## **Поняття "політична технологія": визначення, сутність, типологія**

Однією з головних ознак розвитку людської цивілізації у XXI ст. є активний процес технологізації основних сфер її життєдіяльності. Не становлять винятку й соціально-політичні процеси. Поступово на зміну аматорству під час проведення політичних кампаній приходить професійний, системний підхід, який передбачає залучення відповідних фахівців та новітніх досягнень у сферу політичних технологій. Сьогодні значного поширення в організації ефективних політичних кампаній набули такі спеціалізації політологів: "політтехнолог", "електоральний маркетолог", "іміджмейкер", "політконсультант", "РR- менеджер", "спін-доктор", "медіа-спікер" та ін. Усі ці спеціалізації передбачають опанування певним класом політичних технологій, які можуть істотним чином впливати на хід політичного процесу.

Поняття "технологія" походить від давньогрецьких - майстерність і слово, вчення. Сучасні інтерпретації поняття "технологія" є такими:

1) сукупність знань, відомостей про послідовність окремих виробничих операцій у процесі певного виробництва;

2) сукупність способів обробки чи переробки матеріалів, виготовлення виробів, проведення виробничих операцій;

3) наука про переробку й обробку матеріалів, способи виготовлення продукції та сукупність прийомів, які застосовуються у різних видах діяльності;

4) будь-який засіб перетворення вихідних матеріалів (громадська думка, інформація, фізичні матеріали) для одержання бажаної продукції чи послуг;

5) сукупність прийомів, які використовуються у певній справі.

У сучасній науці під технологією розуміється система чітко скоординованих елементів: цілі - процедури (правила) - засоби - операції (дії) - мотиви (стимул-реакції); система знань про способи, засоби, методи, форми діяльності людини і механізми їх практичного використання в побуті, виробництві, управлінні тощо.

Поняття "політичні технології" застосовується для позначення прийомів досягнення необхідних результатів у політиці. Український учений М. Ф. Головатий стверджує, що "політичні технології" - це сукупність методів і систем послідовних дій, спрямованих на досягнення необхідного політичного результату. У політичній практиці вони постають як сукупність методів застосування об'єктивних законів політики, матеріалізація абстракцій політичної науки в конкретні рішення, документи, нормативи, розпорядження. Особливості політичних технологій зумовлені характером політичного процесу, який охоплює найрізноманітніші види політичної діяльності в межах конкретної політичної системи.

Російський фахівець М. Є. Кошелюк виокремлює поняття "політичний PR", який визначає як сферу політичної діяльності, пов'язану з організацією та управлінням політичними кампаніями. При цьому вчений зазначає, що "найбільш яскравими їх прототипами є передвиборчі кампанії, тому сьогодні між політичним РИ і так званими виборчими технологіями зазвичай ставлять знак рівності".

Вітчизняні політологи М. І. Обушний, А. А. Коваленко, О. І. Ткач виділяють поняття "технологія влади". Під цією категорією вчені розуміють сукупність, систему тих чи інших прийомів діяльності влади, розрахованої на досягнення (заданого, задуманого) результату. Різні технології влади включають прийоми як досягнення локального, короткострокового ефекту (тут зазвичай говорять про тактику влади), так і одержання результату вирішального, великомасштабного, фундаментального, тривалого, стратегічного.

Тісно з цим поняттям пов'язані окремі типи політичних технологій, серед яких можна виділити: "технології політичного менеджменту" (управління політичним процесом), "інформаційні технології" (формування та спрямування відповідних інформаційних потоків заангажованих владою медіакорпорацій), "технології діяльності лобіста" (функціонування політичних ставлеників бізнес-груп із захисту їх економічних інтересів у поточній політиці), "технології парламентаризму" (формування вигідного порядку денного та спрямування діяльності представницького органу державної влади у запрограмованому напрямі), "технології легітимації політичної влади" (формування сприйняття законності діяльності політичної влади) тощо.

Якщо виходити із розуміння політичних технологій як інструментарію політичного управління, перелік типів політичних технологій, сформований відповідно до *напрямів діяльності політичного управління.*має включати такі технології: політичного аналізу; політичного консультування; прийняття рішень; управління конфліктами; управління перемовинами; лобіювання; виборчі; паблік рилейшнз; політичної реклами; інформаційні; інформаційно-мережеві тощо.

Деякі фахівці розділяють поняття "технологія" і "техніка", адже технологія є набором певних технік, які об'єднані навколо загальної мети і стратегії з урахуванням ситуації. Техніка ж - це певний прийом або метод, послідовність кроків, що завжди веде до очікуваного результату. Звідси під поняттям "політичні технології" можна розуміти далеко не всі відомі методи. Наприклад, організація соціальної події або політичний переворот - це технологія, а проведений в її рамках мітинг чи демонстрація - це техніка. Техніки можуть працювати в будь-якій країні без помітних змін, у той час як технології є більш специфічними і вимагають адаптації до особливостей національної політичної культури.

Загалом у сучасній вітчизняній політичній науці утворилися сім основних підходів до трактування політичних технологій.

"Інструментальний" підхід (М. Ф. Головатий, М. Є. Кошелюк) трактує поняття "політична технологія" у найбільш загальному вигляді - набір прийомів (технік, кроків і т. п.) з перетворення вихідного матеріалу в якийсь продукт. Матеріалом може бути суспільна (елітна) думка, а продуктом - голосування за кандидата (підтримка).

У центрі уваги "комунікативного" підходу (В. М. Бебик, Т. Е. Грінберг) - комунікація, а технологія визначається як послідовність дій з розбудови каналів комунікації між кандидатом на виборчу посаду та електоратом.

Прибічники "стратегічного" підходу (Ю. Д. Сурм ін, Д. С. Наріжний) поділяють поняття "політичні технології" на складові частини. Для них технологія - це в першу чергу набір стратегічних принципів або підходів до організації виборчої кампанії. Ці стратегічні концепти є універсальними. У першу чергу це принципи позиціонування і просування політичного меседжа (повідомлення для виборців). По-друге- це робота з "повідомленням". Крім того, експерти відокремлюють технологічні підходи (заохочення, погрозу), котрі є універсальними, від технологічних прийомів (обмежені в дії) і каналів комунікації (є цілком специфічними).

Прихильники "психологічного" підходу (Д. В. Ольшанський, Л. О. Кочубей, Г. Г. Почепцов) на перший план ставлять вивчення і вплив на громадську думку, тому технологія тут - це подвійна комбінація, де спочатку проводиться вивчення електоральних настроїв (за допомогою універсальних методів досліджень), а потім здійснюється вплив (доставка очікуваної інформації за допомогою різних технік).

Автори концепції "моделі" (С. Г. Кара-Мурза, Є. Б. Малкін, Є. Б. Сучков) інтерпретують технологію не як діяльність, а як модель діяльності. Це результат аналізу вже проведеної (раніше) діяльності, причому здійсненої неодноразово, - тільки аналітична перевірка тих або інших положень загальної моделі на безлічі приватних і незалежних відносно один одного прикладів дозволяє бути впевненим в її точності та універсальності.

Через призму "лідерського" підходу (В. П. Фісанов, Г. С. Фесун) технологія виглядає як послідовність дій з перетворення неформальних лідерів (політиків) у формальних та утримання в руках лідерів важелів влади.

Нарешті, автори "інтерактивного" підходу (М. В. Гришин, І. О. Поліщук, Т. М. Моторнюк) інтерпретують змістовну суть політичних технологій як практик владної взаємодії між представниками органів державної влади та громадянами, які мають усвідомлювати свою взаємозалежність один від одного та перманентно впливати на вироблення спільних дій з управління соціально-політичними процесами, і не тільки у період виборів.

Слід зауважити, що всі перелічені підходи не стільки суперечать один одному, скільки взаємодоповнюють. Усі вони у поєднанні дають змогу осягнути суть та специфічні особливості складного феномену політичних технологій.

Узагальнюючи різні підходи, можна дати таке визначення: *політичні технології - інтелектуально спроектовані комплексні алгоритми політичних дій (політичних заходів, акцій, кампаній), які спрямовані на системне підвищення ефективності функціонування політичних суб'єктів з приводу завоювання та утримання державної влади.*

Переважна більшість фахівців згодна з тим, що універсальні політичні технології існують. А деякі вчені стверджують, що взагалі всі технології є універсальними, при цьому якихось специфічних технологій просто немає.

Політичні технології є різнорідними *за предметно-цільовими критеріями,*і, як правило, вирішення політичних завдань потребує застосування комплексу технологій. Тому на практиці застосовується система різних політичних технологій.

Політичні технології можуть бути об'єднані у певні групи:

- аналітичні технології (політичний аналіз, політичне консультування);

- предметно-практичні ("польові") технології (прийняття рішень, управління конфліктами, управління переговорами, виборчі, лобіювання);

- комунікативні технології (агітація і пропаганда, PR (зв'язки з громадськістю), політична реклама, інформаційні, інформаційно-мережеві).

Існує також кілька інших типологізацій політичних технологій. їх поділяють залежно від *політичної системи і політичного режиму*на демократичні та недемократичні; *за значенням та масштабом дії -*на базові та другорядні. Базові політичні технології стосуються точки зору, дії великих груп або й усього населення країни. До них належать, зокрема, й політичні вибори. Другорядні технології мають локальний характер та виконують допоміжну роль щодо базових технологій. Наприклад, стосовно базової технології політичних виборів технологія клонування кандидатів на виборні посади має допоміжний, другорядний характер.

Виходячи з критерію *природи суб'єктів політики,*технології можуть бути поділені таким чином:

1) "загальні", які стосуються максимально великої кількості громадян, багатьох суб'єктів політичного процесу. Найпоширенішими серед них є технології "завоювання" та утримання влади. До загальних політичних технологій належать також технології виборчої кампанії;

2) індивідуальні (властиві окремим суб'єктам політики), які використовуються окремими політичними, громадськими, державними діячами. До найпоширеніших індивідуальних політичних технологій належать публічні виступи, участь у бесідах, дискусіях, розв'язанні конфліктів. Кожна технологія має свої особливості, завдяки яким створюється певний імідж політика, його авторитет і популярність, формується і збагачується досвід політичної діяльності.

Сьогодні особливо інтенсивно розвиваються *інформаційні політичні технології.*У масовому політичному інформуванні мають місце дві тенденції: 1) передача великої кількості різноманітних повідомлень, що викладаються без системи; 2) підпорядкування інформаційного потоку ідеологічно-пропагандистським настановам. У першому випадку індивід втрачає соціальну орієнтацію та стає дуже зручним об'єктом для політичного маніпулювання. У другому - індивіду надається лише така інформація, яка узгоджена з пропагандистськими завданнями, а будь-яка інша піддається негативній оцінці.

Під впливом таких тенденцій у другій половині XX ст. почали відбуватися процеси медіатизації політики, що обумовило застосування практики виправлення ефектів від повідомлень у ЗМІ за допомогою технологій спін-докторингу (від англ. *spin*- кружляння, вертіння і *doctoring -*лікування на професійному рівні). "Спін" як окрема наукова категорія тлумачиться як інформаційне "перекручування" подій, їх презентація у більш вигідному світлі або просто "розкручування" людини або події. Спін-доктор "розкручує" інформацію, подаючи у найсприятливішому для політичного суб'єкта вигляді, тобто "лікує" її висвітлення в мас-медіа.

"Розкручування" грунтується на психологічних способах маніпуляції увагою людей і забезпечується за допомогою таких прийомів: "наші люди в юрбі", "одностайна ("загальна") думка", "штучний супутник", "помилковий витік", "прискорення теми", "стверджувальні заяви", "сторона, що перемогла", "примусова пропаганда", "використання ціннісних слів", "невизначені вирази" (позитивно і негативно забарвлені), "перенесення позитивного (негативного) образу", "спрощення проблеми", "суспільне несхвалення", "загострення уваги", "імітаційна дезінформація", "фабрикація фактів" (пряма брехня), "осміювання", "маніпулятивна семантика" та ін.

Нівелювання тієї чи іншої теми пов'язане з політичним опонентом, конкуруючою ідеєю, небажаними реакціями на клієнта-політика або з компроматом на нього. У цьому випадку застосовують прийоми: "переключення уваги аудиторії", "розрідження інформації", "активізація перешкод", "заглушка", "замуровування", "хибна театралізація", "відповзання" ("вислизання"), "зняття рожевих окулярів", "фонтан бруду", "ворог народу", "сонячне затьмарення" та ін.

"Перекручування" теми в засобах масової інформації являє собою її інтерпретацію та реінтерпретацію у потрібному контексті. Поширеними методами "перекручування" інформації є такі: приховування інформації, зміна способу подачі інформації, особливе компонування, використання "магічних слів", "трансфер", "осліплення прикладом" та ін.

Оскільки потоки інформації в сучасному суспільстві істотно зросли, новітні інформаційні технології спрямовані на те, *щоб управляти увагою масової свідомості,*утримуючи її на необхідних об'єктах і ситуаціях якомога більше. При цьому інтерпретації (трактування) фактів мають наочну перевагу над самими фактами, адже вони дозволяють політичним технологам у потрібний момент перемикати увагу масової свідомості на потрібні теми, відволікаючи увагу від небажаних повідомлень. Нині налагоджена ціла система управління увагою масової свідомості, яка особливо активно використовується на телебаченні та у діяльності провідних інформаційних агенцій світу. Інструментарій перемикання уваги масової свідомості можна відобразити у табл. 5.

Таблиця 5. Інструментарій перемикання уваги масової свідомості у ЗМІ

|  |  |
| --- | --- |
| Тактичний (щоденний) | Стратегічний (довготривалий) |
| Вибухи, терористичні акти, падіння літаків, автомобільні аварії, стихійні лиха, катастрофи тощо | Масові заворушення, революції, епідемії, гучні кримінальні справи та їх розслідування, масштабні спортивні змагання, відзначення історичних ювілеїв тощо |

Медіа-політика провідних телеканалів світу спрямована на підтримання психологічного балансу у громадян-глядачів. Населення отримує телевізійне "заспокійливе" у вигляді невибагливого гумору, популярної естради та світських бесід. За допомогою цих жанрів пересічний виборець розслаблюється та забуває про свої гострі проблеми. Поряд із цим глядачі отримують теле-"збуджувачі" у вигляді аварій, катастроф, вибухів та ін. За допомогою цих повідомлень увага масової свідомості теж стабільно перемикається з актуальних економічних та політичних проблем на штучні замінники - екстраінформаційні приводи. Політичні ток-шоу також перетворились на ефективні політтехнології, адже всі вони будуються на інспіруванні постійних політичних конфліктів, які врешті-решт формують у переважної більшості телеглядачів стійкий імунітет до політичної тематики. Водночас, особливо у кризові періоди, політичні ток-шоу, на яких піднімаються та обговорюються найбільш гострі суспільні проблеми, виконують функцію "випуску пари" для того, щоби забезпечити заміщення реальної кризи її віртуальним аналогом.

Сучасне інформаційне суспільство має кілька важливих ознак. З одного боку, зростаючого значення набувають засоби масової інформації, які поступово отримують управлінські функції щодо громадської думки і суспільної свідомості. З другого боку, принципово змінюється поінформованість населення, яке отримало безпрецедентні до цього можливості знайти альтернативні джерела інформації та скористатися ними. Технологічна революція змінила саму рушійну силу соціальних трансформацій. Цією рушійною силою стають інформаційні та інші технології, що дозволяють оперативно реагувати на виклики цивілізації. Функція інформування та, якщо завгодно, навчання електорату - ось ключова місія політичних технологів у перехідних посттоталітарних і поставторитарних суспільствах. Звісна річ, це так, якщо гравці політичного ринку є не тільки професіоналами та заробітчанами, а й патріотами та свідомими громадянами своєї країни. У політичному процесі має утвердитися гуманістичний підхід до політичних технологій.