
УДК 32.20

Калініченко О. В.

*Студентка філософського факультету Київського національного
університету імені Тараса Шевченка*

ПОЛІТИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАВДАНЬ В ПОЛІТИЦІ

Стаття присвячена проблемі аналізу політичних технологій як засобу реалізації завдань і стратегічних цілей в політиці.

Ключові слова: політичні технології, виборчі технології, політичне рішення, політика, влада.

Політичні технології на сьогоднішній день слугують ефективним засобом досягнення та реалізації завдань політики, адже політичні технології це перш за все механізм впливу на окремих громадян і спільнот.

Політичні технології — це сукупність прийомів, методів, способів, процедур, які використовують суб'єкти політичної діяльності (особистості, політичні і суспільні групи, політичні партії, громадські об'єднання, групи тиску тощо) для досягнення бажаного результату в тій чи іншій сфері політичної діяльності [4, с.287]. Політичні технології є системою засобів, завдяки яким реалізуються політичні цілі, інтереси. Вони є невіддільним структурним елементом політичної культури окремих суб'єктів політики, суспільства загалом. Вдосконалення і розвиток політичних технологій у наш час, а сьогодні вони стають все більш популярними є невід'ємними у сучасній політичній діяльності, відкривають дорогу для нових форм політичного управління і політичної боротьби. Сучасне політичне життя можна назвати піком використання, вдосконалення і розвитку політичних технологій. У світовому арсеналі політичних дій нагромаджено чималий досвід використання як позитивних, так і негативних засобів досягнення стратегічних цілей і реалізації завдань політики. Для підвищення ефективності політичної діяльності використовують спеціально розроблені й апробовані на практиці політичні технології. Відомий український політолог Д. Видрін використовує також поняття антитехнологій, звертаючись до яких суб'єкти роблять ставку на досягнення часткового або найближчого результату, тобто використовують тактичні засоби без огляду на політичну стратегію. Особливістю антитехнологій є також те, що вони виходять із парадигми

незалежності політики від моралі та ґрунтуються на невдоволенні тих чи інших груп населення. Як приклад цілого «пакета» змістовних, текстуальних та інших антитехнологій, політолог називає популізм [3,с.318].

Загальні, основні особливості політичних технологій зумовлені характером політичного процесу, який охоплює найрізноманітніші види політичної діяльності в межах конкретної політичної системи. Серед них □ політична участь, яка має на меті формування в процесі політичної діяльності певних позицій, вимог, настроїв, та політичне функціонування як професійна політична діяльність щодо вироблення правових норм, управління політичними інститутами [1,с. 243]. Політичні технології існують у кількох видах, а саме: — розробка і ухвалення певних політичних проєктів і рішень; — реалізація політичних рішень; — технології формування політичної влади; — виборчі технології; — технології організації діяльності політичних партій, організацій, об'єднань; — технології формування громадянської свідомості, політичної культури; — технології формування громадської думки; — технології узгодження суспільних інтересів; — технології розв'язання політичних конфліктів тощо.

За смисловим навантаженням та механізмами дії політичні технології є сукупністю конкретних прийомів, методів, технік, що забезпечують досягнення результатів. Тут потрібно розуміти різницю між термінами «технологія» та «техніка». Наприклад, організація політичної події є технологією, а демонстрація, мітинг, що відбулися в межах цієї події, — технікою. Техніки можуть бути універсальними для різних країн, а технології завжди повинні бути адаптовані до місцевих умов [7,с. 171]. Для обрання найоптимальнішої технології необхідно діагностувати ситуацію та створити індивідуальну стратегію під конкретного політичного суб'єкта, а також в процесі реалізації цієї технології отримувати інформацію. Без знання особливостей, класифікації, специфіки політичних технологій та без вміння їх використовувати досягти успіху в політичній діяльності практично неможливо. А для практичного оволодіння ними передусім потрібні відповідна науково-теоретична підготовка, вміння вивчати й аналізувати об'єктивні умови, в яких діють конкретні суб'єкти політики. Це стосується соціально-економічної, політичної ситуації в країні, регіоні; особливостей функціонування соціальних і національних груп у суспільстві, їх потреб й інтересів; розстановки політичних сил; статусу та рівня впливу на громадян політичних партій, рухів, об'єднань, засобів масової інформації.

Існує кілька модифікацій, типологізацій політичних технологій, їх поділяють залежно від політичної системи і політичного режиму передусім на демократичні та недемократичні [2, с. 22], на базові та другорядні. Базові політичні технології використовуються в роботі з великими групами або й усім населенням країни. Це — опитування громадської думки, референдуми, вибори. Другорядні політичні технології — це технології розробки і прийняття політичних рішень, проведення окремих політичних акцій (збори, мітинги, маніфестації, пікетування, марші підтримки і протесту).

Політичні технології поділяються на загальні (стосуються інтересів багатьох суб'єктів політичного процесу) та індивідуальні (притаманні окремим суб'єктам політики). З-поміж перших найпоширенішими є технології завоювання (виборчий процес як комплекс спеціальних технологій) та утримання влади. Індивідуальні технології використовують окремі політики в процесі своєї політичної діяльності. Вони пов'язані із завоюванням популярності, умінням контактувати з громадянами (виборцями, членами певної партії, об'єднання тощо), майстерністю дискутувати, виголошувати промови, вести мітинги, збори, вдосконалювати власний імідж тощо. До найпоширеніших індивідуальних політичних технологій належать: публічні виступи, участь у бесідах, дискусіях, розв'язанні конфліктів; прогнозування політичної діяльності; виступи на радіо, телебаченні; підготовка матеріалів для друкованих засобів масової інформації тощо. Кожна з таких технологій має свої особливості, завдяки яким створюється певний імідж політика, його авторитет і популярність, формується і збагачується досвід політичної діяльності. А головне □ використання певних технологій має на меті врахування індивідуальних, зокрема й психологічних, особливостей політика. Готуючись, наприклад, до публічного виступу, політик передусім повинен знати про час, мету і його характер і відповідно готуватися до спілкування з аудиторією. На цьому етапі важливою є підготовка тез (структури) виступу, визначення суті, спрямування розмови, наявність ймовірних запитань. Необхідно попрацювати і над зовнішністю, жестикуляцією, диханням тощо, усією манерою поведінки. Усе це і є індивідуальною технологією політичного виступу.

Розрізняють політичні технології демократичні і недемократичні. Це означає, що суб'єкти з недемократичною політичною культурою практично неспроможні використовувати демократичні технології, і навпаки. Існують базові та другорядні політичні технології. До базових належать технології, які використовуються під час організації та прове-

дення виборчих кампаній, такі, що запобігають соціально-політичним конфліктам, дають змогу розв'язувати їх, досягати політичного консенсусу в суспільстві. До другорядних зараховують, зокрема, технології прийняття політичних рішень, організації масових політичних акцій: зборів, мітингів, маніфестацій тощо.

Дослідник В. О. Корнієнко виокремлює такі типи політичних технологій:

1. Залежно від політичного режиму: демократичні; недемократичні.
2. За рівнем впливу на суспільство: головні (що стосуються всього суспільства, референдуми, вибори); другорядні (збори, мітинги, марші протесту чи підтримки);
3. За спрямованістю: створення сприятливого для політика порядку денного; змінювання сприйняття діяльності політика; внесення потрібних змін у виборче законодавство; розподіл зусиль за цілями (перемога на виборах, зростання довіри)
4. За легальністю використання: «білі», або технології відкритої комунікації, це весь інструментарій донесення повідомлень до виборця; «чорні», або технології закритої комунікації (підкуп виборців, різноманітні способи фальсифікації результатів виборів та ін.); «сірі» — технології, які не передбачають прямого порушення закону, але суперечать нормам моралі;
5. За відношенням до виборчої системи: технології, що реалізують поза виборчою системою (переворот, домовленості з елітами); виборчі технології та технології здійснення влади;
6. За масштабами: масові (задіяний весь електорат); сегментарні (спрямовані на групу електорату);
7. За характером мотивації: мотивувальні, заохочувальні (обіцянки, очікування благ); погрозувальні (грунтуються на використанні навіяних та природних страхів).
8. За інформаційними носіями: друковані; електронні; зовнішні.
9. За територіальними особливостями: східні (створюють та застосовують у країнах східного типу); західні (використовують у державах європейського типу).
10. За етапами застосування: довиборчі; виборчі; післявиборчі.
11. За «трьома обставинами»: місце (кафе, мітинг на площі); час (алгоритм застосування — разові, регулярні); спосіб дії (активні, пасивні, партнерські тощо).
12. За рівнем впровадження: стандартні політтехнологічні процедури, спрямовані на розв'язання типових завдань; творчі політтехнологічні

розробки (комбінації технологій, до них вдаються за неефективності стандартних процедур).

Варто зупинитись на визначенні «деструктивні технології». Це технології, що зумовлюють руйнування суспільного організму, втрату керованості ним, породжують правовий нігілізм, аморальність, політичну апатію. Поділ політичних технологій на «чорні» («брудні») та «білі» («чисті») отримав розвиток головним чином у контексті деяких виборчих кампаній другої половини 1990-х років, коли активно використовувався адміністративний ресурс, втручання криміналітету, застосування незаконних методів впливу на волевиявлення виборців і, наскільки можна судити, «коректування» небажаних для певних політичних сил результатів виборів.

Гуманітарні технології спрямовані на досягнення політичного результату завдяки участі суб'єктів політичного процесу у вирішенні складних проблем. Політичні технології—сукупність методів і систем послідовних дій, спрямованих на досягнення необхідного політичного результату. Вони включають в себе, насамперед, вивчення та набуття знань щодо реально існуючих об'єктивних умов, за яких відбувається діяльність суб'єктів політики. Це означає володіння інформацією щодо того, які соціальні групи, залежно від їх причетності до форм власності, до рівня доходів та інших показників, проживають на території країни та конкретного регіону; який відсоток становить кожна група щодо всієї маси населення; які потреби, інтереси, сподівання у кожній з цих груп; у яких відносинах вони перебувають стосовно одна одної, а також щодо органів державної та місцевої влади (взаєморозуміння, поваги, недовір'я, ворожнечі та ін.). Необхідне володіння такою інформацією стосовно національних груп, якщо територія багатонаціональна. Важливою складовою знань про реальні об'єктивні умови є інформація про розстановку політичних сил, вплив політичних партій, рухів, громадсько-політичних об'єднань, а також засобів масової інформації на конкретні соціальні (національні) групи населення [11, с. 561–562].

Характерно, що прикладна (практична) політологія досліджує і прогнозує конкретні політичні події, надає можливість суб'єктам політичної діяльності за допомогою технологій досягти намічених цілей. Отже, в цілому політичні технології—це сукупність найдоцільніших прийомів, засобів, процедур реалізації функцій політичної системи, спрямованих на підвищення ефективності політичного процесу та досягнення бажаних результатів у сфері політики. Політичні технології містять у собі як прийоми досягнення негайних локальних короткочас-

них результатів (тактика), так і отримання глибинного тривалого ефекту (стратегія). Використання тих чи інших політичних технологій визначає ефективність політичного управління, регулювання політичних процесів, стійкість політичної системи і всього політичного простору [5, с. 429].

Кожна із таких технологій має певні особливості використання, завдяки чому створюється відповідний імідж політика, його авторитет й популярність. Індивідуальні політичні технології обов'язково несуть відбиток особистих рис того, хто їхні використовує. Загальними технологіями є технології прийняття політичних рішень, що стосуються максимально великої кількості людей (загальнодержавні, загальнонаціональні рішення) й технології виборчих кампаній. Але без знання специфіки, особливостей політичних технологій, вміння їхнього використовувати досягти успіху в політичній діяльності практично неможливо. Використання політичних технологій завжди обумовлюється конкретними соціальними, політичними ролями, котрі постійно виконує суб'єкт політики, оскільки кожна окрема людина (особистість) завжди має відповідний соціальний статус, пов'язана із конкретними соціальними проблемами, впливає на їхні розв'язання. Саме цим й обумовлені особливості, унікальність, іноді неповторність здавалося б одних й тихий ж політичних технологій.

З точки зору сфер, у яких застосовуються ті або інші прийоми досягнення цілей, можна виділити багато так званих предметних технологій (наприклад, електоральних, інформаційних, переговорних прийомах і процедурах, використовуваних у дипломатичній або військовій сферах, прийомах лобювання тощо). До цього типу технології близькі так звані рівневі технології, що відбивають ступінь організації предметних сфер. До них належать такі види технології: — глобальні — пов'язані з рішенням загальносвітових проблем: підтримкою міжнародної безпеки, охороною навколишнього середовища тощо; — континентально-регіональні — які розкривають специфічні дії держав, а також міжнародних організацій і інститутів за розв'язанням проблем у Європейському, Близькосхідному, Середньоазіатському, Латиноамериканському або іншому регіоні; — національно-державні — які характеризують процес здійснення влади й державного управління в рамках однієї країни; — корпоративні — які відбивають владно-управлінські відносини у рамках окремої організації; — локальні — які фіксують специфіку діяльності й відносин суб'єктів в обмежених точках політичного про-

стору;—міжособистісні—взаємодії, що характеризують політичних діячів у сфері владних відносин і державного управління.

З точки зору способів здійснення виділяють такі типи технологій:—функціональні—які передбачають раціоналізацію й алгоритмізацію рольових навантажень різних суб'єктів влади й управління (наприклад, прийняття рішень, узгодження інтересів, ведення перемовин тощо);—інструментальні—ілюструють застосування технік, спрямованих на раціоналізацію конкретної діяльності, а насправді мають зовсім інші цілі й прикривають їх.

З точки зору характеру тривалості використання певних способів діяльності, можна виділити такі політичні технології:—стратегічні—націлені на віддалений результат діяльності суб'єктів;—тактичні—які передбачають реалізацію короткострокових цілей;—спорадичні—застосовувані одноразово;—циклічні—постійно відтворювані в структурі діяльності, суб'єкта.

З погляду динамічних змін, властивостей і здібностей суб'єктів, виділяють жорсткі й м'які технології. Жорсткі політичні технології припускають чітку заданість і незмінність основних параметрів застосовуваних суб'єктами прийомів і способів діяльності. Дуже часто такі технології забезпечують правовий і процедурний порядок узгодження інтересів між відомствами й інститутами влади, наприклад, збереження ієрархічного порядку в узгодженні урядових програм, візування документів тощо. М'які політичні технології демонструють способи й прийоми, які дозволяють здійснювати гнучку адаптацію цілей і засобів, наявних у розпорядженні суб'єкта, до змінюваних умов. Це ніби самонастроюванні технології, ситуативно змінювані алгоритми дій, які в остаточному підсумку розширюють досвід, необхідний для вдосконалення процесів досягнення цілей у тій або іншій сфері.

З погляду регламентації способів діяльності розрізняють нормативні й девіантні технології. Нормативні політичні технології—це способи діяльності, прийоми й методи, зумовлені існуючими в суспільстві (організації) законами, нормами, традиціями, звичаями. Девіантні політичні технології—це способи діяльності, прийоми й методи діяльності, що відхиляються від вимог, законів, норм, традицій і звичаїв. До них належить цілий спектр так званих «сірих», «чорних» політичних технологій: «злив» компромату на своїх політичних супротивників, шантаж, витік інформації, наклепи тощо.

До нормативних і девіантних типів політичних технологій близькі наявні й тіньові способи досягнення влади—політичних і державно-

адміністративних цілей. Наявні політичні технології виражають публічний характер влади й проявляються в різних формах діалогу влади із громадськістю. Тіньові політичні технології управління й влади здійснюються в різних формах маніпулювання владних структур засобами й ресурсами за спиною громадськості, способи прийняття рішень за межами законно встановлених процедур.

З огляду на націленість технологій на розширення кола суб'єктів, здатних застосовувати сформовані алгоритми діяльності при рішенні однотипних завдань, можна виділити тиражовані й унікальні технології. Тиражовані технології розраховані на повсюдне застосування в аналогічних умовах. Унікальні—це перелік дій, що застосовуються тільки в певних, чітко фіксованих умовах і не відтворюються навіть у схожих умовах. Тиражовані технології менше залежать від характеристик реалізуючих їх діючих осіб і тому максимально заощаджують часові й матеріальні ресурси при здійсненні однотипної діяльності. Унікальні ж технології застосовуються для однократного забезпечення тих або інших цілей і нерідко лише для чітко обкресленого кола діючих осіб. Вони, як правило, обходяться значно дорожче й майже повністю втрачають свою ефективність при спробах перенесення навіть у такі самі обставини. Так, наприклад, окремі «дипломатичні» технології можуть багаторазово використовуватися в процесі ведення міжнародних переговорів. Разом з тим при врегулюванні конкретних міжнаціональних протиріч із винятково своєрідним набором сторін, причин, приводів, часу протікання й інших параметрів конфлікту можуть застосовуватися такі способи й прийоми, з допомогою яких можна домагатися бажаних ефектів.

Політичні технології є невід'ємною частиною політичного маркетингу, який суб'єкти політичного процесу використовують з метою впливу на громадську думку. Політичні технології, використовуючи інформаційні та пропагандистські засоби, впливають на зміст та якість соціальних цінностей, традицій і норм, які регулюють політичні відносини. Рівень та характер політичних знань, оцінок та дій громадян, на які здійснюють вплив політичні технології, визначають стан політичної системи, політичної культури у суспільстві та характер політичної ситуації.

Серед найзагальніших і найпоширеніших є технології прийняття політичного рішення і технології виборчих кампаній.

Технологія прийняття політичного рішення—процес реалізації політичної мети на основі накопиченої інформації.

Кожне політичне рішення є невід'ємним елементом політичного процесу, результатом попередніх дій. Іншими словами, це своєрідний процес, за якого накопичена інформація, розвиваючись, перетворюється на відповідні спонукальні акти (вказівки, розпорядження, накази тощо). Політичні рішення є елементом політичного процесу і не можуть існувати статично. Їх класифікують:

За спрямованістю на конкретну проблему:— рішення правильне (проблема вирішується відповідно до мети);— рішення нейтральне (проблема залишається на попередньому рівні);— рішення неправильне (проблема стає ще гострішою, загальна ситуація погіршується).

Як правові та неправові. Правові— рішення, прийняті згідно з конституцією, законами та розпорядчими актами конкретної держави. Неправові— рішення, прийняті всупереч чинним законам і актам.

За ступенем значущості: значні, або кардинальні; чергові (радикально ситуації не міняють); нейтральні (прийняті з незначних суспільно-політичних питань, наприклад, утворення різних дорадчих органів, тимчасових комісій, робочих груп тощо).

За термінами дії, виконання, реалізації: довготривалі (різноманітні мораторії); безперервної дії (дія багатьох статей конституції країни), короткотривалі (рішення про заборону мітингу, пікету, страйку тощо).

Процес прийняття політичного рішення має кілька етапів: підготовчий (відбір і аналіз інформації) розробки проекту рішення (проекту програми); затвердження і прийняття до виконання рішення; реалізації прийнятого рішення; автономне існування результатів реалізованого рішення, поширення його наслідків.

Дотримання вимог усіх етапів може забезпечити прийнятому рішенню адекватність щодо ситуації. Це ще залежить і від компетентності тих, хто готує його, і ступеня врахування громадської думки, знання суспільно-політичної ситуації. Технологія підготовки і прийняття політичного рішення розпочинається з аналізу суспільно-політичних відносин у тій сфері, якої воно стосуватиметься. Спершу необхідно вивчити, наскільки предмет майбутнього рішення відповідає реальності, чи не стосуватиметься воно псевдопроблем, удаваних відносин. Відтак необхідно серед багатьох подій і явищ вирізнити саме тенденційні, а також визначити їх сутнісні особливості. На цьому етапі важливою є об'єктивність інформації, доступ до її джерел. На етапі підготовки проекту політичного рішення може працювати одна особа або група осіб. За колективної підготовки проекту є більше шансів серед альтернативних точок зору знайти ту, яка задовольнила б інтереси багатьох. [12, с. 186] Особливо важли-

вим є колективне вироблення рішень, що стосуються інтересів великої групи людей — конституцій, меморандумів, програм і заяв політичних партій, об'єднань, груп тощо. На цьому етапі великого значення набуває визначення перспективи рішення (прогностичний аналіз того, наскільки дієвим, результативним буде рішення, як сприятиме воно розв'язанню проблем у суспільстві, між суб'єктами політичного процесу). Не менш складним є процес затвердження політичного рішення та прийняття його до виконання. Іноді він відбувається в безкомпромісній політичній боротьбі. І хоча в парламентах, окремих політичних партіях відпрацьований певний механізм розгляду і прийняття рішень, боротьба навколо них нерідко триває довго, гостро і не прогнозовано. Особливо складними є ці процеси в країнах зі слабкими демократичними засадами і традиціями, де немає чіткого поділу влади між її гілками і механізмів противаг, що часто зумовлює прийняття нелегітимних рішень, а отже, перешкоджає створенню відповідних умов для їх реалізації. Легітимність рішень — це насамперед дотримання чинних законів. Залежить вона і від сприйняття громадянами ідеї, змісту політичного рішення. Поєднання цих умов здатне забезпечити виконання прийнятого рішення. Незаконність політичного рішення породжує різні «групи тиску», лобістські групи. В демократичних суспільствах лобіювання певних рішень, законів давно набуло цивілізованих форм, стимулює ефективне їх виконання. Це офіційні виступи в парламентах, на з'їздах, інших зібраннях політичних партій, у засобах масової інформації, організація листів, телеграм, дзвінків тощо [10, с. 132]. Здійснення ухваленого політичного рішення є складним, часто тривалим і суперечливим процесом. Воно пов'язане з відповідними змінами соціально-політичної, економічної ситуації. Тому після прийняття рішення, як правило, ще залишається ймовірність багатовекторності, непрогнозованості розвитку політичного процесу. Це вимагає від усіх, хто причетний до його прийняття, певних зусиль щодо його реалізації. Нерідко виникає необхідність доповнення, радикального доопрацювання уже прийнятого рішення. Технології прийняття політичних рішень великою мірою зумовлені характером політичного режиму. За авторитаризму, тоталітаризму рішення приймають здебільшого в закритому, таємному режимі вузьким колом людей, не беручи до уваги точки зору опозиції. За демократичних режимів дбають про чіткість процедури прийняття політичних рішень, використовуючи компроміс, консенсус [9]. Це сприяє уникненню соціальних, політичних конфліктів, забезпечує стабільний розвиток суспільства.

Виборчі технології—сукупність політика-організаційних, інформаційних, пропагандистських та інших дій з метою приведення до влади певного політика, групи політиків, політичної організації чи їх об'єднання.

Здебільшого починаються вони з формування команди кандидата або іншого суб'єкта політичного процесу. Команда кандидата на виборах—це групи політичного аналізу, по роботі із засобами масової інформації, підготовки і поширення матеріалів, організації масових заходів, «швидкого реагування». Кожна з груп, маючи конкретні функції, взаємодіє з іншими, працюючи на єдину програму і мету. Починають передвиборчу кампанію з ґрунтового аналізу політичної ситуації як у конкретному виборчому окрузі, регіоні, так і в країні. Аналізу підлягають історичні й географічні особливості, соціально-демографічний портрет; соціально-економічна ситуація; політичні сили та політичні орієнтації громадян (виборців); результати попередніх виборів (розстановка політичних сил); наявність впливових політиків, громадських діячів, неформальних лідерів; особливості засобів масової інформації; інформація про головних конкурентів тощо. Існують технології підготовки і виступу перед аудиторією (виборцями), у засобах масової інформації, участі в дискусіях, дебатах тощо [8]. Готуючись, наприклад, до виступу на телебаченні, насамперед слід мати загальне уявлення про конкретну назву, жанр (інформаційна програма, дебати, дискусія, телеінтерв'ю), сценарій, регламент, режим передачі (прямий ефір, запис), склад учасників. Найчастіше стратегію виборчої кампанії вибудовують так, щоб підтвердити причетність кандидата до політичної сили, партії, блоку, владної структури, авторитетного лідера; створити певний ідеологічний контраст з іншими кандидатами, сформувати його позитивний імідж на тлі конкурентів, зробити ставку на відповідні суспільно-політичні структури, засоби масової інформації. У виборчих кампаніях найчастіше використовують таку форму мобілізуючих політичних технологій, як політичний маркетинг. Політичний маркетинг—сукупність методів і способів цілеспрямованого впливу того чи іншого суб'єкта політики на різні соціальні групи заради донесення до них вигідної про себе інформації у найдоступнішій формі і через найефективніші канали її поширення.

Незважаючи на те, що політичний маркетинг в умовах сучасного суспільства споживання виявляється вписаним у структуру комерційного маркетингу, він має набагато давнішу передісторію, оскільки з самого початку визначався завданням формування переваг електорату

на користь того чи іншого кандидата. З моменту, коли політична боротьба за перемогу на виборах починає описуватися у термінах маркетингу, мета якого забезпечити оптимальні умови для придбання товару споживачем, кандидата як особистість замінює кандидат як товар. Маркетинг потребує відповідних способів вироблення і донесення до виборців привабливого іміджу політика. Іміджем називають цілеспрямовано створений образ-уявлення про певний об'єкт (явище, особу, партію), який за допомогою асоціацій наділяють додатковими якостями (соціальними, політичними, соціально-психологічними) завдяки чому формується його позитивне сприйняття народом. Імідж створюється на ґрунті складного сплетіння інформаційних, емоційно-комунікативних та діяльних чинників. Це поєднання раціональних та ірраціональних мотивів впливу на суспільну та індивідуальну свідомість вимагає системного підходу до вивчення окреслених проблем.

Створення політичного іміджу здійснюється за такою схемою: — засоби масової інформації формують сприятливий образ політика, апелюючи до емоцій виборців; — систематичні опитування дають можливість визначити рівень популярності кандидата, його особливості та політичні позиції; — на їх основі видаються рекомендації щодо необхідного коригування іміджу й персоналізованого зв'язку кандидата з виборцями.

До політичного маркетингу належать також «технології розвитку або експлуатації проблеми» і «технології захисту». Підвищена увага до особи політичного діяча викликає у його супротивників бажання його скомпрометувати. При цьому іноді використовують прийом, який в юридичній практиці має назву «дифамації», тобто поширення чуток, які компрометують кандидата. Технологія захисту в разі дифамації передбачає чотири можливі відповіді, які за ступенем ефективності можна розмістити так: — усе, що сказано, брехня, я не буду давати цьому відсіч; так, — я це зробив, але мав на це вагомі причини; — так, я це зробив, але обіцяю, що це ніколи не повториться; — атака на опонента: людина, яка це сказала — нечесна людини.

Доцільність їх використання залежить від ситуації, її відчуття політиком, а також від оволодіння ним технологіями політичної боротьби. Детальніше проаналізуємо заснування тих чи інших політичних технологій на прикладі виборчої кампанії, яку можна визначити як сукупність дій, до яких вдаються партії, виборчі об'єднання чи окремі кандидати та їх команди для досягнення передвиборчих завдань.

Перша в історії спеціалізована служба по проведенню політичних (у тому числі виборчих) кампаній була організована в 1933 р. в Каліфорнії журналістом К. Уайтекером і рекламним агентом Л. Бакстером. За 1933–1955 рр. вони провели 75 політичних кампаній, в 70 з яких здобули перемогу. Поступово накопичувалися матеріали в галузі вивчення електоральної поведінки громадян і факторів, що впливають на вибір певних кандидатів чи політичних сил. Виборчі кампанії стали розглядатися спеціалістами як такі, що піддаються аналізу, прогнозуванню та регулюються за допомогою застосування тих чи інших політичних технологій. Виборча технологія—це сукупність способів впливу на маси з метою вплинути на їх електоральну поведінку та спонукати їх віддати свій голос за певного кандидата чи партію. Головна особливість виборчих технологій—їх спрямованість на включення соціально-психологічних механізмів, які регулюють поведінку виборців, звернення до переконань громадян, їх ціннісних орієнтацій, інтересів, настроїв, прагнень. Сучасний підхід до виборчих технологій відзначається необхідністю поєднання практичного досвіду політичної боротьби та наукового знання. Важливо не стільки знати добре відомі прийоми передвиборчої боротьби, але й розуміти глибинні причини успіху чи невдачі конкретних технологій.

Виборчі технології в руках професіоналів стають досить сильною зброєю, яка дозволяє помітно змінювати електоральні симпатії тих чи інших груп населення. Проте це стає можливим тільки в тому випадку, якщо виборчі технології застосовуються комплексно, у відповідності з науково обґрунтованою стратегією виборчої кампанії, якщо вони враховують поведінку політичних суперників, а також реальні процеси, що відбуваються у масовій свідомості. На основі аналізу передвиборчої ситуації виробляється певна стратегія виборчої кампанії, яку можна визначити як сукупність інформаційних тем, розкриттю яких повинна бути підпорядкована вся виборча кампанія. Стратегічний задум виборчої кампанії може бути реалізованим тільки в конкретних справах самого кандидата, його команди та їх добровільних помічників. Вибір тих чи інших прийомів безпосередньо залежить від обраної тактики, тобто сукупності прийомів та способів дії, які безпосередньо визначаються розвитком ситуації та намірами діючих осіб.

Можна визначити кілька основних напрямів у виборчому процесі: — створення гасла, тобто короткого звернення до виборців, яке стає лейтмотивом всієї виборчої кампанії; — створення інформаційних

приводів; — підготовка та поширення політичної реклами; — організація виступів кандидата перед виборцями.

В сучасних умовах кандидату та його команді доводиться вести виборчу кампанію в гострій конкурентній боротьбі за голоси виборців, яка відбувається по трьох напрямках: — просування позитивного іміджу кандидата та його програми; — критика, викриття недоліків суперників; — захист вразливих сторін кандидата та його програми від критики з боку суперників.

В ході будь-якої виборчої кампанії доводиться вирішувати питання про співвідношення цих трьох напрямів. Можна побудувати передвиборчу боротьбу на пропаганді своєї програми. Переважно цей шлях обирають партії та кандидати, які знаходяться при владі та досягнули значних позитивних результатів. Можна обрати в якості головного напрямку критику, викриття конкурентів. Як правило цей шлях обирають опозиційні сили, або кандидати, які знаходяться при владі, але не змогли досягнути помітних позитивних результатів. Якщо ж в передвиборчих змаганнях пріоритетним стає третій напрям — захист іміджу, програми, то це говорить про слабкість кандидата та його команди. Учасник передвиборчого змагання, який перейшов до оборони. Як правило приречений на поразку, бо в масовій свідомості починає працювати стереотип: «якщо виправдовується, значить, винуватий».

Досить часто передвиборча боротьба набуває надзвичайно жорстких форм, фактично перетворюючись на змагання «брудних виборчих технологій»: — свідоме поширення спотворених фактів з метою компрометації суперника в очах виборців; — підкуп виборців; — висунення у виборчому окрузі однофамільців кандидатів-суперників з метою дезорієнтації виборців; — проведення агітації від імені суперника в день, коли вона заборонена; — поширення анонімної антиреклами і т. д.

Найпоширенішими виборчими технологіями стали технології типу «Нагадую, це — Я», що використовувалися в розрахунок на звичайну, пересічну особистість, котра є своєрідним статистичним представником електорату, не має великих, а то й майже ніяких зазіхань на владу, вважає, що від її голосу, точки зору в цілому мало що у суспільстві залежить, а тому на неї може вплинути авторитет відомого, пізаного кандидата. Те, щоб ознайомити виборців зі своєю особою, нагадати про себе, прозондувати, а чи сприймає його громадськість, чи варто взагалі далі прагнути сподобатися електоратові.

Доволі популярною була технологія типу: «Я зроблю те, чого ніхто не зможе зробити». Яскравим прикладом використання цієї техно-

логії може бути кампанія партії «Яблуко» спрямована на скасування податку на додану вартість. коли один з її лідерів Г. Балашов навіть опублікував свою «Казку про злі податки, або про те, як добрий Брод і відважний Бал врятували планету Щастя», у якій чітко простежувалися аналогії з прізвищами самого автора та лідера «Яблука» М. Бродського. Досить часто як окремі кандидати та партії вдавалися технології «клонуння». Варто згадати про виборчий блок «За Ющенка» О. Ржавського, до якого жодного відношення не мав лідер електоральних симпатій В. Ющенко, Блок «Народний Рух України» Б. Бойка, до якого популярний з кінця 80-х років Народний Рух України не входив, чи однофамільця лідера Соціалістичної партії України О. Мороза, котрий стояв першим номером Всеукраїнської партії трудящих. Проте розрахована на деяких неуважних виборців ця технологія виявилася мало результативною, помітно не вплинувши на зменшення кількості голосів тих, проти кого вона була спрямована.

Досить ефективним засобом впливу на виборчі симпатії стали технології типу «теледебати». Досвід останньої виборчої кампанії в Україні вказує на зростання використання «брудних виборчих технологій». Проте в своїй переважній більшості українські виборці вже навчилися не піддалися їхньому впливові, а нерідко їх застосування призводить до протилежного для організаторів наслідку—зростання популярності кандидатів чи партій проти яких вони були спрямовані.

Сучасний підхід до виборчих технологій відзначається необхідністю поєднання практичного досвіду політичної боротьби та наукового знання. Важливо не стільки знати добре відомі прийоми передвиборчої боротьби, але й розуміти глибинні причини успіху чи невдачі конкретних технологій. Виборчі технології в руках професіоналів стають досить сильною зброєю, яка дозволяє помітно змінювати електоральні симпатії тих чи інших груп населення. Проте це стає можливим тільки в тому випадку, якщо виборчі технології застосовуються комплексно, у відповідності з науково обґрунтованою стратегією виборчої кампанії, якщо вони враховують поведінку політичних суперників, а також реальні процеси, що відбуваються у масовій свідомості.

Виходячи з вищесказаного, а також з найбільш загальних визначень терміну «технології», можна запропонувати таке формулювання політологічної категорії: політичні технології—це сукупність найбільш доцільних прийомів, засобів, процедур реалізації функцій політичної систем спрямована на підвищення ефективності політичного процесу та досягнення бажаних результатів в сфері політики. Так чи інакше полі-

тичні технології головним чином спрямовані на підготовку, прийняття і реалізацію політичних рішень, здійснення намірів, досягнення відповідного суспільно чи особистісно значимого результату. Під політичним рішенням розуміють процес, під час реалізації якого елементи структури, в першу чергу політичної, послідовно розвиваючись, передають нагромаджену інформацію та вироблені команди один одному [6, с. 267]. Більшість політичних технологій, які використовуються у боротьбі за владу, спрямовані на її здобуття, утримання, розширення і зміцнення. Вони називаються виборчими технологіями [1, с. 289]. Без знання суті, характеру, особливостей, без досконалого володіння політичними технологіями досягти успіху в політичній діяльності, боротьбі практично неможливо. При цьому слід враховувати, що як і будь-які інші, наприклад соціальні, управлінські, політичні технології також містять у собі психологічні, педагогічні, іміджеві, популістські тощо складові й елементи, які тісно взаємодіють між собою і використання яких в сумі обумовлює ступінь ефективності, дієвості реалізації окремо взятої технології. Вдосконалення і розвиток політичних технологій у наш час, а сьогодні вони стають все більш популярними є невід'ємними у сучасній політичній діяльності, відкривають дорогу для нових форм політичного управління і політичної боротьби. Політичні технології є тією частиною соціальних технологій, яка використовується у сфері політичної інженерії, вони задіяні в здійсненні державної політики, у процесі державного управління, у боротьбі політичних партій у виборчому процесі, у процесах політичного реформування і різноманітних політичних комунікацій.

Список використаних джерел:

1. Бебик В.М. Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг: Навч.—метод. посіб. / Бебик Валерій Михайлович. —К.: МАУП, 2001. —214с.
2. Головатий М.Ф. Мистецтво політичної діяльності / М. Ф. Головатий. —К., 2002. —375 с.
3. Політологія: Навч. посіб. / М П. Гетьманчук, В. К. Гришук, Я. Б. Турчин та ін.; За заг. ред. М. П. Гетьманчука.—К.: Знання, 2010. —415 с.
4. Політологія: Словарь-справочник / М. А. Василик, М. С. Вершинин и др.—М.: Гардарики, 2001. —328 с.
5. Політологія: Підруч. для студ. юрид. спец. вищ. навч. закл. / М. І. Панов (керівн. Авт. Кол.), Л. М. Герасіна, В. С. Журавський

- та ін. — 2-е вид., перероб. і доп. — К.: Концерн «Видавничий Дім «Ін Юре», 2005. — 520 с.
6. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. — К.: Київ, ун-т, 1999. — 308 с.
 7. Прикладна політологія: навч. посіб. / Заред. В. П. Горбатенка. — К.: ВЦ «Академія», 2008. — 472 с.
 8. Стратегія планування виборчої кампанії / К. Пейн, К. Хед, Ш. О'Коннел. — К., 1997. - 257с.
 9. Телешун С. О. Основи інформаційно-аналітичної діяльності в публічному управлінні: навч. посіб. / С. О. Телешун, О. Р. Титаренко, І. В. Рейтерович. — К.: НАДУ, 2009. — 168 с.
 10. Технології політичної влади: Зарубіжний досвід / В. М. Іванов, В. Я. Матвієнко, В. І. Патрушев, І. В. Молодих. — К.: Вища школа, 1994 — 263 с.
 11. Філософія політики: Короткий енцикл. словник / Авт.-упоряд.: Андрущенко В. П. та ін. — К.: Знання України, 2002. — 670 с.
 12. Ярош Б. О. Загальна теорія політики: Навч. посіб. / Б. О. Ярош. — Луцьк: РВВ «Вежа» Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2005. — 240 с.

Стаття надійшла до редакції 28.03.2014 р.

Калиниченко О. В. Политические технологии как средство реализации заданий в политике

Статья посвящена проблеме анализа политических технологий как средства реализации задач и стратегических целей в политике.

Ключевые слова: политические технологии, избирательные технологии, политическое решение, политика, власть.

Kalinichenko O.V. Political technologies as a means to achieve the objectives of the policy

The article deals with the analysis of political technologies as a means to achieve the objectives and goals of policy.

Keywords: political technologies, election technology, policy decision, policy, power.