

Анатолій Савков

ПОЛІТИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ ВИБОРЧОМУ ПРОЦЕСІ УКРАЇНИ

В статті йдеться про особливості впливу виборчих технологій на поведінку виборців. Узагальнено основні види маніпулятивних технологій, які застосовувалися під час останніх парламентських та президентських виборів. Розроблені конкретні заходи, які спрямовані на вдосконалення технологій управління виборчими процесами в Україні.

Ключові слова: виборчий процес, політичні технології, маніпуляція свідомістю, правова культура виборців.

Останніми роками українське суспільство потерпає кардинальні й неоднозначні перетворення. Особливо динамічно змінюється виборчий процес, який пройшов складний шлях від виборів без альтернативи, до виборів, які наближаються за своїми характеристиками до стандартів демократичного суспільства. Пройшовши декілька етапів президентських, парламентських та місцевих виборів країна здобула з цього приводу значний досвід. Швидкими темпами почало впроваджуватися засвоєння накопичених в світі знань та технологій проведення виборів.

Сучасні виборчі перегони проходять в умовах розгортання інформаційних та психологічних війн, під час яких відбувається маніпулювання свідомістю виборців, здійснюється вплив на суспільну думку електорату за допомогою «брудних» виборчих технологій. В результаті таких свідомих дій суб'єктів виборчого процесу в суспільстві підсилюється ризик появи некерованого соціального конфлікту, зростає соціальна напруга.

Використання «чорного піару», маніпулювання гострими й суперечливими для суспільства темами під час останніх виборчих кампаній засвідчили, що ступінь гостроти та динаміка розвитку проблеми некерованості виборчих технологій збільшується. Така негативна тенденція з часом може призвести до повного хаосу в суспільстві.

Науковими джерелами при проведенні аналізу стали насамперед нормативно-правові акти, що регулюють виборчий процес в Україні. Тема маніпуляції свідомістю розглядається на основі робіт С. Кара-Мурзи, Є. Доценко. Закономірності та особливості виборчих технологій досліджуються у роботах В. М. Бебика, В. Л. Борисова, Д. Видріна, Г. Почепцова, Ю. П. Сурміна, В. Н. Князевої, В. Г. Королько, В. А. Полторака.

Недостатня, на нашу думку, розробленість теоретичних моделей електоральної поведінки, обмежена кількість дослідницьких методик – всі ці фактори ускладнюють дослідження причин зміни стану суб'єктів та об'єктів виборчого процесу.

Мета статті така: на основі вивчення практики проведення останніх президентських, парламентських та місцевих виборів в Україні, виявити та розробити рекомендації і пропозиції, спрямовані на вдосконалення технологій управління виборчими процесами в Україні з ціллю підвищення їх впливу на стабільність суспільства.

Відповідно до заявленої мети зазначаємо завдання:

- 1) аналіз специфіки функціонування виборчих технологій в Україні;
- 2) розробити нові творчі підходи до визначення рівня стабільності суспільства в період виборчих кампаній;
- 3) виробити підходи, пропозиції щодо підвищення впливу виборчих технологій на сталий розвиток суспільства.

13. Gray A. «Unsocial Europe»: The Future of the European Model in the Face of the Globalization / A. Gray // Paper for the presentation at the CIDEL – Workshop, June 10-11, 2005. – Режим доступу: <http://www.arena.uio.no/cidel/workshop/Stockholm/Gray.pdf>.

14. Wiśniewski J. Convergence toward the European Social Model Impact of EU accession on Polish social policy / J. Wiśniewski // Review of European and Russian Affairs. – vol. 1, no.1. – December 2005 – Режим доступу: http://european-russianaffairs.com/images/stories/files/wisniewski_rera_paper.pdf.

15. Rogowski R., Kajtár E. The European Social Model and Coordination of Social Policy. An overview of policies, competences and new challenges at the EU level / R. Rogowski, E. Kajtár // TLM. NET Conference, Quality in Labour Market Transitions: A European Challenge, Amsterdam 25-26 November 2004, Workpackage 8: The Sustainability of Employment Insurance – Режим доступу: <http://www.siswo.uva.nl/tlm/confbuda/papers/papers-files/wp8%20rogowski%20kajtar%20%20European%20Social%20Model.pdf>.

16. Jarf D. Reflections on the European Social Model. A Guest lecture at Warsaw University, the Faculty of Journalism and Political Science, held on Friday, 6-th March, 2007 / Jarf D. – Режим доступу: http://www.ekonomiaspolszna.pl/files/ekonomiaspolszna.pl/pabli/biblioteka_es_pliki/Dirk_Jarre_Revections_on_the_European_Social_model.pdf.

17. Barcelona European Council, 15-16 March 2002, Presidency Conclusions, SN 100//02 REV 1.

18. Шевчук П.І. Порівняльна соціальна політика у країнах Європейського Союзу: навч. посіб. / П.І. Шевчук. – Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2009. – 172 с.

19. Community Charter of the Fundamental Social Rights of Workers // Forster N. EC Legislation 2001/2002. London: Blackstone's Presse, 2002. – P. 211–216.

20. Конвенції МОП з питань соціального захисту: а) №102-про мінімальні норми соціального забезпечення (1952); б) №117 – про основні цілі і норми соціальної політики (1962); в) №118 – про рівноправність у соціальному забезпеченні (1962); г) №157 – про збереження прав у галузі соціального забезпечення (1982) // Міжнародне законодавство про охорону праці: в 3-х т. – К.: Основи, 1997. – Т. 3.

21. The future of the European Council Model, Considerations and challenges, ICSW Strategy paper <http://www.soziale-dienste-in-europa.de/Anlage25577/icsw-strategy-paper-future-esm-considerations-challenges.pdf>.

22. Treaty of Lisbon amending the Treaty on European Union and the Treaty establishing the European Community // Official Journal. Series C. – 2007. – Vol. 50. – № 306. – P. 1–271.

23. Семигіна Т. В. Порівняльна соціальна політика: навч. посіб. / Т. В. Семигіна. – К.: МАУП, 2005. – 276 с.

24. Прокопенко Л. Л. Вступ до європейської інтеграції: навч. посіб. / Л. Л. Прокопенко. – К.: Вид-во «Міленіум», 2009. – 334 с.

постановка проблеми

аналіз останніх досліджень і публікацій

мета

Політичні технології відіграють важливу роль у складному, динамічному й багатогранному політичному процесі України й в цілому розглядаються як сукупність послідовно застосовуваних процедур, прийомів і способів діяльності, спрямованих на найбільш оптимальну й ефективну реалізацію цілей і задач конкретного суб'єкта у визначений час і у визначеному місці [7, с. 319]. Вибірчі технології являють собою різновид політичних технологій, які здійснюють вплив на маси з метою вплинути на їх електоральне поведіння і спонукати їх віддати свої голоси за визначеного кандидата [11, с. 39]. З їх допомогою вибори перетворюються на масове шоу, в якому не має значення які ідеї, принципи декларує кандидат, важливо лише на яких технологіях він побудує свою виборчу кампанію [9].

Хоча питанню технологізації виборів достатню увагу почали приділяти тільки на початку дев'яностих років, зародки вітчизняних виборчих технологій були закладені ще задовго до цього. Так, видатний історик Голубицький В., змальовуючи процедуру обрання козаками своїх лідерів зазначає: «Особа, що обиралася на посаду гетьмана, мусила двічі відмовлятися від запропонованої честі і погоджуватися лише втретє після тривалих вмовлянь, ритуальної лайки й погроз» [1, с. 18].

Та незважаючи на свій досить тривалий час існування, процес впливу виборчих технологій на політичний результат залишався невивченим, а саме поняття політичних технологій трактувалося досить звужено.

Під «виборчими технологіями» розуміють інтелектуальні комплекси або системи, нормативно визначені акції, дії, які підвищують ефективність політичних груп, організацій, які беруть участь в боротьбі за державну владу. Отже, дані технології застосовуються у виборчих кампаніях, мета яких – мотивувати людей йти на голосування і голосувати, відповідно, за конкретну політичну організацію або особу. Опитування сорока провідних політтехнологів Росії та України Міжнародним інститутом політичної експертизи у серпні 2004 року дозволило виявити цілий ряд використаних консультантами підходів і класифікацій виборчих технологій за найрізноманітнішими аспектами: за спрямованістю; за легальністю (відкритістю) використання; на підставі ставлення до виборчої системи; за масштабом; за характером мотивації; за сферою здійснення; за територіальною ознакою, за етапами застосування; «по трьох обставинах»: місце, час і спосіб дії [4].

Ю. П. Сурмін та Д. Ю. Наріжний виділяють дві групи виборчих технологій: нормативні (ті, які задають систему правових норм виборчому процесу й потребують чіткого, однозначного їх виконання) та технології ведення виборчої кампанії (технології управління виборчою кампанією, підготовки кандидата) [14, с. 18]. Ці різновиди тісно взаємодіють й доповнюють один одного. Головне призначення нормативних виборчих технологій полягає в тому, що з їх допомогою держава регламентує політичну боротьбу за владу, упорядковуючи процеси зміни правлячих політичних еліт, роблячи їх цивілізованими. Однак самі політичні еліти, політичні партії та їх представники використовують особливі політичні технології для того, щоб бути обраними, помітними серед інших кандидатів [14, с. 17].

На жаль, саме технології, які сприяють досягненню кандидата власних цілей й називають частіше за все виборчими, в той час як нормативні технології залишаються поза увагою. Серед технологій ведення виборчої кампанії дослідники найбільше приділяють увагу технологіям реклами й зв'язку з суспільством, підготовки кандидата, а технології організації виборчої кампанії, її планування залишаються ніби в тіні. Такий дисонанс не дає змоги знайти «найслабшу та найсильнішу ланку» в ланцюгу політичних технологій сучасного виборчого процесу з метою підвищення ефективності їх функціонування.

Звідси можна констатувати, що всі виборчі технології, які застосовуються у ході виборчої кампанії, незалежно від

того вважають їх спеціалісти чистими чи брудними, базуються на маніпуляції свідомістю виборця. Герберт Франке, в своїй книзі «Маніпулятивна людина» зазначає: «Під маніпуляцією слід розуміти психологічний вплив, який провадиться таємно в ущерб тим особам, на яких він направлений» [10, с. 114]. Основні проблеми маніпуляції в тому, що вона завжди присутня у виборчих кампаніях і проти неї нема ефективних засобів боротьби.

Базовими принципами маніпуляції виступають: прихованість впливу; масовий характер маніпуляцій, який обіймає значну кількість груп населення; розгляд виборців не як людей, а як об'єктів маніпуляції; нанесення збитку інтересам людей.

Маніпуляція представляє собою взаємовплив. Як зазначає С. Кара-Мурза «жертвою маніпуляції людина може стати лише в тому випадку, якщо вона виступає як їх співучасник». Рятує людину від маніпуляції тільки критичне відношення до дійсності [5]. Маніпуляція представляє собою специфічне насильство одягнуте в форму ненасилля: «Маніпуляція – це не насильство, а спокуса. Кожній людині дана свобода духу й свобода волі. Вона нагнута відповідальністю - устояти, не піддатись спокусі. Однією з ознак того, що відбувається маніпуляція є те, що люди раптом перестають слухати мудрі докази - вони, неначе хочуть бути одуреними» [10, с. 115].

Маніпуляції неможливі без спеціального викривлення стану речей шляхом замовчування одних фактів та вип'ячування інших, публікацій неправдивих повідомлень, пробудження в аудиторії негативних емоцій за допомогою засобів або словесних образів тощо, що само собою являється основними прийомами чорного піару. Всі ці прийоми спрямовані на створення певного емоційного настрою і психологічних установок у аудиторії, а під час виборів такою аудиторією стає електорат.

С. Кара-Мурза та В. Амелін у своєму аналізі приходять до думки, що найефективніше маніпулювати виборцями за умов перенесення передвиборчої боротьби з реальної у віртуальну площину, що насправді доведено і на практиці [13, с. 254]. Тема загрози «віртуалізації» передвиборчої боротьби тобто виштовхування її у чисто інформаційне поле, де основну роль відіграють інформаційно-комунікативні технології, неодноразово підіймається в ЗМІ.

Для ефективної маніпуляції за допомогою віртуального, інформаційного простору виборча кампанія вимагає певної схеми дій, які можна задати наступним чином: виборець отримує більший об'єм відомостей у інформаційному просторі, ніж у результаті особистого спілкування, реальні події стають значними також завдяки їх освітленню в ЗМІ. Таким чином інформаційний простір починає «диктувати» виборчій кампанії характеристики, найбільш вигідні з точки зору висвітлення. Запропоновані характеристики «виштовхують» виборчу ситуацію в інформаційне поле, де й відбувається маніпуляція свідомістю електорату за допомогою інформаційно-комунікативних технологій.

Все перераховане вище створює серйозну небезпеку як для відходу чисто до маніпулятивних стратегій, так і для неадекватного вирішення проблем, які стоять перед виборчою кампанією.

Ще одним засобом маніпуляції свідомістю електорату є вплив на суспільну думку за допомогою рейтингів, які контролюються. Вплив на настрої виборців за допомогою рейтингів отримав назву «ефекту фургона з оркестром» [8, с. 27]. Про зміст суспільної думки люди дізнаються із ЗМІ, причому рейтинг вважається його єдиною об'єктивною характеристикою. Картина суспільної думки, створена на основі рейтингів, занурюється у свідомість електоральної одиниці, яка завжди підсвідомо ототожнює себе з більшістю, оскільки у масовій свідомості саме більшість є носієм моральної істини. Виникає позитивний зворотній зв'язок, який веде до подальшого зростання рейтингу.

У виборчих PR-технологіях, які широко застосовуються у виборчих кампаніях, оскільки ефективно маніпулюють сві-

домістю електорату, вагому частку займають так звані «брудні» технології, які б'ють як правило по лідеру передвиборчих перегонів, по головному опоненту. Більш того, у ЗМІ періодично висловлюється занепокоєння, що передвиборча боротьба фактично переміщується на поле «чорного PR». Перш за все, слід зазначити, що назва «чорний PR» була вперше запропонована популярним сучасним письменником В. Пелевіним у скандальному романі «Generation» та з легкої руки ЗМІ та піарщиків перетворилася на сталий фразеологізм [2, с. 54].

Політолог В. Карасьов, у свою чергу зазначає, що: «Чорний PR – це руйнування позитивних і конструювання негативних репутаций економічних конкурентів і політичних суперників за допомогою найновіших інформаційних технологій» [6]. Інші спеціалісти дотримуються думки, що чорний PR - синонім політичної провокації. Політична провокація - інформація, яка дискредитує якогось політичного або економічного суб'єкта, доступна широкій громадськості та існує в рамках порядку денного і політичного дискусю.

В ефективності ж застосування чорних PR-технологій, зокрема їх українського варіанту, сумніватися не має сенсу, оскільки їх результативність доведена все більшим обсягом використання останніх і «забрудненням» українського передвиборчого поля, яке все частіше констатують ЗМІ. Крім того, до причин застосування брудних технологій можна віднести підсилення конкурентної боротьби, а особливо між однаково слабкими політиками, непрофесіоналізм політтехнологів, які занадто пізно починають кампанію і тому намагаються вижати з неї максимальну ефективність, недосконалість законодавства, яке, з одного боку, нездатне контролювати такі технології, а з іншого часто робить розмір виборчого фонду таким малим, що «вкидає» в область чорного PR банальне розклеювання листівок, низький рівень політичної культури населення, яке дозволяє маніпулювати свідомістю виборців [10, с. 115].

Отже, «брудні» технології актуально використовуються в передвиборчій боротьбі через ряд факторів серед яких: їх ефективність, непрофесійність політтехнологів та достатньо низький рівень політичної культури електорату.

У теперішніх умовах формування національної політичної системи в Україні виборчі процеси в переважній більшості випадків проходять не на засадах конкуренції політичних програм, їх цілей і досягнутих результатів конкретних політичних сил і персоналій, обраних на попередніх парламентських виборах. Виборчі стратегії й тактики суб'єктів політичного процесу переважно будуються не під час усього терміну перебування при владі, а лише напередодні виборів і з використанням якомога ширшого асортименту виборчих технологій і прийомів масованого впливу на свідомість виборця, в тому числі й так званих «брудних» виборчих технологій.

Показовим є те, що жодна з парламентських політичних сил в рамках виборів – 2006 та позачергових – 2007 років не планувала проводити масштабні публічні звіти перед суспільством про те, наскільки ефективно вона використала продуктивний потенціал політичної влади, наданий їй у результаті виборів – 2002 у тимчасове користування народом, як єдиним джерелом влади.

Разом з цим, вже стало традицією те, що практично кожна політична сила в Україні в рамках виборів для досягнення вищого результату й максимізації голосів організовує роботу спеціального штабу (групи), який спеціалізовано займається поширенням неправдивої інформації про основних суперників або іншими «брудними» методами агітації й боротьби за голоси виборців.

Замість конкуренції виборчих програм, цілей і результатів роботи політичних сил ми маємо переважно конкуренцію безвідповідальних політичних декларацій і популістських обіцянок; риторичних і нейролінгвістичних прийомів інтенсивного впливу на масову свідомість; конкуренцію компроматів й інформаційного очорнення супротивника. В

рамках виборчих процесів в Україні відбуваються масові інформаційні фальсифікації й провокації, маніпулювання свідомістю виборців. При цьому критичного поширення набувають факти інформаційних зазіхань на честь і гідність громадян, що представляють різні політичні сили [3].

Судові процедури розв'язання таких інформаційних конфліктів і спорів довготривалі і в багатьох випадках суперечливі й необ'єктивні. Замовники і виконавці «брудних» технологій, як правило, залишаються фактично безкарними, а їхні маніпулятивні дії не наражаються на жодні перешкоди. Через недостатній рівень правової й політичної культури, відсутність дієвих механізмів експертно-громадського контролю за учасниками виборів в Україні кожен вибори перетворюються на перегони, під час яких відбувається справжнє полювання на голоси виборців з використанням будь-яких засобів.

Запровадження пропорційної виборчої системи, окрім позитивних наслідків (структурування політичних сил), в умовах недостатньої правової культури й громадського контролю за владою призвело до негативних ефектів:

- перетворення переважної більшості політичних партій і блоків на іменні політичні утворення, структуровані за принципом приналежності не до певної ідеології, а до конкретної політичної особи (в результаті – виборці не знають їх ідеологічних засад, не можуть визначитися зі своїми політичними симпатіями і спрогнозувати, яка саме сила відстоюватиме їх інтереси);
- перетворення виборів-2006 на голосування за політичних осіб-лідерів, а не за партії, блоки, їх виборчі програми і зобов'язання;
- розриву безпосередніх зв'язків між виборцями і депутатами;
- непрозорого формування виборчих списків партій і блоків, брудних торгів прохідними місцями у списках;
- зловживання учасників виборів прийомами маніпулювання свідомістю виборців з метою покращення іміджу свого лідера та погіршення іміджу лідера-суперника-ворога.

Вибори в Україні – це все ще не змагання інтелектів, політичних програм, цілей суспільного розвитку та засобів їх досягнення. Це – конкуренція «брудних» технологій і маніпулювань свідомістю. Ефективність політичних сил підмінюється особистою привабливістю їх лідерів. А на жертвник іміджу кладуться практично всі ресурси і суспільні цінності. Існує попит на послуги різноманітних структур, які надають послуги з PR будь-яких відтінків та «білих» і «чорних» виборчих технологій. В результаті – суспільство під час виборів стає заручником «брудних» політтехнологів-маніпуляторів, що експериментують на громадській свідомості.

Громадсько-експертний контроль за діяльністю суб'єктів виборів є невід'ємною частиною механізму оцінки результативності використання владних повноважень тими політичними силами, яким віддано голоси на попередніх виборах. Така форма контролю є запорукою ефективного й раціонального політичного вибору суспільства на користь найбільш ефективних рушійних сил.

Реалізація раціонального вибору у виборчих процесах гальмується такими проблемами. Проблеми нижчого рівня:

- несформованість технологій та інструментів аналізу програмних цілей і практичних результатів суб'єктів виборів та відсутність об'єктивних, прозорих, зрозумілих і публічних індикаторів оцінювання й прогнозування потенційної ефективності політичних сил, що претендують на владу;
- домінування суб'єктивних чинників та несформованість практики раціонально-критичного мислення під час здійснення політичного вибору конкретним виборцем;
- несформованість ідеологічних засад більшості політичних сил, які дали б змогу прогнозувати їх майбутню політичну поведінку й діяльність;

- зловживання суб'єктами виборів технологічно-маніпулятивними прийомами впливу на свідомість виборця та їх критично низька ефективність роботи у сфері політичного програмування, досягнення задекларованих цілей і виконання даних обіцянок;
- активне використання «брудних» виборчих маніпулятивних технологій, які не дають змоги виборцям виявити й оцінити реальні наміри й цілі політичних сил-суб'єктів виборчого процесу. Маніпулятивні політтехнології суттєво обмежують для виборця можливості прийняття рішення про голосування за ту чи іншу політичну силу на основі раціонально-критичної моделі. Внаслідок цього політичний вибір у переважній більшості випадків здійснюється виборцями на основі взаємодії цілого комплексу хибних суб'єктивних факторів. Це ж містить глобальні ризики для подальшого суспільного розвитку, адже в умовах невизначеності й відсутності орієнтирів і критеріїв оцінки політичному в суспільстві не може відбутися вибору найбільш ефективної політичної сили.

Проблеми вищого рівня:

- несформованість інституційних засад, процедур, традицій і культури відповідальності суб'єктів виборів за досягнення суспільно значимих результатів під час використання владних повноважень, наданих їм виборцями;
- відсутність практики звітування перед суспільством політичних сил про досягнення ними програмних цілей і виконання ними політичних зобов'язань;
- несформованість базових орієнтирів та інструментів громадського контролю за діяльністю органів влади.

Такі чинники призвели до масового поширення практики політичного популізму, загравання з потребами й симпатіями виборців та маніпулювання ними, і в загальному підсумку – до безвідповідальності як з боку суб'єктів виборів, так і самих виборців, що в переважній більшості випадків або легковажно, імпульсивно віддають свої голоси або впадають у стан політичної апатії й зневіри. Тоді як політичні сили в суспільстві є важливими управлінськими інституціями, які повинні на термін їх перебування при владі здійснювати стратегічне планування і програмування суспільного розвитку, і лише таким чином конкурувати в боротьбі за голоси виборців.

Лише протягом одного дня, під час виборів, все свідоме суспільство реально управляє державою, і цей управлінський акт має бути раціональним і здійснюватися на основі ефективних технологій прийняття рішень.

Поширення провокаційних і компрометуючих листівок має відверто наклепницький і провокаційний характер, спрямоване на брудну компрометацію певної політичної сили чи особи, спекулює на національних почуттях, намагається створити образ спільного ворога і т.д. На таких листівках не зазначаються вихідні дані або зазначаються фіктивні дані.

За оцінками експертів, на сьогоднішній день створено вже близько 150 видів «брудних» виборчих технологій і їхня кількість буде зростати доти, поки існуватиме попит на протизаконні й недозволені методи ведення політичної боротьби. Політики і політичні партії повинні зрозуміти, що «брудні» виборчі технології не лише мають мінімальний ефект, а й містять для них стратегічні загрози. Адже застосовуючи «брудні» технології проти когось, ми, таким чином, надаємо право іншому застосувати «брудну» технологію проти нас. І в результаті загальний ефект дорівнює «0» і в середньо- й довгостроковій перспективі програють всі, бо така закономірність будь-якої брудної боротьби – у політиці, в спорті, у бізнесі і т.д.

«Брудні» виборчі технології підривають суспільну культуру і мораль, адже вони перетворюють людину на річ, на звичайний об'єкт маніпулювань. Для блокування використання «брудних» технологій і обмеження маніпулювань, у

тому числі інформаційних, недостатньо лише одних законодавчих норм, дія яких обов'язково має доповнюватися іншими, можливо, навіть більш дієвими – громадськими і професійними регуляторами. Здорові сили в суспільстві мають створити цілу систему дій і заходів, спрямованих на витіснення й блокування практики використання «брудних» технологій, стимулювання самоорганізації суб'єктів виборів, зростання правової культури і взаємодії трьох головних учасників виборчого процесу: політичних партій, політтехнологів та ЗМІ. Слід зважати на те, що «брудні» інформаційні технології існуватимуть у широкому прояві доти, поки існуватиме морально-етичний вакуум, закритість, непрозорість у діяльності суб'єктів виборів та ЗМІ, їхня низька правова, професійна й політична культура [12].

Важливим завданням є проведення правової підготовки, підвищення кваліфікації членів виборчих комісій, учасників виборчих команд, представників штабів, спостерігачів і т.д., і т.п. Також важливим є і вміння учасників виборчих політичних баталій робити правильні висновки, аналізуючи як перемоги, так і поразки. Оскільки, яким би не було досконалим законодавство, настає час правової грамотності та інтелекту, а ті учасники виборчого процесу, які розраховують на успіх, повинні бути на висоті вимог часу.

Таким чином, у складних умовах формування політичної системи виборчі процеси в сучасній Україні проходять, на жаль, не на засадах конкуренції інтелектів, політичних програм, цілей суспільного розвитку, а на засадах конкуренції «брудних» технологій як найдієвіших засобів маніпулювання свідомістю електорату. Набуває актуальності проблема взаємодії демократії, права і правової культури в забезпеченні організації виборів в Україні.

Наразі українське суспільство знаходиться перед дилемою: або через виборче законодавство, демократичні правила і процедури, відповідний рівень правової культури учасників виборчого процесу вийти із замкнутого простору недемократичних форм організації влади або розсіятися в корпоративній моделі її організації.

У першому варіанті з'являється реальний шанс жити в нормальній правовій державі з нормальними державними інституціями, що залежать від громадян і відповідальні перед ними. У другому варіанті складаються умови життя в такій державі, де окремі соціально-корпоративні групи нав'язують іншій частині населення свої власні рішення. Задля сприяння формування активної та свідомої поведінки під час виборів учасників виборчого процесу нами були запропоновані шляхи підвищення впливу виборчих технологій на перебіг виборчих процедур.

Проаналізувавши в ході даного дослідження роль виборчих технологій та їх негативні наслідки у сучасному виборчому процесі, нами були зроблені наступні висновки:

1. Проведений аналіз маніпулятивних технологій дав змогу виокремити базові ознаки маніпуляції, до яких належать: прихованість впливу, масовий характер, розгляд виборців як об'єктів маніпуляції та нанесення збитку інтересам людей.

2. Виборчі технології знаходяться лише на шляху свого становлення й далекі за своїм рівнем розвитку, розробкою теоретичної бази від технологій, які застосовуються в західних країнах. Нормативні виборчі технології поступаються маніпулятивним, в результаті вони виконують роль не регуляторів виборчого процесу, як це повинно бути, а маніпуляторів свідомістю електорату.

3. Для обмеження маніпулювань «брудних» технологій видається недостатньо лише законодавчих норм. Для витіснення практики їх використання необхідним є стимулювання самоорганізації суб'єктів виборів, зростання правової культури трьох головних учасників виборчого процесу: політичних партій, громадськості та ЗМІ.

Запропоновані методи з підвищення ролі виборчих технологій під час виборчого процесу дадуть змогу запобігти масовим порушенням виборчих процедур, які виникають

на всіх стадіях виборчого процесу. Адже йдеться про державницьку спроможність України провести демократичні й чесні вибори, бути демократичною й правовою державою. В цьому і перспектива наших подальших досліджень.

Література.

1. Бебик В. Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматись на політичному Олімпі. – К.: Знання, 1993. – 126 с.

2. Винников О., Чорній Л. Прозорі вибори та ЗМІ в Україні: правове регулювання // Український незалежний центр політичних досліджень. – К.: Укр. незалеж. центр політ. дослідж., 2003. – 167 с.

3. Вибори Президента України 1999. Інформаційно-аналітичне видання / Центральна виборча комісія; Ред. кол.: М. М. Рябець (голова) та ін. – К., 2000. – 400 с.

4. Громадська моніторингова та інформаційна кампанія під час виборів 2002 року в Україні: Підсумковий звіт Міжнародного фонду «Відродження» // stratagema.org/issledovaniya.php/

5. Кара-Мурза С. Г. «Манипуляция сознанием» // www.kara-murza.ru

6. Карасьов В. Информирование избирателей и предвыборная агитация: особенности правового регулирования // www.osce.org.

7. Королько В. Г. Основы публичных отношений. – К.: «Ваклер», 2002. – 612 с.

8. Королько В. Г. Политическая реклама: уроки выборов, проблемы // Социология: теория, методы, маркетинг. – 1998. – №6. – С. 26–34.

9. Лобанова А.С. Стабильность общества и система предельно-критических показателей его развития // Социс. – 1998. – №4. – С. 86–89.

10. Луговська В. В. Маніпуляційний аспект «чорних» PR технологій // Нова парадигма: Альманах наукових праць. - 2002. - Вип.24. - С.114 - 116.

11. Минченко Е. Н. Как стать и остаться губернатором. - М., 2004. – 150 с.

12. Мусіяка В. Головна мета суспільства і держави. // Вибори та демократія. – 2005. – № 3 (5) – С. 30–34.

13. Олышанский Д. В. Политический PR. – СПб.: Питер, 2003. – 347 с.

14. Сурмин Ю. П., Нарижный Д. Ю. Избирательные технологии. – Днепропетровск : Пороги, 2001. – 120 с.