

## *Кафедра молодого політолога*

---

---

УДК 324 (477)  
ББК 66.2

### **ВИБОРЧА КАМПАНІЯ У ПРОЦЕСІ ПОЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ОРГАНІЗАЦІЯ, ТЕХНОЛОГІЇ, МИСТЕЦТВО**

**І. О. Степанюк**

*Національний університет «Одеська юридична академія»;  
65009, м. Одеса, вул. Фонтанська дорога, 23; тел. +38 (093) 0314072;  
e-mail: irinastepanuk28@gmail.com*

*У статті досліджується феномен виборчої кампанії, визначено його роль та функції у процесі політичної діяльності. Відзначено, що використання у ході виборчих кампаній комунікативних технологій, організаційних дій та стратегій політичними акторами впливає на рівень ефективності політичної діяльності, її демократизацію. Досліджено основні політологічні підходи щодо тлумачення виборчої кампанії. Відзначено евристичний потенціал розуміння виборчої кампанії як мистецтва для сучасного політичного дискурсу.*

**Ключові слова:** *вибори, виборча кампанія, політична діяльність, політичний процес, політичні технології, виборчі технології.*

Актуальність теми дослідження обумовлена великою теоретичною значимістю та практичною вагою виборчих кампаній для демократичного політичного процесу. У сучасній політичній науці важливим напрямком теоретичних розробок виступають дослідження, присвячені динамічному виміру політичної системи, ролі виборчих кампаній у процесі політичної діяльності.

Водночас, слід відзначити, що значення виборчих кампаній для формування легітимної та ефективної політичної діяльності суттєво зростає у процесі демократизації відносин між владою та суспільством, розвитку ринкових інституцій та маркетинга політики, становлення незалежних від держави мас-медіа та медіатизації політичного процесу в цілому та виборчих кампаній, зокрема.

Політичні трансформації сучасності передбачають впровадження принципів відкритості політичного процесу та підзвітності у діяльності

органів публічного адміністрування з метою сприяння раціональному вибору громадян у ході виборчих кампаній. У цьому контексті особливого значення набувають політологічні дослідження виборчих кампаній, їх технологій та організації у процесі політичної діяльності. Виборчі кампанії виступають дієвим інструментом розв'язання актуальних політичних проблем, демократичним засобом вирішення суперечностей і конфліктів. Дослідження виборчих кампаній, визначення сутності понять «виборчі технології», «виборчі кампанії» та «політична діяльність» потребують теоретичного осмислення з кута зору політичної науки.

Проблема визначення ролі виборчих кампаній у процесі політичної діяльності має декілька взаємопов'язаних вимірів, серед яких слід виділити визначення сутності виборчих кампаній у демократичному політичному процесі, правові та політичні особливості організації виборчих кампаній (парламентських, президентських, місцевих), специфіка виборчої системи та виборчих технологій та ін.

Визначення ролі виборчих кампаній у процесі політичної діяльності потребує політологічного аналізу із зверненням до надбань філософської думки, соціологічної теорії, економічної науки та правових досліджень. Слід зауважити, що джерелами маркетингового підходу до виборчих кампаній виступають теорія обміну (Дж. Хоманс та ін.), теорія раціонального вибору (Д. Блек, К. Ероу та ін.), теорія публічного вибору (Дж. Бюкенен, М. Олсон та ін.).

Досліджуючи проблематику реалізації виборчих технологій у політичних кампаніях як складової процесу політичної діяльності та визначаючи питання теоретичної розробленості поняття виборчих кампаній, необхідно зважити на праці зарубіжних представників політичної науки, зокрема таких, як Р. Даль, Д. Істон, М. Кроз'є, Дж. С. Мілль, Дж. А. Паломбар, Дж. Сарторі, Х. Томас, С. Гантингтон та ін. З праць цих авторів можна скласти загальне уявлення про розуміння сутності виборчих кампаній, їх ролі та місця у процесі політичної діяльності. У вітчизняній політичній науці одними із перших досліджували виборчі кампанії А. Білоус, В. Бебик, М. Варій, Д. Видрін, М. Головатий, М. Михальченко, С. Одарич, А. Пойченко, В. Полторак, М. Томенко та ін. У роботах даних авторів досліджуються політичні технології у виборчих кампаніях, зокрема, визначається, що це певна сукупність прийомів, методів, способів, процедур, які використовують суб'єкти політичної діяльності з метою отримання та утримання влади. Технології виборчих кампаній існують у таких видах, як розробка і ухвалення певних виборчих проєктів і рішень, реалізація політичних рішень у ході виборчих кампаній, технології формування політичної влади після виборів (утворення коаліції у парламентській республіці, формування уряду тощо), технології формування громадської думки та порядку денного, технології вирішення політичних конфліктів та ін.

Серед сучасних дослідників виборчих кампаній слід назвати таких зарубіжних та вітчизняних авторів, як Балабан Р. В. (комплексне дослідження правових основ та політичних особливостей виборчих систем), Бебик В.М. (складові управління виборчими кампаніями), Белов С.А. (виборча система як правовий інститут), Богашева Н.В., Ключковський Ю.Б., Колісецька Л. В. (дослідження еволюції виборчого законодавства України), Бойчук М.А. (роль виборчих кампаній у процесі взаємодії влади та громадянського суспільства) Буркут І.Г. (дослідження регіонального виміру виборчих кампаній в Україні) Бучин М.А. (аналіз ресурсів виборчої кампанії – організаційних, інформаційних, адміністративних та ін.), Войтенко В.П. (виборчі технології у дзеркалі математики), Волков В.В., Корнійчук В.П., Хом'як К.Д. (аналіз ролі стратегічного менеджменту у виборчих кампаніях), Гонюкова Л.В. (роль політичних партій у виборчих кампаніях), Климанська Л.Д. (комунікативні технології та їх використання у виборчих кампаніях), Кочубей Л.О. (категоріальне осмислення виборчих процесів), Копиленко О.Л. (визначення відповідальності за порушення законодавства про вибори), Кокогин А.А. (стратегічне планування виборчих кампаній), Кузьмін П.В. (дослідження теоретичних засад та практики політичної діяльності в Україні), Кресіна І.О. (комплекс правових та політичних проблем, пов'язаних із парламентськими виборами в Україні), Малкін Є.Б. (виборчі технології та партійне будівництво у пострадянських країнах), Почепцов Г.Г. (формування іміджу у ході виборчих кампаній, їх інформаційне супроводження), Соловйов О.І. (політичні технології виборчих кампаній, інформаційні «матриці» політичного процесу), Співак В.І. (правова культура виборів в Україні), Ставнійчук М.І. (дослідження законодавства про вибори народних депутатів України), Шведа Ю.Р. (енциклопедичний словник щодо ролі політичних партій у виборчих кампаніях), Яковлев Д.В. (вплив медіаізації та раціоналізації політичної діяльності на виборчі кампанії в Україні) та ін.

Увага до теми виборчих кампаній пояснюється не лише їх важливістю для демократичного політичного процесу, а й постійними змінами у правилах виборів в Україні. Це стосується як системи парламентських виборів (мажоритарна, пропорційна, змішана, зміна рівня прохідного бар'єра) так і виборів до органів місцевого самоврядування. До того ж, виборчі кампанії (як президентські так і парламентські) відбувались в умовах президентської форми правління (1991-2005 рр., 2010-2014 рр.) та парламентсько-президентської (2005-2010 рр., 2014 – теперішній час). Слід відзначити також недостатню ефективність політичної діяльності в Україні. Не в останню чергу це обумовлено домінуванням патерналізму, популізму та демагогії у ході виборчих кампаній, що не сприяло «раціональному вибору» громадянина.

У ході виборчих кампаній політичні актори намагаються за допомогою змін у порядку денному (часто – у віртуальному просторі) діяль-

ності мас-медіа «замаскувати» суперечності між змістом політичної діяльності політичного класу й інтересами широких верств українського суспільства.

Мета статті – з політологічної точки зору дослідити організацію, технології та мистецтво виборчої кампанії у процесі політичної діяльності. Поставлена мета передбачає дослідження виборчих технологій як мистецтва політичної діяльності, визначення політичних, організаційних, інформаційних умов сучасної виборчої кампанії.

Виборчі кампанії виступають невід’ємною частиною процесу політичної діяльності в умовах демократичного політичного режиму. Саме виборчі кампанії є фундаментом демократії, вони забезпечують реалізацію політичних прав громадян, ротацію політичних еліт та правлячих груп, легітимність та легальність політичної влади, визначення рівня довіри громадян до політичних лідерів, партій та державних діячів, сприяють політичній соціалізації. Виборчі кампанії також стають дієвим механізмом контролю суспільства за правлячим класом, який сприяє підвищенню ефективності публічного управління.

На думку Д. Яковлева «У процесі трансформації радянської системи політичний клас шукає ефективні засоби вирішення одного із головних завдань демократії: переведення діяльності політичних акторів з площини реалізації та захисту власного (приватного) егоїстичного інтересу у площину задоволення суспільного (публічного) інтересу. Виборці та обранці раціонально переслідують цілі максимальної вигоди та користі, тому процес демократизації нерозривно пов’язаний із раціоналізацією суспільних відносин. Проблема раціональності політичного вибору вирішується в залежності від наявності повної чи неповної (часткової) інформації, якою володіють актори та якою вони керуються у діях» [4, с. 198].

Виборча кампанія виступає і важливим механізмом політичної конкуренції. Виборча кампанія, як змагання за владу, передбачає альтернативність кандидатів, їх команд та програм загальнонаціонального, або місцевого розвитку. Конкуренція між політичними акторами у процесі виборчої кампанії продовжується і після її закінчення. Переможці формують владу, ті, хто програв – йдуть у опозицію. Інститут виборів фактично формує більшість інших політичних інститутів, регулює та легітимізує їх діяльність. У процесі політичної діяльності виборчі кампанії характеризуються раціоналізацією, відмовою від силових методів здійснення політичного вибору (примус, насильство та ін.) та наданням переваги маркетинговим технологіям, активним використанням комунікативних технологій (політична рекламістика та PR), активною участю громадян у прийнятті політичних рішень, професіоналізацією діяльності політичних акторів.

На думку Л. Кочубей «Необхідною умовою розвитку демократії є усталення на всіх рівнях суспільної свідомості і політичної практики де-

мократичних цінностей. Похідним від цього має бути впровадження у повсякденну діяльність політичних суб'єктів відповідних політтехнологій. Їх особливості обумовлюються характером процесу, який охоплює всі види політичної діяльності у межах конкретної політичної системи. Оволодіння такими технологіями дає можливість підвищити рівень і результативність політичної діяльності» [1, с. 37].

При цьому відмінність «технологій» від «методів» полягає у спрямованості перших на досягнення позитивного й визначеного заздалегідь результату у процесі політичної діяльності. Використання політичних технологій має сприяти забезпеченню відповідного результату у виборчій кампанії.

У сучасному світі, завдяки зростанню технологічних можливостей щодо виробництва та розповсюдження інформації й розвитку комунікативних мереж та технологій, можна говорити про тенденцію перетворення технологій виборчих кампаній на творчу діяльність з формування іміджу політичного лідера, партії чи іншого політичного інституту. Говорять про «піднесення виборчих технологій до рівня мистецтва» (Л. Кочубей, І. Грознецький, Д. Яковлев та ін.). Відносно виборчих кампаній як складової процесу політичної діяльності це означає необхідність розгляду кожної кампанії як унікальної, відмову від штампів та сліпого перенесення (копіювання) досвіду інших виборчих кампаній. Особливо слід наголосити на специфічному досвіді виборчих кампаній в Україні, де практично кожна виборча кампанія відбувається у нових політичних та правових умовах, а у 2007 та 2014 роках відбувались позачергові вибори. Це змушує фахівців виробляти оригінальні політичні «ходи», створювати концепції кампаній у незвичних умовах.

Отже, «...якщо розглядати виборчі технології як набір послідовних дій, що повинні привести до певного результату, то виборче мистецтво – підхід, котрий враховує індивідуальність кожної виборчої кампанії, електорату, кандидата, еліти, команди, засобів комунікації... Наголошувати слід не тільки на тому, що треба робити, але й як. Тобто звертати увагу не тільки на змістовий аспект виборчих технологій, а й на режисуру, драматургію і майстерність акторів» [1, с. 39].

Унікальність виборчої кампанії обумовлена політичними та правовими умовами, особистісними характеристиками кандидата, специфікою політичного моменту, політичною метою, «порядком денним» кампанії, її бюджетом.

Щодо визначення сутності поняття «виборча кампанія», то існують різні підходи до його інтерпретацій у сучасному політологічному дискурсі.

Зокрема, виборчу кампанію можна розуміти, як «...сукупність цілеспрямованих послідовних зусиль, які докладаються протягом певного визначеного законодавством проміжку часу, щоб реалізувати підтримку кандидата виборцями й забезпечити його перемогу в день виборів» [2].

До складових виборчої кампанії відносяться формування стійких груп прихильників та організаційне й інформаційне стимулювання їх активності в день голосування, агітація тих груп та індивідів, що не визначилися з кандидатом, технології послаблення позицій політичних конкурентів. Цьому сприяє застосування виборчих технологій.

На думку Л. Кочубей «...виборчі технології – це мистецтво вивчення електоральної мотивації, вироблення механізмів, які базуються на певних психологічних підходах за умови, коли першочерговим є не «що», а «як» здійснити, як вдало побудувати виборчу кампанію, вплинути на виборця» [1, с. 42].

Виборча кампанія у процесі політичної діяльності постає як специфічний вид політичної активності усіх суб'єктів політики. Політична діяльність передбачає використання політичної влади та її ресурсів, вона спрямована на регулювання й узгодження політичних та соціальних інтересів і відносин з метою розвитку суспільства. Політична діяльність під час виборчої кампанії розгортається на декількох рівнях. По-перше, політична участь та політична активність суспільства в цілому, соціальних груп та спільнот, окремих громадян. Це проявляється під час голосування на виборах, участі у референдумах, мітингах, демонстраціях, зборах та ін. По-друге, професійна політична діяльність (політичне функціонування), яка передбачає участь в урядуванні, управлінні політичними процесами, керівництво політичними інститутами та процесами, у тому числі – у ході виборчих кампаній. Саме під час виборчих кампаній загострюється питання ефективності політичної діяльності.

На думку Ф. Семенченка «Ефективність політичної діяльності визначається її властивістю, що відображає міру того, наскільки ці дії, рішення та поведінка призводять до бажаних наслідків. Відтак ефективність у політиці – це насамперед результативність здійснення політичної влади, ступінь усебічного виконання нею своїх функцій у політичній системі та суспільстві, реалізації очікувань окремих громадян і елітних груп як найбільш впливових у суспільстві» [3].

Під час виборчої кампанії особливої ваги набувають такі критерії ефективності політичної діяльності, як виконання політичними акторами управлінських функцій, інструментальність (мистецтво політиків визначати мету та досягати її), рівень довіри з боку громадян та суспільна підтримка діяльності політичних акторів. Для підвищення ефективності політичної діяльності під час виборчої кампанії використовуються наступні політичні технології: технології політичного аналізу, технології політичного консультування, технології прийняття рішень, технології управління конфліктами та ведення переговорів, комунікативні технології.

У сучасному світі відносини між суспільством та владою у процесі виборчих кампаній опосередковані діяльністю мас-медіа. Вплив мас-медіа на думку громадян та їх електоральний вибір посилюється під час виборчих кампаній.

Варто погодитись із тим, що мас-медіа «...отримують технологічну можливість впливати на конструювання порядку денного у політиці та використовувати політичну інформацію як інструмент впливу на політичний вибір. На заваді раціональному політичному вибору стає інтенція медіакратії до цілеспрямованого формування громадської думки засобами політичної пропаганди» [4, с. 198].

Відповідно до функцій політичної діяльності технології виборчих кампаній класифікуються наступним чином: діагностичній функції політичної діяльності відповідають аналітичні технології (технології збору й аналізу політичної інформації), директивній функції відповідають директивні технології (технології прийняття політичного рішення), мобілізуючій функції політичної діяльності відповідають мобілізуючі технології (технології форсування підтримки політичного рішення значними масами населення, як раціональні так і ірраціональні) [1, с. 44].

Комплексне використання технологій виборчої кампанії у процесі політичної діяльності потребує формування відповідної виборчої стратегії, врахування ідеологічної ідентичності та соціально-економічних інтересів представників різних соціальних груп («розміщення» кандидата в ідеологічному спектрі «праві», «ліві», «центр»), розроблення політичної програми дій кандидата (та звіт щодо результатів попередньої діяльності у разі, якщо кандидатом є діючий обранець), дослідження громадської думки та визначення основних проблем та очікувань виборців.

Таким чином, виборча кампанія у процесі політичної діяльності поєднує організаційну та технологічну складові. Але у сучасних умовах кожна виборча кампанія є унікальною, вона поєднує технології та мистецтво політики. Враховуючи тенденції розвитку політичного менеджменту та маркетингу щодо виборчих кампаній, подальших досліджень потребують співвідношення раціональних та ірраціональних чинників у процесі політичного вибору, зростання ролі медіатизації політики та медіакратії у політичній діяльності в цілому та у виборчій кампанії, зокрема.

### *Література*

1. Кочубей Л.О. *Виборчі технології: [навч. посіб.]* / Л.О. Кочубей. – К.: Український центр політичного менеджменту, 2008. – 332 с.
2. Кирилюк Ф.М. *Політологія: [навчально-методичний комплекс]* / Ф.М. Кирилюк, А.Є. Конверський, В.Ф. Білик. – К.: Вид-во КНУ імені Т. Шевченка, 2004. – 697 с.
3. Семенченко Ф.Г. *Критерії ефективності політичної діяльності [Електронний ресурс]* / Ф.Г. Семенченко // *Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування*. – 2013. – №1. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Ttpdu\\_2013\\_1\\_16.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Ttpdu_2013_1_16.pdf).

4. Яковлев Д.В. Опоненти демократії: роль «партії влади» та медіакратії у пострадянській політиці / Д. Яковлев // Молодий вчений. – 2014. – №9(12). – С. 198-202.

*Стаття надійшла до редакційної колегії 25.11.2014 р.*

*Рекомендовано до друку д.полт.н., професором Монолатієм І.С., д.політ.н., професором Наумкіною С.М. (Одеса)*

## THE ELECTION CAMPAIGN IN THE POLITICAL ACTIVITIES: ORGANIZATION, TECHNOLOGY, ART

**I. O. Stepaniuk**

*National University «Odessa Law Academy»;  
65009, Odesa, Fontanska str., 23; ph. +38 (093) 0314072;  
e-mail: irinastepanuk28@gmail.com*

*The article examines the phenomenon of the campaign, defined its role and functions in the political activity. It is noted that the use during election campaigns of communication technologies, organizational strategies and actions by political actors influencing the level of effectiveness of political activity, its democratization. The basic political science approaches to the interpretation of the election campaign. Noted heuristic potential understanding of the campaign as the art of modern political discourse.*

**Key words:** *election, election campaign, political activity, political process, political technologies, electoral technology.*