

УДК 324(477)

Наталя Ніколаєнко (Миколаїв)

СПЕЦИФІКА ЗАСТОСУВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ

Останні роки як для України, так і для всіх держав, що виникли на пострадянському просторі, позначені глобальними трансформаційними процесами у політичній та економічній сферах. Суспільство зіткнулося з новими явищами та проблемами, багато з яких стали частиною реальності. Одна з них – бурхливий розвиток політичних технологій.

Розпад тоталітарної системи сприяв появі інших методів впливу на поведінку електорату, створенню нових традицій взаємовідносин еліти та мас. Після того, як замість одного офіційного центру влади (однієї правлячої партії) почали виникати нові центри влади з альтернативними джерелами політичного впливу, постало питання про глибоке реформування політичної системи.

З появою традиції демократичного волевиявлення посилюється інтерес до методів впливу на громадську думку й масову свідомість, як до засобів боротьби за владу між різними політичними угрупованнями. Наслідки активізації даної діяльності в останні роки не примусили довго себе чекати: громадяни стали свідками та учасниками повномасштабних виборчих перегонів. Політики, які виборюють владу, почали активно використовувати у своїй діяльності досвід та знання, набуті у демократичних країнах, запозичувати апробовані технології з проведення виборчих кампаній. Саме тому значний інтерес становлять проблеми виборчого процесу в Україні, досвід формування оригінальних політичних технологій боротьби за електорат.

Проблеми формування політичних технологій розглядають у своїх працях такі політологи, як В. Бебик, К. Ващенко, Д. Видрін, В. Карасьов, Г. Почепцов та інші. Окрему групу складають наукові джерела, присвячені соціологічним дослідженням ефективності виборчих технологій.

Безсумнівний інтерес для досягнення загальних закономірностей та особливостей політичних технологій становлять дослідження О. Вишняка, В. Королька, Н. Паніної, О. Петрова, В. Полторака. Проте у науковій літературі бракує досліджень, які б комплексно висвітлювали ефективність використання технологій у виборчому процесі в Україні.

Політичні технології, як поняття досить молоде і застосовується, як і вивчається, тільки останні сто років. Найбільшого свого розвитку політичні технології набули в країнах з розвиненою демократією, особливо виборчі технології. Останні 17 років вони функціонують і в нашій країні.

Україна пройшла перший етап формування агітаційних технік впливу під час виборів, апробувала якісно нові форми виборчої боротьби, побачила зародження нових «професій» – менеджера виборчої кампанії, політичного технолога. Практика проведення виборів довела, що можливість громадян впливати на механізм обрання влади пов'язана не лише з формальним правом обирати й бути обраним відповідно до закону, а й з низкою інших важливих чинників. Зокрема, від рівня професійної підготовки учасників виборчих перегонів, а саме: безпосередньо політиків, аналітичних структур, журналістів, політичних консультантів і, звичайно ж, виборців, які повинні зробити свій громадянський вибір усвідомлено і зі знанням справи.

Автор намагався визначити основні передумови, які сприяють розвитку політичних технологій та з'ясувати їх роль у політичному процесі України.

Термін «політичні технології» досить широко використовується у сучасній філософській і політологічній літературі, в публіцистиці. Політичні технології – це технології реалізації влади. За визначенням, яке подається в одному з політичних довідників, політичні технології – це

сукупність методів і систем послідовних дій, спрямованих на досягнення необхідного політичного результату [1].

Серед політичних технологій виборчі технології займають центральне місце та є найпоширенішими і вже досить відомими електорату. Це пояснюється як актуальністю їх використання у суспільстві, що трансформується, так і тим, що політичний процес у період виборчих кампаній є певною послідовністю стадій організації діяльності, яка значною мірою піддається технологізації [2].

Розвитку виборчих технологій сприяє демократичний характер політичної системи, оскільки тільки в ній з'являється реальна можливість вибору. В умовах її формування великі увага приділяється демократичним процедурам громадянського волевиявлення, сучасна демократія нездійсненна без виборчого процесу. Демократизація суспільства і розвиток інституту виборів сприяли формуванню в країні повноцінного політичного ринку, що пред'являє принципово нові вимоги до передвиборчої стратегії політичних акторів, які виборюють владу.

Тому, як зазначає політичний технолог А. Максимов: «Загострення боротьби за владу між кандидатами і різними партіями викликає необхідність, знання механізмів, які дозволяють проводити оцінку кандидатів на виборах, їх виборчих програм і таке інше» [3].

Політичні технології передвиборчого періоду є засобом створення більш вигідних умов для виборчої кампанії, тоді як технології, що використовуються в ході агітаційної кампанії, вже механізмом реалізації завдань виборчої кампанії.

У ході агітаційного етапу виборчої кампанії використовуються такі технології: особисті виступи кандидата; участь кандидата у всеукраїнських заходах; зустріч з виборцями під час поїздки по регіонам; наочна агітація, технологія «від дверей до дверей»; передвиборчі спецгазети; політична реклама на телебаченні, радіо, друкованих ЗМІ, Інтернет; технологія чуток; мітинги, передвиборчі пікети; війна соціологічних рейтингів; формування «образу ворога»; компрометація

конкурентних кандидатів; технологія «двійників»; «підкуп виборців»; адміністративний ресурс.

Однією з характерних особливостей застосування політичних технологій в Україні є посилення їх технологічності. Основним завданням на виборах є проведення вдалої інформаційної кампанії, в основі якої лежить вміння створити позитивний імідж партії чи кандидата, використовуючи весь спектр політичних технологій, щоб суб'єкт виборчого процесу став більш відомим і досяг кінцевого результату.

Політичні технології асоціюються у рядових українських виборців з негативними, «брудними технологіями», що обов'язково вводять в оману, і така ситуація дійсно характерна для виборчого процесу в Україні.

Досить активно здійснюється «війна компроматів», проте дана методика сьогодні є вже далеко не такою продуктивною, як у попередні роки, хоча особливо ефективним є застосування компромату на завершальному етапі кампанії. У виборчому процесі 2002-2006 років спостерігалася тенденція не лише надавати негативні оцінки своїм конкурентам, а й створювати на цій основі свій позитивний імідж. Однак це тема окремого дослідження.

Рівень розвитку та застосування виборчих технологій в Україні сьогодні лише в стадії становлення, на відміну, наприклад, від Росії. Там еволюція політичних технологій здійснювалася поступово, формувалися адекватні методики, засоби.

Останні президентські та парламентські вибори довели, що це змагання не політиків, а політичних технологів, іміджмейкерів – людей, які професійно займаються формуванням політичного іміджу, конструюванням політичної дійсності. Між ними постійно ведеться таємна боротьба за ринок, замовника, впливовість на певні політичні сили.

Виборчі перегони 2006 року піднесли роль політтехнологів ще на більш вищий щабель, кожен з них намагався не лише займатися проблемами виборів конкретної політичної сили, а й зайняти певне місце у

виборчому списку. Однією з відмінностей українських технологів, порівняно з російськими, полягає в тому, що вони більшою мірою «партійні». Це викликано особливостями політичної ситуації. Більшість українських фахівців з PR-технологій починали свою діяльність консультантами у політичних партіях та у штабах певних політичних сил.

Тому «партійність» багатьох українських фахівців – одна з головних причин залучення до проведення українських виборчих кампаній російських спеціалістів, – стверджують В. Галіновський та О. Кулінова [4]. Вони вважають, що запрошення російських спеціалістів зумовлено недостатнім розвитком ринку PR-послуг в Україні. У той же час, простежується незнання росіянами дійсних проблем та очікувань українського соціуму.

Тема етичності і доцільності використання російських виборчих технологій на українському передвиборчому колі заслуговує на окреме дослідження, адже фактично український замовник найчастіше виявляється споживачем технологічного «секонд-хенду» [5].

Важливим для виборчого процесу в Україні є розробка та більш широке впровадження «білих» виборчих технологій на противагу «брудним».

Передвиборчі кампанії в Україні проводяться як класичні «продажі», коли «...електорат – продавці – володіють на політичному ринку виборчими голосами, лідери – покупці – є пошукачами цих голосів. Перші пропонують політичний товар під певну програму, харизму чи імідж лідера...» [6]. Проте така модель може бути ефективною лише у демократичних суспільствах, де існують певні правила гри і особливо важливо – законодавча база виборів, яка не змінюється перед кожними виборами.

Політичні технології по-новому підходять до проблеми виміру політичних подій, закладають основу для спеціалізованої діяльності з урегулювання політичних явищ. Утворюючи особливий ракурс розуміння політичних процесів, вони доводять, що від способів вирішення того чи іншого завдання може кардинально

залежати сутність цього явища.

Наприклад, застосування адміністративного ресурсу, поширення неправдивої інформації, лобіювання інтересів певних політичних сил, нав'язування електорату через контрольовані ЗМІ певних уподобань може змінити шляхи формування органів влади.

Налагодження зв'язків з виборцями через ЗМІ, «донесення» до них новин виявляється проблематичним в Україні через майже відсутність незалежних ЗМІ. У витягу з рекомендацій Комітету Міністрів Ради Європи стосовно висвітлення в ЗМІ виборчих кампаній зазначається: «Державні органи влади мають утримуватися від втручання в діяльність журналістів та інших працівників ЗМІ з намірами впливу на вибори» [7].

І хоча, у порівнянні з передвиборчою кампанією 2002 р. у 2006 та 2007 рр. існував більш широкий спектр ЗМІ, що забезпечував більшу різноманітність політичних поглядів, однак в Україні досі відсутні потужні та незалежні ЗМІ, які б об'єктивно висвітлювали кампанію. У поточних програмах журналісти часто критикували опозиційних кандидатів, не подаючи протилежної точки зору [8].

Широке застосування під час проведення виборів в Україні отримав адміністративний ресурс, який є свого роду PR-технологією з розряду «брудних», хоча деякі дослідники не вважають його PR-заходом, визначаючи його як самодостатній засіб впливу.

Адміністративний ресурс можна кваліфікувати як сукупність форм та заходів, які використовуються посадовими особами для здійснення цілеспрямованого впливу на виборця, втручання у виборчий процес з боку органів влади, не в межах їх компетенції, з метою збереження своїх владних повноважень. Здебільшого перемогу на виборах одержували представники влади, які контролюють органи, що фіксують і проводять вибори, а також кандидати, яких підтримують керівники центральних або місцевих органів влади.

Адміністративний ресурс – це комплекс прийомів та засобів, які використовуються суб'єктом влади у формі заохочень,

примусу.

Очевидно, що адмінресурс використовується не лише під час проведення виборів і не тільки при визначенні їхніх результатів. Його вплив поширюється на весь політичний процес. Головна мета його використання у виборчому процесі – це вплив влади на політичний вибір громадян України

У той же час у суспільстві зростає недовіра до прозорості і чесності виборів, оскільки утвердилась думка, що все залежить не від волевиявлення, а від підрахунку голосів. Значній частині населення України притаманно байдуже ставлення до здійснення своїх політичних прав (абсентеїзм).

На останніх виборах в Україні кількість виборців, які прагнули віддати свій голос, але з технічних причин (великі черги на дільницях, мала кількість кабінки для голосування) не змогли цього зробити, склала близько 12% виборців України.

На парламентських виборах 2002 р., 2006 р., 2007 р. та президентських 1999 р. і 2004 р. адміністративний ресурс відіграв далеко не останню роль.

У чому полягають причини його активного застосування?

По-перше, чітко не визначені функції адміністративного апарату.

По-друге, неповністю сформоване громадянське суспільство та низький контроль за діяльністю органів влади з боку його інститутів.

По-третє, відсутність політичної волі у більшості політичних партій і блоків, перевага в них кланових інтересів; нестабільність кадрового складу.

По-четверте, низький рівень політико-правової культури населення.

Вибори 2006 р. довели, що перемагає та політична сила, яка найбільш ефективно застосовувала увесь спектр політичних технологій.

Отже, можна зробити висновки, що:

1) Політичні технології – це комунікативні процедури, які відповідають за актуалізацію установок поведінки та ідеологічних переваг за допомогою інформаційного впливу, який цілеспрямовано використовується політичними акторами у період виборчої кампанії. У процесі боротьби за владу постійно вдосконалюються методи, засоби вказаних технологій.

2) Упровадження політичних технологій в електоральні процеси в Україні є результатом реформування політичної системи. Особливо важливо акумулювати власний досвід, а не копіювати зарубіжний.

Однак практика переконує в неефективності механічного копіювання технологій, апробованих у інших державах, зокрема, у Росії. Тому важливо врахувати місцеву специфіку при розробці власних процедур і методик впливу на електорат;

3) Необхідна більш чітка законодавча регламентація питань застосування політичних технологій, створення цивілізованих норм і правил виборчої боротьби та незалежних ЗМІ, обмеження використання “брудних” технологій та адміністративного ресурсу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Політологія: терміни, поняття, персоналії, схеми, таблиці // Упорядники: Піча В.М., Хома Н.М. – К., 2001. – С.93.
2. Римар Н. Використання засобів політичної реклами та Public Relations у боротьбі за політичну владу // Людина і політика. – 2002. – №4. – С.75.
3. Максимов А.А. Чистые и грязные технологии: российский опыт. – М., 1999. – С.12
4. Галиновський В., Кулинова Е. Предвыборные эксперименты // Компаньон. – 2002. – №5. – С.16.
5. Джабасов А.А. Политические технологии: прошлое, настоящее и будущее. – М., 2000. – С.56-62.
6. Толпыго А.К. Украинские выборы: кандидат избиратель // Полис. -2001. – № 4. – С.23.
7. Амелин В.Н., Анохин М.Г. Технологии в политике и управлении. – М., 2000. – С.60.
8. Ibidem.

Наталя Ніколаєнко *Специфіка застосування політичних технологій в Україні*

Автор розглядає проблеми функціонування політичних технологій в Україні. В статті розкривається специфіка застосування політичних технологій під час виборчих кампаній.

Ключові слова: політичні технології, Україна, вибори, засоби масової інформації, виборчий процес.

Наталья Николаенко *Специфика применения политических технологий в Украине*

Автор рассматривает проблемы функционирования политических технологий в Украине. В статье раскрывается специфика применения политических технологий во время избирательных кампаний.

Ключевые слова: *политические технологии, Украина, выборы, средства массовой информации, избирательный процесс.*

Natalja Nikolaenko *Political technologies are in Ukraine: specific of application*

The author considers problems of functioning of political technologies in Ukraine. In article specificity of application of political technologies is revealed during electoral campaigns.

Key words: *political technologies, Ukraine, elections, mass media, electoral process.*

Рецензенти:

Гавеля В.Л. – д.філос.н., професор

Левченко Л.О. – к.пол.н., доцент

Надійшла до редакції 24.05.2008