

МОБІЛІЗАЦІЙНІ ВИБОРЧІ ТЕХНОЛОГІЇ: ДОСВІД АВТОРИТАРНОЇ МОБІЛІЗАЦІЇ

© Ямельницький О., 2013

Розглянуто значення дій мобілізаційного характеру для активізації участі громадян у виборах. Наголошено на тому, що природа політичної мобілізації (її авторитарний чи змагальний виміри) істотно змінюється залежно від соціокультурного контексту політичної системи, в якій вона здійснюється. Стверджується, що використання технологій маніпулятивного характеру необхідне для задіювання емоційної домінанти електорального вибору, яка все ще переважає в електоральній практиці України.

Ключові слова: авторитарна політична мобілізація, змагальна мобілізація, виборчі технології, мобілізаційні технології, маніпулювання.

MOBILIZING ELECTION TECHNOLOGIES: THE EXPERIENCE OF AUTHORITARIAN MOBILIZATION

© Yamelnytskij O., 2013

The principal objective of this paper is to demonstrate the importance of mobilization actions aimed at activation of citizen participation in elections. It is emphasized that the nature of political mobilization (in particular, its authoritarian or competitive dimension) changes substantially depending on the social and cultural context of the political system. This paper also presents a perspective on the use of manipulation techniques and technologies that are necessary for involving emotional dominant, which is still prevalent in the process of electoral manipulation in Ukraine.

Key words: authoritarian political mobilization, competitive mobilization, election technologies, mobilization technologies, manipulation.

За умов демократизації як однієї з визначальних тенденцій сучасності електоральний процес набуває чималої ваги серед інших політичних процесів. Тому не випадково виборчий процес та його основні складові перебувають у центрі уваги прикладної політичної науки. Успішне проведення виборів та визнання суспільством їх результатів – перша ознака спроможності цього суспільства вирішувати у мирний спосіб свої основні проблеми – суспільно-політичні тощо.

Поширеною є теза про те, що чим активніше громадяни беруть участь у демократичному процесі, тим міцнішою є сама демократія. Участь громадян забезпечує механізм контролю над урядом, зменшує вірогідність того, що деякі їхні інтереси можуть бути проігноровані під час прийняття політичних рішень, та допомагає їм сприймати чинний уряд як легітимний

Відомо, що рівень політичної участі громадян визначається мірою розвитку їх особистості та їх внутрішнім станом. У цьому випадку йдеться про готовність особистостей до змін у своєму житті через їхню пасивність чи активну суспільну діяльність.

Вважаємо, щоб активність громадян була ефективною, потрібно докласти чимало зусиль, зокрема й мобілізаційного характеру. Саме тому **актуальними** є дослідження механізмів складної та розгалуженої системи мобілізації щодо політичної участі, які б забезпечили кожному громадянину реальні можливості для участі у політичному процесі. Наприклад, людей з пасивною, байдужою позицією слід мобілізувати через подолання їх незнання щодо можливостей різноманітних форм участі у суспільно-політичних процесах, доведення позитивних здобутків від

такої участі, їх переконування у її прогресивних та конструктивних результатах тощо. Щодо громадян з активною позицією мобілізація застосовується передусім для утвердження їх позиції, частішого залучення до суспільно-політичної діяльності.

Проблеми політичної мобілізації досліджуються як українськими, так і російськими ученими. Особливо «благодатний ґрунт» для аналізу використання мобілізаційних чинників дають виборчі кампанії. Не є винятком електоральний процес і в Україні. Однак проблематика активізації виборців, зокрема її мобілізаційного виміру за допомогою різних виборчих технологій ще в належний спосіб не опрацьована та теоретично не розроблена. Аналізуючи дослідження і публікації з цієї тематики, варто відзначити роботи таких вчених, як А. Купцова, О. Бойко, Б. Бессонова, Л. Гонюкова та ін.

Теоретичне обґрунтування природи політичної мобілізації дає у своїй статті Д. Гончаров, який стверджує, що остання істотно змінюється залежно від соціокультурного контексту політичної системи. Відтак вчений дає трактування мобілізації у її авторитарному та змагальному вимірах [4]. Мобілізація у змагальних політичних системах відбувається на фоні чіткого поділу інститутів артикуляції та акумуляції суспільних інтересів. Мобілізована політична активність у них не підміняється автономною активністю громадян у сфері артикуляції інтересів. Вона обмежується діяльністю, яка має на меті адаптацію узагальненої «мови» національної політики для вираження групових та індивідуальних інтересів, а також узгодження з суспільною думкою персонального складу політичних еліт. Авторитарний стиль мобілізації ігнорує поділ вищезазначених функціональних завдань, підміняючи акумуляцію суспільних інтересів роботою з «політичної просвіти мас», індоктринуванням в їх свідомість пропагандистських кліше [4].

Політичну мобілізацію визначають як форсування підтримки тих чи інших політичних дій значними масами населення. Мобілізація передбачає високий рівень участі мас у політичному процесі, їх політичне заангажування. Засоби та технології політичного заангажування можуть бути як м'які, так і такі, що переконують, бо орієнтуються на цілі й інтереси громадян, і жорсткі, примусові, які залучають маси до політичної участі, не звертаючи уваги на їхні думки та погляди [9, с. 99].

Більшість західних дослідників політичну мобілізацію трактують як активність, яка є наслідком впливу з боку політичних лідерів чи організацій на індивідів, та ґрунтується на придушенні чи спотворенні вільного та раціонального політичного вибору цих індивідів [4]. У цьому випадку мобілізації протиставляється автономна участь, яка трактується як результат раціонального самовизначення індивідів, не зумовленого будь-якими зовнішніми чинниками.

Мета роботи – дослідити мобілізаційні технології, що використовуються в електоральному процесі як форми авторитарної політичної мобілізації.

Загалом виділяють кілька варіантів реалізації громадянами свого права на політичну участь, що визначаються їх суб'єктивним ставленням до громадської діяльності:

- активна позиція громадян, що передбачає наявність у них потенціалу до політичної участі, бажання осіб активно використовувати цей потенціал, реалізовувати своє право на участь, відстоювати свої права та інтереси через безпосередню участь у суспільно-політичних процесах. В основі такої активності лежать ініціативність громадян, їх небайдужість до проблем – своїх та оточення, які спільно вирішуються через співпрацю; а органи державної влади та місцевого самоврядування повинні виконувати волю активної частини громадян, втілену у відповідних рішеннях, що є обов'язковими до виконання на певній території;

- пасивну позицію, зумовлену високим рівнем присутності державних органів у організації вирішення проблем різного рівня;

- інертну позицію, що передбачає відчуження більшості громадян від прийняття рішень [6, с. 119–120].

Зміна пасивної чи інертної позиції вимагає зусиль саме мобілізаційного характеру. У цьому контексті слід брати до уваги, що елітарна політична діяльність на рівні владних структур виконує три основні функції: аналітичну (діагностичну), директивну (прийняття і впровадження рішень) та мобілізувальну.

У сучасному виборчому процесі застосовують широкий спектр технологій, які дають змогу отримати бажаний результат: бути обраним чи переобраним на певну посаду. Серед таких технологій значного поширення набувають і мобілізаційні. Так, політичну технологію визначають як систему прийомів, технік послідовного досягнення бажаного результату у тій чи іншій сфері політичної діяльності [9, с. 93].

Мобілізуючі технології – це техніки форсування підтримки політичного рішення значними масами населення. Їх поділяють на:

- раціональні (м'які, що спираються на переконання, та жорсткі, що спираються на примус);
- ірраціональні (посилання на авторитет, на погляди більшості, маніпуляції) [9, с. 94].

У контексті дослідження мобілізаційних чинників активізації політичної участі авторитарного типу доцільно згадати й про поняття «антитехнології», – звертаючись до яких, суб'єкти політики роблять ставку на досягнення часткового або найближчого результату, ігноруючи загальні та довготермінові наслідки своєї діяльності, тобто використовують тактичні прийоми, без огляду на політичну стратегію. Особливістю антитехнологій є також те, що вони виходять із парадигми незалежності політики від моралі і ґрунтуються на невдоволенні тих або інших груп населення, тобто на такому «будівельному матеріалі», який завжди «під рукою» у достатній кількості [3, с. 72–93].

Під час застосування жорстких мобілізаційних технологій діє додатковий чинник мотивації до виконання того чи іншого рішення – страх перед погрозою використання організованої негативної санкції. За допомогою технологій, що переконують, мобілізація досягається через створення в індивіда впевненості, що прийняте рішення є доцільним, тобто збігається з його особистою системою цінностей (оцінками, потребами). Крім того, ці технології ґрунтуються на доступному знанні про взаємозалежність між виконавцями певних дій і досягненнями ними бажаного стану речей (раціональні мобілізувальні технології).

Окрім раціональних технологій мобілізації, у політичному житті використовують і нераціональні – психологічний тиск, посилення на авторитет чи погляди більшості, а також маніпуляції.

В арсеналі сучасних політиків наявна ціла низка маніпулятивних мобілізаційних технологій, які вони успішно використовують у своїй політичній діяльності. Під маніпулятивними мобілізаційними технологіями ми розуміємо сукупність методів, прийомів та засобів маніпулятивного впливу, метою якого є спонукання людини до заздалегідь визначеного алгоритму дій чи вирішення певного питання.

Розглядаючи сучасні виборчі кампанії, доходимо висновку, що не існує раціональних передумов політичного вибору, оскільки в політиці «ставки стали дуже високими», відтак використовуються дуже сумнівні прийоми впливу на електорат. Саме маніпулятивні мобілізаційні техніки та прийоми сьогодні є чи не основним інструментом передвиборчої боротьби і повсякденної політичної діяльності як окремих політичних лідерів, так і політичних партій. «Приємна» упаковка кандидата, створена умілими «ремісниками»-політтехнологами, часто не відповідає реальному стану речей, і, як наслідок, виборець дезорієнтується, боротьба відбувається між іміджами кандидатів, а не між самими кандидатами. У цих умовах перемагає саме той політик, який зуміє завдяки власному іміджу, незалежно від його особистих і ділових якостей, сподобатись виборцям, а не достойніший. Відтак у суспільстві можливі масові розчарування, кризи.

Перемога на виборах, як відомо, залежить передусім від того, яку частину виборців переконала політична сила чи кандидат у необхідності проголосувати саме за них і чи є ця частка необхідною для перемоги. Передвиборча кампанія власне і є тим «переконанням», яке має свої особливості та унікальний набір прийомів. Набір використовуваних прийомів і визначає характеристики виборів: чи вони чесні, змагальні і відповідають іншим принципам демократичних виборів, а чи переповнені негативною та деструктивною інформацією, внаслідок застосування маніпулятивних технологій. Саме тому існує необхідність у визначенні правил використання у кампаніях ресурсів, що забезпечують вплив на мораль, свідомість та підсвідомість виборців.

Учені виділяють два основні різновиди політичного маніпулювання: маніпулювання свідомістю та маніпулювання процесами [8, с. 98]. Під маніпулюванням процесами розуміють поширені у політичній науці словосполучення «адміністративний ресурс», «використання службового становища у своїх власних інтересах» тощо.

Адміністративний ресурс позначає відкрите або ж приховане використання кандидатом – представником правлячої сили: а) прямого тиску органів влади чи посадових осіб на виборців, включаючи підкуп, погрози і підтасовування результатів голосування; б) тиску на конкурентів в усіх можливих формах (інформаційна блокада, усунення від виборів, кримінальне переслідування тощо); в) використання владного становища для ефективного проведення власної кампанії кандидата (партії) влади.

Маніпулятивні мобілізаційні технології, які часто використовуються в українській виборчій практиці, повинні тягнути за собою реальну юридичну, а не декларовану, моральну відповідальність. Однією з таких технологій, які використовуються у виборчих кампаніях і також піддаються правовому регулюванню, є підкуп виборців.

Прямий підкуп передбачає безпосередню передачу грошей, подарунків за умови голосування за певного кандидата, партію, рух чи блок. Метод прямого підкупу може застосовуватись до пенсіонерів, інвалідів, військовослужбовців тощо, тобто до тих категорій населення, яких в силу певних соціо-економічних, психологічних та інших чинників найлегше підкупити. Прямий підкуп виборців є доволі ненадійною технологією, оскільки для його ініціаторів немає можливості проконтролювати вибір певної особи після видачі коштів. Ця технологія також вимагає впорядкованої організації виборчого процесу кандидатом, коли для нього існувала б можливість привести до виборчих урн значну кількість виборців, достатню для перемоги, та проконтролювати зміст їх волевиявлення.

Технологія непрямого підкупу ефективніша, але неконтрольована. Вона може застосовуватись до широких верств населення, не підриваючи при цьому віри електорату у правову та моральну «чистоту» кандидата, даючи йому і його команді змогу уникати конфліктів із виборчими комісіями та правоохоронними органами різного рівня. Ця технологія передбачає, зокрема, організацію різноманітних лотерей, електоральних вікторин, конкурсів. Сюди слід зарахувати й різного роду благочинну діяльність на користь певного кандидата (наприклад, безкоштовне надання юридичних чи консалтингових послуг). Боротьбу з цією технологією повинні здійснювати насамперед виборчі комісії та правоохоронні органи. У цьому випадку важливого значення також набуває максимальне використання опонентами кандидата засобів масової комунікації для викриття фактів непрямого підкупу.

До інших технологій мобілізації електорату дослідники, зокрема О. Бойко, зараховують такі прийоми:

- «зондування/підготовка ґрунту», що передбачає створення обставин/ситуацій які сприяють маніпулятивній дії: а) детальне обговорення у ЗМІ можливих варіантів розвитку подій після прийняття політичного чи адміністративного рішення (реакції на нього політичних сил, спричинені ним кадрові перестановки в органах влади тощо); б) подача перед вимушеним повідомленням негативної інформації ще більш негативної, неточної інформації, яка спростовується в останню мить; в) «пробна куля» – проведення попередньої/репетиційної дії перед здійсненням основної політичної дії/акції, в чомусь схожої на основну з тим, щоб перевірити можливу реакцію мас на неї;
- «створення антуражу», що полягає в організації і створенні на практиці комплексу супутніх умов, які цілеспрямовано і цілком передбачувано зумовлюють ухвалення рішень (розвішування на деревах стрічок з партійними кольорами, нагородження громадян почесними грамотами, пам'ятними медалями, сувенірами від політичного лідера, підтримка акцій кандидата авторитетними науковцями, видатними письменниками, відомими музикантами тощо);
- «телефонне проникнення», що передбачає імітацію телефонного соціологічного опитування командою кандидата на певну посаду, метою якого є: а) повідомити виборцям інформацію про «потрібного» кандидата, і зафіксувати у їх пам'яті його прізвище (яке обов'язково повторюють кілька разів) і позитивний імідж (опитувальник формується з метою підкреслити привабливі риси кандидата);
- «забирання естафети», суть якого полягає у: а) посиленні ефекту виборчої акції кандидата-маніпулятора, шляхом його порівняння у ЗМІ з такою ж неуспішною акцією його конкурента; б) акцентуванні уваги громадськості на невдахах діях конкурента; в) експлуатації чужого ресурсу популярності;

- «лохотрон», який за допомогою широко розрекламованої гри (тоталізатора, лотереї, вікторини тощо) передбачає: а) відволікання виборця від реального вибору кандидатів, заманюючи його можливістю отримати приз або грошову винагороду в обмін на певне голосування; б) у ході гри через соціологів, ЗМІ, чутки постійно натякають виборцеві про те, хто «насправді» стане переможцем – організатор заходу;

- «зіштовхування інтересів», суть якого у: а) створенні умов/ситуації, у яких конкурент змушений вдатися до слів/дій, які суттєво суперечать ідеалам, сподіванням, настроям виборців; б) постійному нагадуванні громадськості про невдалі вислови та дії кандидата-конкурента;

- «негайний результат», що полягає у виявленні і публічній підтримці мотиву голосування, пов'язаного з бажанням виборців отримати певний результат від кандидата-переможця одразу ж після завершення виборів;

- «псевдовибір»: штучне конструювання ситуації, у якій реалізується такий варіант волевиявлення, за якого результат голосування є заздалегідь визначеним;

- «боротьба проти спільного ворога», що полягає у: а) навішуванні ярлика «ворога» на політичного лідера чи політичну силу-конкурента; б) штучному фабрикуванні образу міфологічного «ворога»; в) роздмухуванні гасла необхідності боротьби з «ворогом» з метою підсилення мотиву голосування виборців за кандидата, який виступає на захист спільних інтересів від ворожих зазіхань. Типові вислови, які ілюструють цей прийом: «Хто не з нами – той проти нас», «Ворог мого ворога – мій друг», «Ми їх переможемо»;

- «неефективний експеримент», що передбачає штучне створення ситуації недовіри до правлячої владної еліти акцентуванням тези про те, що реформи, які проводяться урядом, є «всього лише» невдалим, неефективним експериментуванням над суспільством, який необхідно припинити шляхом зміни правлячої еліти;

- «непотрібності змін», що полягає у формуванні у більшості виборців думки/відчуття, що ті зміни, на які вони очікують після виборів, вже розпочала правляча владна еліта [2, с. 184–186].

В електоральній практиці України все ще переважає емоційна домінанта електорального вибору, задіювання якої неможливе без використання мобілізаційних технологій, зокрема, маніпулятивного характеру. У цьому випадку визначення авторитарного типу мобілізації протиставляється змагальній мобілізації та ґрунтується на ціннісній традиції, яка бере свій початок у класичній ліберальній теорії демократії. На думку Д. Гончарова, ця традиція як найсуттєвіша компонента демократичної політики сприймає автономного та раціонального індивіда, політична участь якого зумовлюється лише його природними здібностями щодо адекватного застосування власного розуму. У світлі такого бачення статус авторитарної політичної мобілізації є недвозначно негативним [4].

Відтак варто згадати твердження Р. Міллса, який вважає, що в результаті політичного маніпулювання свідомістю, яке здійснюється правлячою елітою через засоби масової комунікації, населення держави перетворюється у політично інертну масу. Засоби масового спілкування пропонують людині зразки і мірила, за допомогою яких вона судить про себе, демонструють їй, якою вона б хотіла бути, тобто формують її наміри, підказуючи їй, як цього досягти, тобто навіюють шляхи і способи здійснення бажань, дають їй забуття в ілюзії. Для Р. Міллса суспільство за таких обставин (використання маніпулятивних технологій авторитарної мобілізації – авт.) перетвориться у механічну сукупність індивідів, відданих на поталу масових засобів спілкування, індивідів, не здатних протистояти потокові навіюваних ідей та уявлень [1, с. 242–243].

Отже, сучасна політична ситуація, існуючий тип політичної культури та мобілізаційні виборчі технології, що застосовуються у електоральній практиці, засвідчують, що саме емоційна домінанта найдієвіша при впливі на особистість, оскільки тиск на «больові точки» суспільної свідомості через пробудження різного роду позитивних чи негативних почуттів часто не усвідомлюється, має велику часову тривалість та високу ефективність. Подібний маніпулятивний та мобілізаційний ефект на виборця має і система творення політичних міфів та стереотипів.

Зазначені способи авторитарної мобілізації у виборчому процесі доволі часто не збігаються з існуючим нормативним, зокрема, правовим полем, що призводить до ситуації, коли громадяни не

спроможні здійснити свідомий вибір. У цьому випадку перспективними є дослідження реального втілення у електоральній практиці України моделі раціонального вибору, що ґрунтується на особистому інтересі індивіда, який голосування використовує для досягнення своїх власних цілей, є «проблемно мобілізованим», коли головну роль у підтримці громадянами певного політичного діяча відіграє не його партійна належність, а націленість на вирішення конкретного політичного питання.

1. Бессонов Б. Н. *Идеология духовного подавления* / Б. Н. Бессонов – М.: Мысль, 1971. – 296 с.
2. Бойко О. Д. *Анатомія політичного маніпулювання: навч. посіб.* / Олександр Бойко. – Ніжин: ДС «Міланік», 2007. – 223 с.
3. Выдрин Д. И. *Очерки практической политологии* / Д. И. Выдрин. – М.: *Философ. и социолог. мысль*, 1991. – 128 с.
4. Гончаров Д. В. *Политическая мобилизация* / Д. В. Гончаров // *Полис (Политические исследования)* – 1995. – № 6. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до джерела: http://www.polisportal.ru/index.php?page_id=51&id=392.
5. Гонюкова Л. *Політичні партії як інститут державної політики та управління: теоретико-методологічний аналіз: моногр.* / Лілія Гонюкова; за наук. ред. д-ра політ. наук. Л. Є. Шкляра. – К.: НАДУ, 2009. – 392 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до джерела: <http://nbuv.gov.ua/books/2009/09glpp.pdf>.
6. *Громадські організації та органи державного управління: питання взаємовідносин* / за заг. ред. Н.Р. Нижник та В.М. Олуйко – Хмельницький: Вид-во ХУУП, 2008. – 236 с.
7. Истлер Дж. *Возможность осуществления рациональной политики* / Дж. Истлер // *Современная политическая теория*. – М.: NOTABENE, 2001. – 287 с.
8. Купцов А. *Маніпулятивна складова соціальної взаємодії в контексті політичного маркетингу* / А. Купцов // *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. – 2004. – №2. – С. 91 – 106.
9. *Політологія*. – Кн. перша: *Політика і суспільство*; Кн. друга: *Держава і політика* / [А. Колодій, Л. Климаська, Я. Косміна, В. Харченко]. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К.: Ельга, Ніка-Центр, 2003. – 664 с.
10. Fiorina M. *Retrospective voting in American national elections* / M. Fiorina. – New Haven: Yale univ. press, 1981.
11. Himmelweit H. *How voter decide* / H. Himmelweit, P. Humphreys, M. Jaeger. – Milton Keynes, 1985.