

Ірина Секунова,

в. о. мол. наук. співроб. Фонду президентів України НБУВ

СПЕЦИФІКА ТА ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА ВИВЧЕННЯ ВИБОРЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ

У статті визначено найхарактерніші риси виборчих технологій, розкрито їх структуру та специфіку використання. Автором виокремлено й проаналізовано основні джерела дослідження виборчих технологій, як основних репрезентантів виборчого процесу.

Ключові слова: вибори, виборчий процес, виборча кампанія, виборчі технології, інтернет-ресурси.

Виникнення гострої конкуренції між окремими кандидатами, політичними партіями й блоками на виборах і характерні риси процесу організації і проведення виборчих кампаній, які являють собою певну послідовність операцій, актуалізували проблему технологізації виборчих кампаній. Сучасні виборчі кампанії в Україні характеризуються як складний, заздалегідь спланований процес, який обумовлює прагнення їхніх суб'єктів до раціоналізації своїх дій. У виборчих кампаніях на перше місце виступає не «хто», «що» (кандидат, передвиборна програма і т. ін.), а «як», тобто сукупність прийомів і способів їх практичної організації і проведення. Ускладнення змісту виборчих кампаній і технологій їх організації та проведення зумовлює необхідність детального вивчення специфіки виборчих технологій та основних джерел їх дослідження.

Незважаючи на широкий інтерес до проблеми технологізації виборів з боку представників різних наук та політичних діячів для вітчизняної юридичної науки та практики, тема виборчих технологій та основних джерел їх дослідження є практично новою і маловивченою, про що свідчить відсутність монографічних робіт і дисертаційних досліджень з даної проблематики.

Теоретичною основою дослідження є праці вітчизняних учених з питань виборчого процесу: М. О. Баймуратова, С. В. Ківалова, В. В. Копейчикова, О. Г. Мурашина, А. В. Нельги, В. Ф. Погорілка, В. М. Шаповала, О. Ф. Фрицького; роботи українських учених-політологів, соціологів, психологів, присвячені окремим аспектам технологізації

виборів: В. М. Бебика, К. А. Ващенко, В. Я. Матвієнка, А. М. Пойченка, Г. Г. Почепцова, Н. В. Томенка; зарубіжних дослідників теорії держави і права, істориків, політологів, соціологів, зокрема: Р. Абромсона, Дж. Алдріха, С. Алексєєва, В. Афанасьєва, Б. Берельсона, Д. Видріна, Г. Галієва та ін.

Попри широкий спектр досліджень власне виборчих технологій, різних аспектів специфіки їх застосування, практично не дослідженими лишаються питання всебічного аналізу джерел вивчення виборчих технологій та особливостей їх впливу на виборчий процес. Тому метою даної статті є розкриття та загальна характеристика основних джерел вивчення виборчих технологій, специфіки їх прояву у виборчому процесі.

Унаслідок багатозначності, нечіткості та широти змісту поняття «виборчих технологій» у кожному конкретному випадку його вживання виявляє особливий зміст, контекстуально виправданий. Дослідники прагнуть уникнути розмитості та неоднозначності тлумачення поняття, пропонуючи свої дефініції, такі як «...методи та способи ведення передвиборної боротьби...»; «...техніка ведення передвиборної кампанії...» [5, с. 43], «система засобів, способів, прийомів та форм розв'язання завдань виборчої кампанії» [7, с. 25]. Але, як правило, жодна з «вузьких» інтерпретацій не розкриває багатства змісту цієї категорії.

У загальному вигляді під виборчою технологією розуміють «сукупність логічно взаємопов'язаних моделей, методів та конкретних способів підготовки, організації та проведення виборчих кампаній, спрямованих на досягнення визначеного результату на виборах» [4, с. 24]. Позитивним у цьому визначенні є те, що автори розкривають спрямованість використовуваних методів, прийомів, визначаючи як мету «підготовки, організації та проведення виборчої кампанії».

На думку російських учених К. С. Жукова і А. Д. Карнишева, «технологія виборчої кампанії – це сукупність прийомів, методів та впливів, застосовуваних для досягнення мети виборчої кампанії, насамперед такої, як обрання кандидата» [3, с. 11]. Автори розкривають поняття виборчої технології через його складові елементи: «...прийоми, методи та впливи...», при цьому необґрунтовано розглядають вплив суб'єкта на об'єкт як зовнішню форму, ставлячи його в один ряд із прийомами та методами. Визначення також невиправдано звужує мету використання виборчих технологій, визначаючи як таку тільки обрання кандидата.

В. Полтарак розглядає виборчу технологію як сукупність способів, методів та прийомів спеціально формалізованого та організованого

впливу на електорат, що уможливають вплив на його електоральну поведінку та спонукають віддати свої голоси за певного кандидата або партію (блок) [6, с. 66].

Визначення В.Полторака хоча й робить спробу розкрити об'єкт «...спеціально формалізованого та організованого впливу...», визначаючи його як електорат, однак далі автор конкретизує об'єкт впливу, розглядаючи «...електоральну поведінку...». В.Полтарак виділяє як мету застосування виборчої технології «спонукання (електорату) віддати свої голоси за певного кандидата або партію (блок)...», однак не всі виборчі технології націлені на спонукання виборців до голосування «за». Технології, які застосовуються під час виборчої кампанії, можуть мати й протилежну мету – спонукання виборців голосувати «проти» того чи іншого кандидата.

А. А. Джабасов, категоріально осмислюючи політичні технології виборчих кампаній, визначає їх як сукупність прийомів, методів впливу на виборців, заснованих на визначених наукових розробках, даних конкретних соціологічних досліджень з метою досягнення політичного успіху певної політичної сили на виборах, яка використовує для досягнення цієї мети засоби політичної реклами та методи паблік рілейшенз. У вузькому розумінні А. А. Джабасов розглядає політичні технології виборчої кампанії як «визначений метод боротьби за електорат, який співвідноситься із загальною концепцією проведення виборчої кампанії – з одного боку, визначеними засобами її проведення – з іншого, які виявляються елементами системи політичної технології виборчої кампанії» [1, с. 60–61]. А. А. Джабасов розглядає виборчі технології в широкому та вузькому розумінні, при цьому, визначаючи технології виборчої кампанії в широкому значенні, він говорить про сукупність прийомів та методів, заснованих на наукових та соціологічних даних, підкреслюючи раціональний, науково обґрунтований характер виборчих технологій. Однак далі він стверджує, що для досягнення успіху політична сила використовує тільки засоби політичної реклами та паблік рілейшенз, тим самим А. А. Джабасов необґрунтовано обмежує коло застосовуваних під час виборчої кампанії ресурсів, наприклад адміністративних, фінансових та ін. Наводячи визначення виборчої технології у вузькому розумінні, дослідник вказує, що мова йде не про «...сукупність методів впливу на електорат...», а про один «визначений метод...», уточнюючи, що це «елемент системи...», але при цьому він необґрунтовано змінює формулювання з «...методу впливу на електорат...» на «...метод боротьби за електорат...».

Однак варто підтримати думку А. А. Джабасова про поділ виборчих технологій, оскільки дійсно серед виборчих технологій необхідно

виділяти загальні виборчі технології, ті, які визначають організацію виборчої кампанії і використання того чи іншого ресурсу, та технології тактичного плану, які описують найбільш прості, прикладні дії, спрямовані на вирішення конкретних завдань під час виборчої кампанії.

У структурі виборчих технологій пропонується виділяти два складові елементи. Перший з них – технології виборчого процесу (зовнішні організаційні), за допомогою яких здійснюється організація, контроль та корегування виборчим процесом, забезпечуються в ньому рівні права кандидатів, партіям, блокам. Другий – технології виборчої кампанії, які включають внутрішні організаційні технології, що орієнтовані на налагодження чи покращення штабної роботи та технології політико-психологічного впливу на виборців.

Як найбільш повних репрезентантів технологічного аспекта виборчої кампанії можна розглядати досить широке коло матеріалів, систематизованих таким чином. Першу групу джерел становлять офіційні законодавчі документи, що визначають правові основи виборчих процесів та регулюють порядок діяльності суб'єктів виборчого процесу, регламентують структуру виборчих органів. Виборче законодавство визначає права й обов'язки всіх учасників виборчого процесу та створює нормативну базу демократичних виборів. Для демократичних держав основою виборчого законодавства є міжнародні норми демократичних виборів (Всесвітня декларація прав людини, Міжнародний пакт про громадянські і політичні права, документ Копенгагенської конференції з людського виміру НБСЄ, Декларація про критерії вільних і справедливих виборів). Для України основними джерелами виборчого законодавства є: Конституція України, закони України – «Про вибори Президента України» (1999 р.), «Про вибори народних депутатів України» (2001 р.) та «Про вибори депутатів місцевих Рад, сільських, селищних і міських голів» (1998 р.), «Про Центральну виборчу комісію» та інші закони України.

Другу групу джерел дослідження виборчих технологій становлять партійні документи та архівні матеріали регіональних відділень політичних партій. Пізнавальна цінність джерел цього походження зумовлюється тим, що звернення до них дає можливість докладно вивчити не лише внутрішню історію партій та об'єднань, їх цілі, стратегію, тактику, засоби боротьби, які вони використовують, а й простежити їх вплив на розвиток історичних подій, зокрема політичне, соціально-економічне та духовне життя країни в той чи інший період.

Типологія документів політичних партій і рухів досить широка. В її межах можна виділити кілька груп: статuti партій та об'єднань. Вони

визначають організаційну побудову та принципи діяльності, функції центральних та місцевих органів, права й обов'язки їх членів; програмні документи партій та об'єднань. У них окреслюються цілі як кінцеві, так і на певних етапах розвитку суспільства, практичні завдання та методи їх здійснення. До цієї групи належать також заяви партій щодо їх ставлення до найбільш актуальних повсякденних проблем; матеріали з'їздів, конференцій, пленумів, засідань центральних і місцевих органів партій та об'єднань. Це наймасовіше джерело партійного походження, що дає уявлення про практичну діяльність партій та об'єднань; листування партійних і громадських організацій, інші документи про їх практичну діяльність; виступи на з'їздах, конференціях, у пресі лідерів партій та об'єднань, у яких роз'яснюються й коментуються документи цих організацій, а також їх практична діяльність; комплексним джерелом є партійна преса, у якій представлені майже всі вищезазначені різновиди документів, а також інші матеріали, що висвітлюють діяльність партій та об'єднань [2].

До третьої групи джерел належать статистичні дані, результати соціологічних досліджень та експертних опитувань. Сюди ж можна віднести особисті спостереження дослідників та усну інформацію, отриману ними від людей, які професійно займаються виборами.

Четверту групу джерел утворюють друковані (газети, журнали, брошури, листівки, плакати, програми, книги, методички, внутрішні релізи політичних сил тощо), візуальні, аудіо- та аудіовізуальні рекламні матеріали політичних партій та кандидатів на пост Президента України. Політична реклама функціонує не тільки в період виборчих кампаній, але і є підмогою для залучення, наприклад, якою-небудь партією прихильників, вербування нових членів, донесення до широких мас ідей або принципів нової партії або для спонукання членів соціуму до участі в будь-якій політичній акції.

До п'ятої групи джерел віднесено періодику, яка найбільш повно представлена інформаційно-аналітичними виданнями. В Україні до найбільш відомих можна віднести: «День», «Дзеркало тижня», «Політика і культура» тощо. Щодо інформаційно-аналітичних джерел з проблем виборчих технологій та виборчого процесу можна згадати і Єдину інформаційно-аналітичну систему «Вибори», концепція створення якої визначала основні підходи до розвитку систем інформаційної підтримки і автоматизації виборчого та референдумного процесів в Україні. ЄІАС «Вибори» – це сукупність взаємопов'язаних нормативно-правових, організаційно-розпорядчих заходів та програмно-технічних, телекомунікаційних засобів, що забезпечують процеси збору,

обробки, накопичення, аналізу, зберігання та оприлюднення інформації про вибори та референдуми.

Останню, проте не менш важливу групу джерел, становлять інтернет-ресурси. Розглядаючи інтернет-ресурси як джерела дослідження президентських виборчих кампаній, можна констатувати, що попри деяку безсистемність та уривчастість інформації, яка подається, Інтернет залишається найбільш оперативним способом передавання інформації; він має найбільш тривалий строк зберігання інформації і найбільш зручну (оцифровану) форму її подачі та пошуку. Крім того, перед початком виборів інтернет-ресурси виступають єдиним масовим каналом інформації про вибори, який не підпадає під обмеження свободи слова ні за часом, ні за місцем, ні за сумою витрат.

До інтернет-ресурсів передусім слід віднести інформаційні матеріали, розміщені на веб-сторінках Президента України, Верховної Ради України, Центральної виборчої комісії. Використовуються веб-портали навчальних закладів, наукових установ, бібліотек: Національної бібліотеки імені В. І. Вернадського, Львівського національного університету ім. І. Франка, Національного інституту стратегічних досліджень. А також інтернет-ресурси аналітичних організацій та мережевих ЗМІ: Українського центру економічних та політичних досліджень ім. О. Разумкова, Комітету виборців України, Інституту виборчого права, Агентства моделювання ситуацій, Київського центру політичних досліджень і конфліктології, інтернет-видання «Українська правда», УНІАН тощо. До найбільш поширених інтернет-ресурсів про президентську виборчу кампанію можна віднести: веб-сайти громадських об'єднань та партій; сайти кандидатів; сайти інформаційних агентств, PR-агентств; сайти дослідницьких організацій; сайти некомерційних організацій тощо.

Таким чином, основні джерела вивчення виборчих технологій можна класифікувати на: офіційні законодавчі документи; партійні документи та архівні матеріали партій; статистичні дані, результати соціологічних досліджень та експертних опитувань; друковані, візуальні, аудіо- та аудіовізуальні рекламні матеріали; періодику та інформаційно-аналітичні видання; інтернет-ресурси. В усьому обсязі матеріалів на всіх видах носіїв інформації так чи інакше можливе здійснення ефективного громадського спостереження та дослідження технологічного процесу виборчих кампаній.

Список використаних джерел

1. *Джабасов А. А.* Политические технологи избирательных кампаний: проблема категориального осмысления / А. А. Джабасов // *Вестн.*

Моск. ун-та. – 2000. – № 2. – С. 56–62. – (Серия 12 «Политические науки»).

2. Документи громадських об'єднань та політичних партій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://elise.com.ua/ru/content/57-dokumenti-gromadskih-obyednan-ta-politichnih-partij>. – Назва з екрана.

3. Жуков К. С. Алфавит избирательной кампании / К. С. Жуков, А. Д. Карнышев. – М. : ИМА-пресс, 2001. – 327 с.

4. Кудинов О. П. Основы организации и проведения избирательных кампаний в регионах России: Теории, методы, технологии, практика / О. П. Кудинов. – Калининград : Янтарный сказ, 2000. – 468 с.

5. Лукашев А. В. Черный PR как способ овладения властью или борьба для имиджмейкера / А. В. Лукашев, А. В. Пониделко. – 2-е изд. – СПб. : Дом Бизнес-пресса, 2001. – 176 с.

6. Полторак В. Політичний маркетинг та організація виборчих кампаній / В. Полторак // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 1 – С. 61–79.

7. Устименко С. Новости российского рынка избирательных технологий / С. Устименко // Власть. – № 8. – 1999. – С. 25–28.