УДК 324: 328 (477)
**І.І. Купцова, аспірант**
*Національний університет «Одеська юридична академія»*
*вул. Сергія Варламова, 7, Одеса, 65000*

# НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ІМІДЖ-ТЕХНОЛОГІЙ: ПОЛІТИКО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

*Досліджується питання іміджевих нормативів в аспекті їх формалізації в джерелах депутатської етики. Визначаються концептуальні засади іміджування в органах державної влади, в контексті виборчого процесу.*

***Ключові слова:*** *політичний імідж, імідж-технології, нормативне регулювання.*

Вироблення цілісної та дієвої концепції управління, підтримання захисту порядку на демократичних засадах ґрунтується на нормативах політичної етики та знаходить вираження у сфері політико-правового регулювання. Правове регулювання використання іміджевих технологій інституалізується через формалізацію регулятивів у нормативних актах. Характеризуючи регулювання процесу використання імідж технологій, визначимо елементи нормативного масиву, які мають інструментальне значення в процесі формування іміджу.

В першу чергу іміджеві нормативи містяться в формалізованих джерелах депутатської етики, етики партійної діяльності, професійної діяльності державних службовців, в тій мірі в якій вони мають відношення до процесу іміджування. Регулятиви з використання імідж-технологій також містяться у нормах виборчого законодавства, зокрема в частини, присвяченій регулюванню агітаційної діяльності. Іміджування діяльності державної влади регулюється комплексом нормативних актів, направлених на узгодження та гармонізацію взаємодії компетентних осіб із громадськістю. В певній мірі впливають на зміст іміджевого позиціонування норми, що встановлюють відповідальність за порушення порядку здійснення владного впливу.

Парламентська етика ґрунтується на засадах підтримки особистого політичного іміджу та іміджу відповідної партії чи блоку у стосунках із виборцями, громадянським суспільством, партіями, представниками бізнесу.

Етичне регулювання сприяє підвищенню довіри до вищого законодавчого органу влади, забезпечує функціонування ефективного публічного механізму законотворчості та гармонізації взаємовідносин із громадськістю.

Концептуальні засади іміджування в контексті представлення результатів діяльності окремих народних депутатів та парламенту в цілому пов'язані з реалізацією принципу прозорості законодавчого процесу. В основі даного принципу – сприяння доступу громадськості до інформації про роботу парламенту та його членів. Законодавчий орган як один із центральних елементів у системі забезпечення свободи слова та вираження інтересів народу функціонує на засадах гармонізації взаємовідносин влади та громадськості. Прозорість передбачає забезпечення свободи слова та функціонування парламенту на засадах відкритості у стосунках із засобами масової інформації. Саме принцип прозорості виступає основою привернення уваги до діяльності парламенту та підвищення іміджу його членів. Основною ціллю реалізації даного принципу є встановлення зворотного зв'язку із виборцями та їх обранцями, зокрема у формі відповідальності та підзвітності народних депутатів. Парламентська робота на рівні окремих комітетів, інституційних підрозділів також має висвітлюватись в доступній формі, наприклад, через розміщення відомостей у мережі Інтернет, що зараз відбувається, але не в повній мірі. Реалізація принципу прозорості законодавчого процесу виражається також у інституалізації незалежної експертної підтримки роботи парламенту.

Регулювання морально-етичного аспекту поведінки інституалізується у різноманітних кодексах, що представляють собою своєрідну конституцію публічної та професійної діяльності. Етичні кодекси об'єднують морально-імперативні програми, що функціонують на основі узагальнення засад, принципів та цінностей як основи процесу іміджування в сфері публічної взаємодії. Імідж публічних осіб залежить від розуміння та дотримання складових кодексової культури. Сьогодні процес кодифікації етичних моделей поведінки стає нормою вітчизняної практики.

Морально-етичне регулювання доповнюється законом як засобом зовнішнього примусу. Кожен із цих способів має переваги. На думку М.А. Рудакевича, «режими традиційної відповідальності більш ефективні, ніж кодекси етики у боротьбі зі зловживаннями, а кодекси етики більш ефективні у підвищенні адміністративного професіоналізму, ніж режими відповідальності. Їх поєднання забезпечує підтримку демократичного управління» [1, с. 68].

Нормативне регулювання етичної поведінки публічних осіб, на яких покладено функцію представництва народних інтересів у законодавчих органах влади, відбувається в рамках декількох проекцій. Іміджева репрезентація на основі особистої етики депутата визначається змістом некодифікованих норм моральної поведінки та норм, що набули відповідного виразу у правилах етичної поведінки, моральних кодексах, законодавчих актах.

В тому чи іншому вигляді принципи парламентської етики як необхідні рамки, за межами яких поведінка депутата може розцінюватись як некоректна, зафіксовано в спеціально розроблених законах: кодексах честі депутатів, кодексах етики, моральних кодексах і т. д. Фактично мова йде про визначення стандартів поведінки депутатів, заснованих на системі суспільних очікувань та змісту контролю із боку суспільства.

Недотримання порядку, встановленого на основі комплексного застосування вказаних норм, негативно впливає не тільки на імідж депутата, а й сприяє поширенню делегітимаційних інтенцій щодо іміджу законодавчої влади в цілому. В першу чергу природа морального та правового врегулювання іміджевого позиціонування залежить від якісного здійснення парламентських повноважень, зафіксованих у депутатському мандаті.

Норми депутатської етики формалізовано у ст. 8 Закону України „Про статус народного депутату", за якою представник законодавчої влади повинен дотримуватись загальновизнаних норм моралі, зберігати власну гідність, поважати честь та гідність інших народних депутатів, службових та посадових осіб та громадян, утримуватись від дій, заяв та вчинків, що компрометують його самого, виборців, Верховну Раду та державу [2].

Правова регламентації етичної сфери у виражена у Законі України „Про правила етичної поведінки", що визначає керівні норми поведінки осіб, уповноважених на виконання функцій держави або місцевого врядування. Закон покладає на зазначених суб'єктів зобов'язання керуватись принципами законності, пріоритету інтересів держави та територіальних громад, політичної неупередженості, толерантності, об'єктивності, компетентності і ефективності. Також законом встановлюються етичні обмеження для запобігання виникнення корупційних діянь та встановлюється відповідальність за порушення вказаних в законі правил етичної поведінки – суб'єкт владного впливу може бути притягнутий до дисциплінарної, адміністративної, кримінальної та матеріальної відповідальності [3].

В контексті аналізу нормативного регулювання іміджевих технологій особливий інтерес викликає формалізація у ст. 12 Закону зобов'язання дотримуватись принципу формування довіри до влади. Уповноважені особи мають забезпечувати позитивну репутацію органів державної влади, органів місцевого самоврядування, сприяючи зміцненню довіри громадян до влади через утвердження чесності, неупередженості та ефективності влади. По суті дана норма представляє собою декларацію важливості створення позитивного іміджу представників влади на засадах загальновизнаної суспільством моралі. Однак, враховуючи те, що дана норма регулює поведінку осіб, що представляють законодавчу, виконавчу та судову гілки влади, наявна колізія між узагальненою вимогою „забезпечувати репутацію органів влади" та вимогою здійснення владного впливу на основі принципу стримувань та противаг.

Принципи чесності та неупередженості влади в контексті іміджевого позиціонування депутатів, реалізуються через закріплення у законодавстві механізмів запобігання корупції та уникнення конфлікту інтересів в діяльності парламентарів. Парламент як вищий орган законодавчої влади, претендуючи на провідну роль у формуванні ефективної антикорупційної політики в державі, для забезпечення підтримки та довіри громадян розробляє законодавчу базу, що має забезпечити ефективний порядок реалізації антикорупційних норм у парламенті.

Традиція кодифікації етичних норм за заході пов'язана з регулюванням відносин на основі етичних стандартів. Виходячи із змісту Закону України „Про правила етичної поведінки" вітчизняне законодавство наслідує іншу традицію – формулювання етичних принципів, не конкретизованих або слабо конкретизованих у вигляді правил.

Етичний компонент, що лежить в основі регулювання поведінки суб'єктів владного впливу доповнюється вимогами щодо культури спілкування та етикету осіб, уповноважених на виконання функцій держави. Так Наказом від 30 вересня 2012 року затверджено „Рекомендації щодо зовнішнього вигляду (дрес-коду) працівників Секретаріату Кабінету Міністрів". В Наказі зазначається, що державний службовець повинен не лише розуміти закономірності соціально-економічних процесів, вміти працювати з інформацією, прогнозувати результати діяльності свого підрозділу, а і мати відповідний зовнішній вигляд [4]. В узагальненому вигляді вимогу щодо дотримання державними службовцями офіційно-ділового дрес-коду закріплено у „Загальних правилах поведінки державного службовця" [5].

Зазначимо, що засвоєння зовнішніх елементів етикетних форм поведінки представляється важливим в процесі іміджевого позиціонування, однак необхідність в надмірній деталізації вимог до зовнішнього вигляду свідчить лише про низький рівень корпоративної культури та систематичне недотримання службовцями норм етикету.

Поступове трансформування традиційного підходу до управлінської діяльності знайшло вираження у впровадженні принципів менеджменту в діяльність державних службовців, що виражається в регулюванні на основі принципів прозорості та відкритості взаємодії влади із громадськістю.

Концепцію іміджевої моделі взаємовідносин державного службовця з громадськістю на законодавчому рівні закріплено в „Загальних правилах поведінки державного службовця": поведінка державних службовців має відповідати очікуванням громадськості й забезпечувати довіру суспільства та

громадян до державної служби, сприяти реалізації прав та свобод людини і громадянина [6]. Іміджеве позиціонування державної служби ґрунтується на принципах узгодженості зусиль окремих державних службовців, направлених на створення позитивного авторитету служби в цілому.

До етичної складової іміджу державного службовця закон відносить чинник аполітичності, закріплюючи застереження щодо утримання від демонстрації власних політичних поглядів та свого ставлення до політичних сил, партій, блоків, не допускаючи їх впливу на виконання службових обов'язків. Однак, чинний Закон України „Про вибори народних депутатів" послаблює обмеження щодо участі державних службовців у передвиборчій агітації, передбачаючи можливість здійснення цієї діяльності у позаробочий час [6]. У випадку, якщо відповідна посадова чи службова особа є кандидатом у депутати, етичні вимоги щодо аполітичності до неї взагалі не застосовуються. В цілому законодавче розширення можливостей державних службовців виражати своєю громадянську позицію ґрунтується на загальному для всіх громадян праві свободного висловлення політичних переконань, однак впровадження вказаної норми мало б супроводжуватись розробкою механізму запобігання адміністративному тиску з боку посадових осіб вищого рівня.

Існує два основних види іміджевих технологій: одні спрямовані на отримання влади та використовуються в ході політичної боротьби, інші – системоутворюючі, направлені на поступовий стратегічний розвиток політичних інституцій.

Наведені форми організації публічного діалогу відносимо до категорії системоутворюючих іміджевих технологій, які забезпечують активність громадян у період між виборами шляхом залучення до політичного процесу альтернативних традиційним політичним інститутам суб'єктів, що в цілому сприяє легітимації владного впливу.

В свою чергу зміст виборчих технологій не вичерпується використанням лише маніпуляційних практик та має глибокий соціальний підтекст. Нормативне регулювання іміджевого позиціонування в період електоральної активності, становить передумову вільного обрання виборцями тих чи інших партій та кандидатів. А в основі будь-якої іміджевої кампанії лежить принцип забезпечення ефективного функціонування в сфері основного призначення об'єкту іміджу.

Регулювання порядку використання іміджевих технологій у виборчому процесі міститься у ряді законів та підзаконних актів, пов'язаних з порядком проведення виборів. Чинний Закон України „Про вибори народних депутатів України" в цілому направлено на обмеження використання деструктивних імідж-технологій у виборчому процесі. Зауважимо, що в рамках оновленого законодавства відсутнє положення щодо гарантування „права на вільне та всебічне обговорення передвиборчих програм партій (блоків), політичних, ділових та особистих якостей кандидатів у депутати", яке було закріплено у Ст. 66 Закону України „Про вибори народних депутатів" від 23 березня 2004 року [7]. Вважаємо, що зазначена трансформація демонструє тенденцію до посилення регуляційного впливу в сфері використання іміджевих технологій, яка простежується в ряді положень чинного виборчого законодавства.

Зокрема ст. 79 Закону встановлюється заборона розповсюдження недостовірних або наклепницьких відомостей про партію – суб'єкта виборчого процесу або про кандидата. При цьому недостовірність або наклепницький характер інформації має бути встановлено в судовому порядку. Законом також врегульовано порядок реалізації права „на відповідь": „суб'єкт виборчого процесу, кандидат у депутати мають право звернутися до засобу масової інформації, що оприлюднив інформацію, яку партія або кандидат вважають недостовірною, з вимогою опублікувати їх відповідь". Зауважимо, що виходячи із змісту даної норми, визнання інформації як такої, що містить ознаки наклепу входить до компетенції засобів масової інформації.

В цілому нормативне врегулювання „права на відповідь" представляє собою позитивну тенденцію в плані вдосконалення гармонізації технологічного впливу на громадськість у період виборчого протистояння. Можливість спростувати компрометуючу політичного суб'єкта інформацію та надати обґрунтовані роз'яснення на тих же самих умовах, що й опонент, дозволяє говорити про якісно новий рівень регулювання іміджевих технологій в електоральному процесі. Встановлення обсягу та розумного терміну, упродовж якого відповідь має бути опублікована дозволяє говорити про створення повноцінного механізму доступу до інформаційних ресурсів на засадах рівності.

Однак Законом не встановлено жодних обмежень даного права, окрім положення про неможливість надавати „відповідь на відповідь". Праву, заснованому на суб'єктивній оцінці інформації як такої, що містить недостовірні відомості про кандидатів або партії, відповідає безумовне зобов'язання засобів масової інформації, тобто закон не визначає підстав для відхилення даного звернення. Тому вважаємо, що положення Закону в частині регулювання права на відповідь варто конкретизувати шляхом встановлення порядку визнання інформації як такою, що містить недостовірні відомості про партію або кандидата.

В процесі іміджевого позиціонування важливу роль відіграють соціологічні електоральні технології, що використовуються в процесі організації виборчих кампаній. За визначенням вітчизняного дослідника В.А. Полторака, соціологічні піар-технології представляють собою сукупність методів, за допомогою яких створюється „абсолютно нова, сконструйована дослідником соціальна реальність, що насправді має місце" [8, с. 206-208].

Загалом виборчий процес – це своєрідне масштабне вивчення громадської думки, направлене на легітимізацію владного впливу. В процесі формування громадської думки актуалізується використання в суспільній практиці результатів соціологічних досліджень. Існує безліч методик, які дозволяють впливати на процес здійснення електорального вибору. Умовно широкий спектр соціологічних піар-технологій можна розділити на дві основні групи: технології проведення соціологічних досліджень та технології, пов'язані із порядком оприлюднення їх результатів. До першої групи належать технології, пов'язані із порушенням вимог щодо валідності, репрезентативності та стійкості соціологічної інформації; технології маніпулювання датами проведення опитів громадської думки; технології використання різноманітних підстав для розрахунку результатів досліджень; підштовхуючи опросні методики та інші. В основі другої групи соціологічних піар-технологій – ранжування явищ в залежності від умов оприлюднення результатів досліджень. Наприклад, оприлюднення результатів екзіт-полів в день виборів до закінчення голосування.

Використання технологій, пов'язаних із оприлюдненням результатів опитування громадської думки під час проведення виборчої кампанії врегульовано статтею 67 чинного Закону України „Про вибори народних депутатів України". Закон встановлює ряд обмежень щодо використання даних опитувань у виборчому процесі з ціллю мінімізації впливу маніпулятивного характеру. Обов'язкове зазначення часу, території, аудиторії, способу формування соціологічної вибірки, методу опитування виступає гарантією проведення опитування на засадах відкритості та публічності (п. 1 ст. 67).

Створення основи для об'єктивної оцінки виборцями результатів проведеного дослідження пов'язано із встановленим Законом обов'язком інформаційних агентств та засобів масової інформації вказувати замовників опитування (п. 2 ст. 67). З ціллю мінімізації технологічного впливу впроваджено обмеження щодо оприлюднення результатів екзіт-полів до закінчення голосування та щодо поширення даних, отриманих в ході опитувань протягом останніх десяти днів перед днем голосування.

Нормативне регулювання використання соціологічних піар-технологій зосереджено на ефективній організації опитів громадської думки через підвищення надійності соціологічної інформації в процесі дослідження електоральних процесів. Перехід до регулювання соціологічних піар-технологій на засадах об'єктивності дозволяє говорити про обмеження можливостей управління суспільною свідомістю в інтересах замовників даних досліджень.

***Бібліографічний список використаної літератури***

1. Рудакевич М.І. Професійна етика державних службовців: теорія і практика формування в умовах демократизації державного управління: моногр. / М.І. Рудакевич. — К.: Вид-во АСТОН, 2007. — 400 с.

2. Україна. Закони. Про статус народного депутата України: закон України від 17.11.1992 // Відомості Верховної Ради. — 1993. — № 3. — Ст. 17.

3. Україна. Закони. Про правила етичної поведінки: закон України від 17.05.2012 // Відомості Верховної Ради. – 2013. – № 14. – Ст. 94.

4. Про затвердження рекомендацій щодо зовнішнього вигляду (дрес-коду) працівників Секретаріату Кабінету Міністрів України: наказ Секретаріату КМУ від 30 вересня 2010 р. № 155 [Електронний ресурс] // Урядовий портал. — Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=243701680

5. Про затвердження Загальних правил поведінки державного службовця: наказ Головного управління державної служби від 04.08.2010 р. № 214 // Офіційний вісник України. — 2010. — № 90. — Ст. 211.

6. Україна. Закони. Про вибори народних депутатів України: закони України від 17.11.2011 // Відомості Верховної Ради. — 2012. — № 10-11. — Ст. 73.

7. Україна. Закони. Про вибори народних депутатів України: закони України від 25.03.2004 // Відомості Верховної Ради. — 2004. — № 27-28. — Ст. 366.

8. Полторак В.А. Социологические пиар-технологии: необходимость их изучения в процессе подготовки социологов / В.А. Полторак // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. — 2010. — № 889. — С. 206–208.

***Надійшла до редакції 30.08.2013 р.***

**Купцова И.И. Нормативное регулирование использования имидж-технологий: политико-правовой аспект**

Исследуется вопрос имиджевых нормативов в аспекте их формализации в источниках депутатской этики. Определяются концептуальные основы имиджирования в органах государственной власти и в контексте избирательного процесса.

**Ключевые слова:** политический имидж, имидж-технологии, нормативное регулирование.

**Kuptsova I. Image technologies' regulation: political and legal aspects**

The issue of image's formalization in the sources of parliamentary ethics is also revealed in this paper. The conceptual framework of image is analyzed in the context of the electoral process.

**Keywords:** political image, image technology, legal regulation.