

Ю. Сурмін

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ВИБОРЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ В АСПЕКТІ ДОСВІДУ ВИБОРІВ 2006 РОКУ

Українське суспільство протягом останнього десятиріччя зазнало кардинальних досить неоднозначних перетворень. Особливо динамічно змінився виборчий процес. Він пройшов складний шлях від виборів без альтернативи, що характеризувалися імітацією демократії до виборів, що наближаються по своїх характеристиках до стандартів демократичного суспільства. Саме такими стали вибори 2006 року.

Пройшовши кілька ланцюжків президентських виборів, виборів народних депутатів України, депутатів місцевих рад,

керівників місцевого самоврядування, країна накопичила значний досвід, що має потребу в систематизації й осмисленні. Швидкими темпами пішло освоєння накопичених у світі знань і технологій. При цьому освоювалося далеко не завжди те, що приносить реальну користь країні і її народові, а те, що забезпечує легкий маніпуляційний успіх виборчих кампаній. Досить часто успіх на виборах досягався не чесною, відкритою, розумною конкурентною боротьбою, а застосуванням „брудних” технологій, „чорного PR” та „адміністративного ресурсу”.

Звідси зрозуміло, чому до технологій виборів у масовій свідомості складається негативне ставлення. Їх обов’язково ототожнюють порушеннями суспільної моралі, закону, інформаційними війнами, використанням компрометуючих матеріалів.

Іншим забобою стосовно виборчих технологій є зведення їх до обману виборців і фальсифікації самого голосування. Нічого загального науково обґрунтовані виборчі технології з цим не мають. Їхнє призначення в тім, щоб забезпечити оптимальний діалог між суб’єктами виборчого процесу та виборцями не тільки в тім, щоб допомогти кандидатові стати Президентом країни, народним депутатом, міським головою, але і допомогти виборцеві зробити гідний вибір.

Наявність на внутрішньому політичному ринку України недоброякісної інтелектуальної продукції – брудних технологій являє собою тимчасове явище. Зміцнення механізмів демократичного контролю за виборами, професійний розвиток політичних технологів, інтелектуальне і моральне дорослішання самих виборців неминуче звужить сферу бруду й аморальності в політиці.

Не менш небезпечним забобою виступає устояна думка про те, що будь-якого кандидата можна зробити депутатом за дуже великі гроші. Звичайно, фінансові ресурси виборчої кампанії грають далеко не останню роль у її успіху, але без технологічного пророблення виборчого процесу, у тому числі без технологій роботи із самим кандидатом виборча кампанія навіть при найбільших фінансових витратах приречена на поразку.

Потребу в знаннях про виборчі технології нині досить сильно випробують: По-перше, ті політичні партії і кандидати, що не мають астрономічних грошових ресурсів для ведення виборів. По-друге, ті кандидати і політичні партії, що спираються на особливо цінну в українському суспільстві якість - порядність, і хочуть не просто виграти вибори, а виграти їх розумно і чесно. По-третє, самі виборці

прагнуть відкритості, вільної конкуренції, повноти інформації і дуже бояться обману, що і визначає застосування технологій для реалізації їхніх інтересів. По-четверте, фахівці в галузі PR, іміджмейкінгу, організації виборів, політичних технологів тощо.

У зв'язку зі значною потребою в науковому знанні щодо виборчих технологій, їхнє наукове осмислення є дуже актуальним. Серед західних дослідників проблем виборчих технологій Р. Даль, Д.Істон, Х.Хоманс, С.Хантінгтон та ін. Значне місце займає проблематика виборчих технологій в дослідженнях російських та українських вчених. Д.Видріна, Л.Кочубей, Є.Малкіна, Д.Наріжного, А.Пойченко, В.Полторака, Ю.Сурміна, Є.Сучкова та ін. Однак значним недоліком сучасних досліджень виборчих технологій є відсутність цілісної концепції виборчих технологій [2, с.4], що не дозволяє системно удосконалювати виборчий процес в аспекті норм та стандартів європейської демократії.

Мета цієї статті в тому, щоб виявити основні методологічні підходи до розуміння виборчих технологій, а також шляхів сучасного виборчого процесу на засадах аналізу тенденцій розвитку виборчого процесу в Україні.

Виборчі технології є різновидом політичної технології. Є.Малкін і Є.Сучков визначають політичні технології як технології підготовки та проведення виборчих та політичних кампаній, політичних проектів, а також технології партійного будівництва [1, с.24]. При такому підході не розглядається сама суть терміну „технологія”, а політичні технології визначаються як елемент переліку множини технологій.

Під виборчою технологією звичайно розуміється упорядкований ланцюг кроків по реалізації виборчого проекту. Виборчі технології звичайно спираються на декілька парадигм, під якими розуміються деякі комплекси ідей і концепцій, що представляють собою схему або модель, у границях якої діють деякі групи технологів.

Найбільш розповсюдженими парадигмами є: правова, конфліктна, адміністративно-управлінська, інформаційно-комунікативна, психологічна і нейро-лінгвістична парадигми. Кожна з них на практиці застосовується не тільки для технологізації окремих ланок виборчої кампанії, але і для технологічного її представлення як деякого цілого, тобто в реальному житті нерідко в аспекті однієї з парадигм здійснюється технологізація виборчої кампанії в цілому. Розглянемо переваги і недоліки впливу на вибори цих парадигм.

Характеристика парадигм виборчих технологій

Парадигми	Сутність	Переваги	Недоліки
Правова	Вибори являють собою діяльність по реалізації і по обходженню законів	Опора на закон, контроль за його виконанням всіма учасниками виборів	Пошук „дір” у законі і використання їх для досягнення перемоги на виборах
Конфліктна	Моделювання виборів як загального конфлікту, як сукупності локальних конфліктів	Чіткість планування операцій, динаміка боротьби	Небезпека перетворення виборчого процесу в „війну всіх проти всіх”, у революцію, постійні порушення законів.
Адміністративно-управлінська	Представлення виборів у виді простору діяльності ефективної команди	Чіткість планування, організації та управління	Зловживання адміністративним ресурсом, заорганізованість, погана реакція на зміну ситуації
Інформаційно-комунікативна	Представлення виборів як процесу інформаційних комунікацій	Чіткість планування змісту і характеру інформаційних впливів	Небезпека розв’язання інформаційних воєн, можливість втрати відчуття реальності, віртуалізація виборів
Психологічна	Представлення виборів з позицій психології і соціальної психології	Вироблення психологічних механізмів впливу на виборців, кандидатів.	Переоцінка психічних процесів, зведення кампанії до інтриг, створення видимості діяльності і її ритуалізація

Нейро-лінгвістична	Нейро-лінгвістичне програмування виборців	Удосконалювання особистості кандидата, вплив на поведінку виборців	Маніпулювання суспільною думкою, кандидатом, їх зомбування
Технологічна	Алгоритмізація і раціональна операціоналізація діяльності	Чітке пророблення всіх операцій кампанії, їхня раціоналізація.	Труднощі відхилення від сформованої технології при зміні ситуації.

На наш погляд, усі виборчі технології поділяються на дві великі групи: нормативні виборчі технології і технології ведення виборчої кампанії.

Нормативні виборчі технології будуються на системі правових норм. Вони вимагають чіткого, а часом і однозначного їхнього виконання. У цю групу технологій входять технології реалізації виборчих прав, що передбачають визначення і захист виборчих прав громадян; технології реалізації виборчого процесу, що передбачають правові норми по реалізації виборчого процесу, втіленню в життя всіх його етапів. Особливу підгрупу технологій складають технології нормативних дій суб'єктів виборчого процесу: виборців, виборчих комісій, кандидатів і їхніх команд, спостерігачів і громадськості, а так само нормативні вимоги до діяльності засобів масової інформації.

Головне призначення нормативних виборчих технологій в тім, що завдяки їм держава регламентує політичну боротьбу за владу, упорядковуючи процеси зміни правлячих політичних еліт, роблячи ці процеси безкровними і цивілізованими. Однак самі політичні еліти, політичні партії і їхні представники використовують особливі політичні технології для того, щоб бути обраними, виділеними з числа інших претендентів. Часто саме ці технології, що сприяють досягненню кандидатом або партією політичного Олімпу, власне і називаються виборчими. На нашу думку, їх точніше називати технологіями ведення виборчої кампанії.

Другу велику групу виборчих технологій складають технології ведення виборчої кампанії, в які входять дослідницькі технології, технології стратегічного планування виборчої кампанії, технології організації виборчої кампанії, технології фінансового менеджменту, технології керування виборчою кампанією, технології реклами і PR, технології функціонування ЗМІ, технології підготовки кандидата і спеціальних технологій.

Досвід виборів в Україні 2004 і 2006 років дозволяє виділити наступні проблеми виборів:

1. Зовнішні впливи на виборчий процес, що перетворюють вибори в Україні на різновид геополітичної гри і геополітичних технологій. Необхідно на період виборів максимально перекрити ці впливи.

2. Імовірність перетворення виборів завдяки широкому використанню деструктивних технологій у широкомасштабний конфлікт, що переростає в революцію і наступну за нею громадянську війну, а потім у загальний хаос. Для недопущення цього необхідно заборонити технології майданів і інших соціально-політичних деструкцій як факторів, що гальмують вільний демократичний вибір.

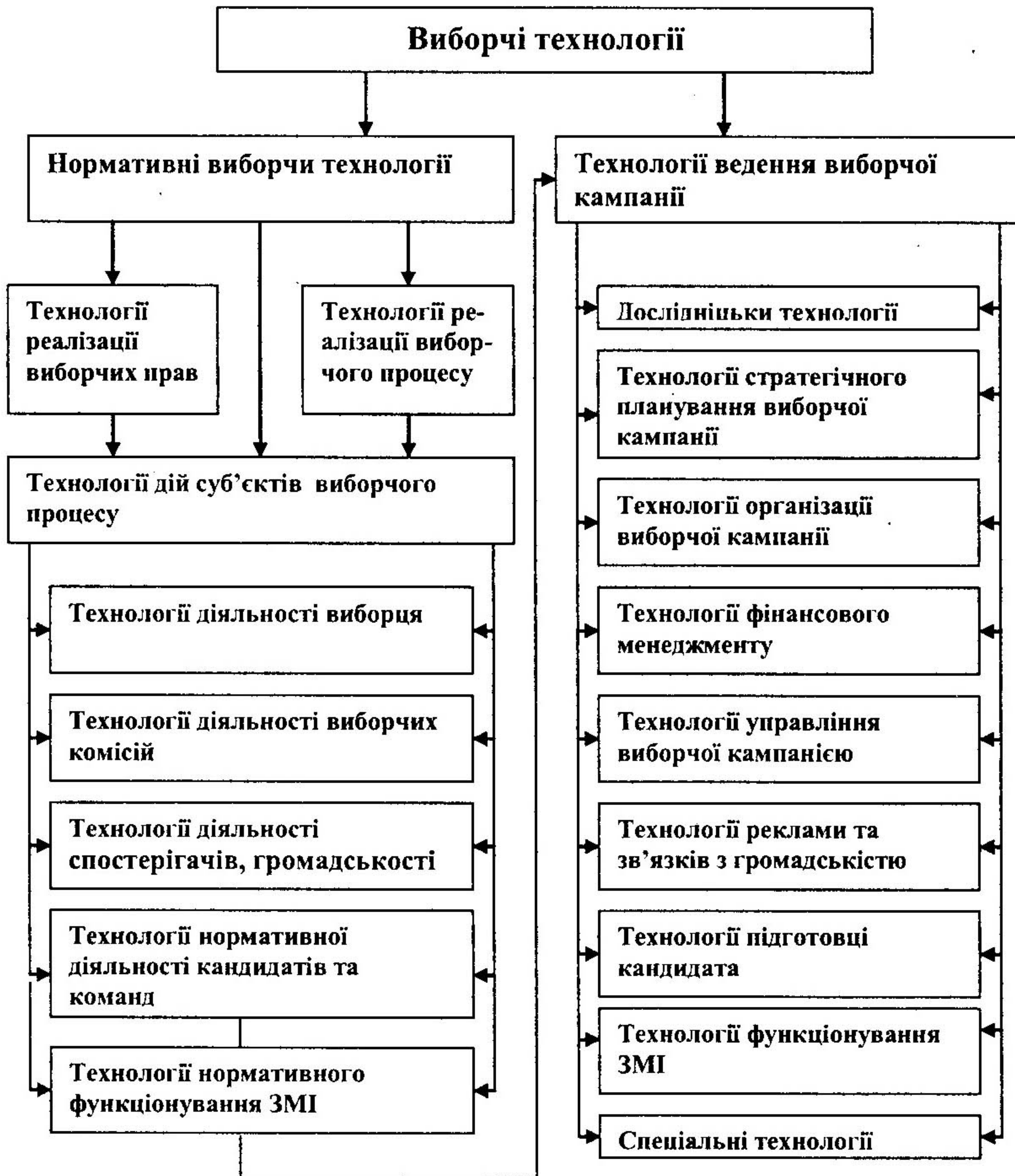
3. Виникнення в країні політичної виборчої економіки, що містить у собі вкидання для перемоги на виборах закордонними донорами, підприємцями, політичними партіями в населення величезних грошових ресурсів, значна частина яких працює по принципах тіньової економіки. Джерелом заробітків тут часто є відчуження грошей з реальної економіки. Заробітки в політичній економіці легше, ніж у реальній економіці. Вони розбещують населення, не обкладаються податками і часто спрямовані проти суспільного блага. Необхідний твердий контроль за фінансовими потоками під час виборів.

4. Масове використання маніпуляції суспільною думкою, „чорних” і „брудних” технологій. Наслідком маніпуляцій є масові стреси, психічні захворювання людей. Принципово важливо створити регулятори правового й інституціонального регулювання виборчих технологій.

5. Низька професійна й особливо правова і моральна культура суб'єктів виборчого процесу, особливо політичних партій, їхніх лідерів і політтехнологів. Необхідна розвита система навчання основних суб'єктів виборчого процесу, розвиток ціннісного і морального аспектів діяльності політичних партій, формування професійних кодексів і етики PR.

Виборчі технології відносяться до таких явищ поставторитарного світу, що найбільш динамічно розвиваються. Це пов'язано з тим, що вони постійно вирішують одне з найважливіших питань суспільства – питання про владу. Виборчі цикли починають відігравати винятково важливу роль у динаміці відновлення суспільства, впливають на економічні, соціальні і духовні процеси. Між самими циклами поступово зникають порожнечі, що починають заповнюватися

Класифікація виборчих технологій



Це приводить до того, що виборчі технології стають постійно присутнім і фактором суспільства, вплив якого на суспільний розвиток дуже підсилюється. Ця тенденція, на наш погляд, є основною тенденцією розвитку виборчих технологій. Однак вона являє собою деяке інтегральне утворення, що складається з більш простих складових. Розглянемо їх докладніше.

Найбільш відчутною зміною є посилення ролі науки як фактора

технологізації виборчих процесів. Відбувається перехід від разових несистемних застосувань політології, соціології і психології до всебічної інтеграції їхній у практику виборів, що виступає сферою притягання останніх досягнень усіляких наук, їхнього технологічного втілення.

Другою найбільшою значимою складовою загальної тенденції розвитку виступає професіоналізація всіх складових видів діяльності виборчих кампаній. В останні роки інтенсивно розвиваються такі професії, як „політконсультант”, „аналітик”, „політтехнолог”, „іміджмейкер”, „фахівець Public Relations”, відбувається поглиблення спеціалізації соціологів, психологів і менеджерів. Професійний склад персоналу, що зайнятий створенням і просуванням виборчих технологій, переживає значні відновлення.

Якщо перші виборчі технології створювалися непрофесіоналами-самоучками, то сучасні технології створюються професіоналами, що працюють в інтелектуальних центрах і корпораціях. Технології є результатом колективної творчості. Нині вони перестають створюватися як штучний продукт. Накопичений досвід їхньої розробки в ряді корпорацій дозволив перейти до їх класифікації і стандартизації. Нерідко проект технології майбутніх виборів уже давно готовий, і після відповідної діагностики ситуації він специфікується і впроваджується в практику. Це приводить до наростання значущі оперативності розробки технологій.

Дуже важливою проблемою професійного розвитку є чіткий поділ праці і його забезпечення професійне підготовленими фахівцями. Досвід показує, що найбільш небезпечними невідповідностями представляються абсолютизація ролі психолога у виборчій кампанії. Це пов'язано з тим, що ведення кампанії вимагає більше не психологічного, а політологічного, соціологічного й управлінського підходів. Крім того, психолог найчастіше це найгірший консультант кандидата, що найчастіше прагнути поставити кандидата в психологічну залежність від власної персони.

Слід зазначити і ту обставину, що діяльність фахівців у сфері виборчих технологій і їхніх корпорацій нерідко носить закритий характер. Відомі дослідницькі корпорації являють собою винятково закриті організації. На час виборів створюються тимчасові „творчі” колективи, що маскуються під різні соціальні фонди. Крім того, на політичному полі діють і „вовки-одинаки”, що виконують окремі інтелектуальні проекти. Закритість виборчих технологій приводить до того, що багато інтелектуальних досягнень утрачаються для

суспільства.

Суттєвою є і моральна сторона професійної підготовки персоналу. Підкреслимо, що сучасне трактування професіоналізму обов'язково містить у собі моральні характеристики фахівця. Для сучасних виборчих кампаній на пострадянському просторі нерідкі виняткова аморальність, інтриги, обслуговування інтересів кримінальних структур, розв'язання інформаційних і психологічних воєн, маніпулювання громадською думкою тощо. При цьому аморальність на виборах є далеко не завжди продуктом праці непрофесіоналів, що зводять виборчу технологію до ланцюжка інтриг. Вона є ознакою непрофесіоналізму. Справа в тому, що професійні знання освоюються набагато швидше, ніж професійна етика. Якщо для одержання знань буває часто цілком достатньо декількох гарних лекцій і семінарів, то для набуття професійної етики необхідна ще і школа життя.

Серйозною проблемою для виборчих технологій є „чорний” і „брудний” PR. З одного боку, те, що переживає наше суспільство в області „чорного” і „брудного” PR, цілком закономірно, але з іншого боку, без спеціальних заходів для оздоровлення суспільства звузити тіньову сторону PR навряд чи можливо. А це буде стримувати розвиток у суспільстві багатьох аспектів демократії, відкритості влади, знижувати ефективність самоврядування, обмежувати інформаційну свободу, задоволення прав людини на об'єктивну і достовірну інформацію і т.д.

Оздоровлення українського PR досить швидко перетворюється на загальнонаціональну проблему. Для рішення цієї проблеми необхідна цілісна система заходів. Найбільш важливими серед них є: вивід PR зі сфери тіньової діяльності, створення відкритого ринку його технологій, розвиток спеціалізованих консалтингових центрів, подолання дефіциту в методичній літературі, налагодження професійної підготовки фахівців у цій сфері.

Особливу роль у цьому може зіграти освоєння вітчизняними фахівцями моральних норм, що є в Афінському і Лісабонському кодексах професійної поведінки в Public Relations. Стає усе більш актуальною необхідність розробки національного українського професійного кодексу PR, без якого досить скрутне оздоровлення суспільства в цілому і входження України в Європейське Співтовариство.

1. Малкин Е., Сучков Е. Политические технологии. – М.: «Русская панорама», 2006. – 680 с. 2. Кочубей Л.О. Виборчі технології: політологічний аналіз (на прикладі виборів до парламенту сучасної

України): монографія. – К.: ТОВ „Видавництво „Юридична думка”, 2006. – 280 с. 3. Сурмин Ю.П., Наріжний Д.Ю. Избирательные технологии. – Днепропетровск: «Пороги», 2006. – 120 с.