаційних потоків між владою й суспільством рухається через ЗМІ, а тепер ще й через Інтернет. Тобто ЗМІ набирають все більшої політичної ваги й починають перебирати на себе інформаційні функції політичних партій. «Електронні медіа застосовують інформаційні й контрольні функції все більшою мірою, тому що вони розглядаються населенням як безсторонні джерела інформації і становлять собою зручні й всеосяжні комунікаційні системи. Зростаюча доступність політичної інформації через медіа зменшила індивідуальні витрати виборців на інформаційне забезпечення, необхідне для прийняття рішень» [5, р. 241].

Зазначена тенденція одержала назву «медіатизації» політики. Завдяки медіа політики й політичні сили одержали більше можливостей привертати до себе увагу електорату й завойовувати прихильників. Нові обставини політичного життя привели до того, що політичні партії стали витрачати більше ресурсів не на прямі контакти з виборцями й партійні з'їзди, а на забезпечення своєї присутності в медіа-просторі. Не дивно, що діяльність, наприклад, уряду, має більше політичної значимості, ніж парламент. Учені пояснюють це тим, що уряд залучає більше уваги журналістів через свою інституціональну функцію як засіб політичної ініціативи й управління [6, р. 40].

Особливо Інтернет-ресурси корисні для партій у період передвиборних кампаній. Інтернет-ресурси є діючим механізмом інформаційного забезпечення стабільності партій, оскільки їхніми важливими перевагами є інформативність, функціональність, сучасний дизайн, підтримка й актуалізація даних, постійне відновлення, використання інтерактивних компонентів і зворотний зв'язок з користувачами. Саме тому Інтернет розглядається політичними партіями як реальний інтерактивний засіб зв'язку з населенням і політичного впливу на виборців. Інтерактивність мережі дозволяє політичним партіям підтримувати постійний зв'язок зі своїм електоратом. Надзвичайно важливою є й дешевизна даного ресурсу мобілізації нових прихильників. Та й фінансові проблеми швидше вирішуються через Інтернет.

Таким чином, можна зробити висновок, що Інтернет забезпечує демократичний доступ до потенційних виборців і прогресивні способи агітації. Сьогодні неможливо знайти жодної партії, що не мала б свого сайту в Інтернеті й сторінки в соціальних мережах.

Першою європейською партією, що за американським досвідом активно застосувала медійні технології у своїх виборчих кампаніях стала ХДС-ХСС. Професіонали в рекламній справі й дослідженнях суспільної думки за допомогою новітніх інформаційних технологій консолідували виборців навколо партії. Зокрема, вони проводили адресну розсилку поштових повідомлень, диференційовану по різних категоріях виборців, знімали й розміщували на телебаченні рекламні ролики, впроваджували телефонно-комп'ютерні методи агітації й збору коштів, Інтернет-чати з відомими партійними політиками, а також Інтернет-технології — «пряма відповідь». Їх приклад наслідували німецькі соціал-демократи, які зуміли домогтися навіть більшого успіху, ніж ХДС-ХСС. Завдяки інформаційним технологіям у 1998 р. Г. Шредер зміг провести інноваційну виборчу кампанію, яка здивувала виборців.

Отже, завдяки інформаційним технологіям взаємини між політичними партіями й виборцями перейшли в нову якість. Важливим інструментом для спілкування з виборцями стали електронні мас-медіа, які істотно підсилили мобілізаційні функції партій, які раніше здійснювалися за допомогою друкованих ЗМІ. Технології, що ще недавно вважалися прогресивними й діючими, наприклад, партійні мітинги, кампанії «від дверей до дверей» і інші технології, застосування яких пов'язане із залученням великої кількості людей, ідуть у минуле, уступаючи прогресивним методам інформаційного суспільства. Доводиться визнати, що електронні ЗМІ стають, поряд з родиною, основним агентом соціалізації й політичної мобілізації.

За допомогою інформаційно-комунікаційних технологій політичні партії відкривають для громадян небачені раніше можливості для політичної участі, що, безсумнівно, сприяє політичній стабільності суспільства. Інтернет для партій унікальний тим, що вони одержують не просто прихильників, а прихильників «просунутих» у технічному й активних у суспільному сенсі.

Ігор Колковський, виконавчий директор кампанії Politsoft систематизував інформаційні продукти, спрямовані на автоматизацію діяльності політичних партій і організацій на будь-якому етапі їхнього функціонування й вирішення різних завдань: управління процесом розвитку партійної структури; автоматизація реалізації політичних проєктів будь-якого типу; координація процесу прийому до партії нових членів і організація обліку всіх членів і прихильників партії; координація між-регіональних і міжнародних зв'язків; моніторинг діяльності виконавчої й законодавчої влади регіону та ін. А також інформаційні системи, які розроблені для підтримки прийняття рішень і зниження ризиків під час реалізації виборчої кампанії, які дають можливість: прогнозувати електоральні настрої за допомогою складних інструментів планування, аналізу й моделювання; контролювати роботу агітаторів; управляти проведенням аналітичних і соціологічних досліджень; визначати ефективність проведення різних політичних заходів; вести моніторинг дій конкурентів; оптимізувати розподіл ресурсів по напрямках, етапах і заходах та ін. [3].

Усвідомивши свій програш засобам масової інформації в боротьбі за роль посередника між суспільством і державою, політичні партії прийшли до розуміння необхідності пошуку нових способів завоювання симпатій громадськості. Так, в 1980-х роках в адміністративних апаратах партій були відкриті служби зі зв'язків із громадськістю, завданням

яких стало формування позитивного образу політичних партій, адресованого суспільству.

Українські політичні партії мають давній досвід із залучення до своїх рекламних кампаній американських, ізраїльських і російських консультантів з піару. Так, наприклад, один із консультантів американського сенатора Джона Маккейна Пол Манафорт допомагав Партії регіонів поліпшувати імідж в Америці [7]. Під час останньої парламентської виборчої кампанії він консультував уже «Опозиційний блок». Також піаром цієї політичної сили займався російський політтехнолог Ігор Шувалов.

Під час останньої передвиборчої кампанії, що запам'ятається як найкоротша в історії України (усього 57 днів), журналісти «Української правди» з'ясували, що за цей час у штабах шести політичних сил, що пройшли в Раду, встигли попрацювати американські, ізраїльські й російські політтехнологи.

Блок Петра Порошенка консультували ті ж політтехнологи, що й під час президентської кампанії. Головним політтехнологом штабу був нинішній заступник глави Адміністрації Президента України Ігор Гринів. Його авторству належать слогани «Жити по-новому» (для президентської кампанії) і «Час єднатися» (для парламентської). Ідея виборів у один тур також належить йому. Однак парламентська кампанія вдалася йому менш, ніж президентська. Також Петра Порошенка консультував Олег Медведєв, який у свій час допомагав Юлії Тимошенко, а пізніше Арсенію Яценюку, коли той очолював політраду «Батьківщини».

«Народний фронт» своєю перемогою на парламентських виборах зобов'язаний політтехнологам Вікторії Сюмар і Сергію Гайдаю. Саме Сюмар належить ідея гасла «Народного фронту» «Сильна команда для складних часів».

Партію «Самопоміч» консультував Олег Березюк, хоча лідер партії Андрій Садовий не любить зізнаватися, що користувався послугами політтехнологів. На сайті партії Олег Березюк позиціонується як експерт у медичній, управлінській, комунікаційній, психологічній, соціальній і освітній сферах. Керівником медіа-кампанії «Самопоміч» на парламентських виборах був піарщик Остап Процик.

Парламентською кампанією «Батьківщини» займалися ізраїльський політтехнолог Таль Зильберштейн, Олександр Абдуллін і Ігор Жданов. «Радикальній партії Олега Ляшка» допомагав політолог Ігор Попов, що розробляв ідеологію. Також над кампанією Ляшко працював директор

Аналітичного центру «Політика» Микола Давидюк й інші однопартійці-радикали — Валерій Ващевський, Марко Гресь, Ігор Мосійчук [8].

Варто врахувати, що політичні партії через свою інформаційну політику здатні істотно впливати на ступінь сприйняття й оцінки громадськістю заходів, здійснюваних органами державної влади — і виконавчої й законодавчої. А значить — впливати на підвищення або зниження рівня довіри до держави. Саме в цьому вбачається роль політичних партій в інформаційному забезпеченні політичної стабільності.

Список використаних джерел:

1. Готун А. Еволюція процесу виборчих кампаній у мережі Інтернет. Досвід США й Великої Британії / А. Готун // Політичний менеджмент. — 2007. — № 3. — С. 113 — 128.
2. Чугунов А. В. Политика и интернет: политическая коммуникация в условиях развития современных информационных технологий / А. В. Чугунов. — Автореферат дис... канд. полит. наук / СПб гос. ун-т. — Ст. — Петербург, 2000. — 36 с.
3. Информационные технологии в политике [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://bizkatalog.ru/articles/computer/polit-ro.php>
4. Каширских О. Н. Политические партии Германии в контексте модернизации политической коммуникации / О. Н. Каширских // Полис. — 2009. — № 2. — С. 108–129.
5. Flanagan S., Dalton R. Parties under Stress. Mair P. (ed.) The West European Party System / S. Flanagan, R. Dalton. — N.Y.: Oxford University Press, 1990. — P. 240 — 242.
6. Sarcinelli U. Demokratie unter Kommunikationsstress? Das parlamentarische Regierungssystem in der Mediengesellschaft / U. Sarcinelli // Aus Politik und Zeitgeschichte. — 2003. — В 43. — P. 39 — 46.
7. Консультант Маккейна имел касательство к работе по заказу Партии регионов [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://new.obzor.westsib.ru/article/239427>
8. Создатели победы. Кто консультировал партии на выборах [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.pravda.com.ua/rus/articles/2014/11/3/7042770/view_print/

Стаття надійшла до редакції 28.01.2015 р.

Семченко О. В. Механизмы информационного обеспечения деятельности политических партий

Рассматриваются механизмы информационного обеспечения деятельности политических партий. Анализируется опыт политических партий относительно применения информационных технологий. Сделан вывод о том, что политические партии посредством своей информационной политики способны существенно влиять на степень восприятия и оценки общественностью государственной власти. Именно в этом видится роль политических партий в информационном обеспечении политической стабильности.

Ключевые слова: политические партии, механизмы информационного обеспечения, политическая стабильность, государственная власть.

Semchenko O.V. The information management mechanisms of political parties

The mechanisms of information support of political parties. The experience of political parties on the application of information technology in their work. Concluded that political parties through its information policy can significantly affect the degree of public perception and evaluation of the government. It is seen in this role of political parties in the information support of political stability.

Keywords: political parties, mechanisms of information security, political stability, State power.