

**О. О. Онищенко**  
*orcid.org/0000-0001-9580-8165*  
аспірант кафедри політичних теорій  
Національного університету «Одеська юридична академія»

## ПОЛІТИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА МОРАЛЬНИЙ ВИБІР: ЕТИЧНІ ТОЧКИ ЗІТКНЕННЯ

Нині в науково-політичному дискурсі залишається актуальним питання щодо співвідношення політики і моралі. Чимало теоретичних праць було присвячено обґрунтуванню морального кодексу та етикету політика. Аналіз використання політичних технологій сьогодення актуалізує проблему моралі в політиці: а чи існує взагалі мораль у політичній площині? Чи повинен політик керуватися нормами суспільної моралі? Які тенденції використання політичних технологій домінують? Чи мета виправдовує засоби? Ці питання залишаються відкритими та вимагають подальшого аналізу та обґрунтування.

У виборчий період ми маємо змогу спостерігати загострення політичної боротьби серед представників різних політичних сил: партій, кандидатів, політичних лідерів, груп інтересів, які змагаються між собою за прихильність електорату. Для того щоб стати переможцем та досягти бажаної мети на політичній арені, політики звертаються за допомогою до фахівців – політтехнологів та політконсультантів, які системно вибудовують план виборчої кампанії та загальну стратегію виборів відповідно до мети, яку ставить перед собою політик. Як показує практика, не всі кандидати, котрі вступають у політичну боротьбу, орієнтовані саме на перемогу. Деякі з них вступають у боротьбу, переслідуючи інші, суто особисті, суб'єктивні цілі, наприклад: привернути увагу до своєї особистості за допомогою виборчого процесу, створити політичний образ; підняти свій політичний рейтинг серед електорату з метою подальшої участі у наступних виборах уже з вищими рейтинговими показниками; відтягнути на себе частину голосів опонентів, так званий «технічний проект» тощо. Питання щодо участі у виборчій політичній боротьбі завжди криється в особистих мотивах суб'єкта політики.

Важливе місце у політичній боротьбі відводиться саме політичним технологіям як інструментам досягнення бажаної мети. Політичні технології займають фундаментальне положення як провідні елементи виборчої кампанії. Використання технологій у політиці нерозривно пов'язано із соціально-політичними ролями, котрі виконують суб'єкти політики, оскільки кожна людина є носієм певного соціального статусу в суспільстві, а отже, пов'язана із проблемами соціуму та вмінням їх розв'язати.

Ефективність політичних технологій зумовлюється досягненням поставленої цілі: якщо мета реалізована, то така технологія виправдала себе на практиці. Проте не всі учасники політичної боротьби керуються моральними принципами. Досить поширеною та популярною в політиці є так звана «макіавеллістська школа», прихильники якої сповідують використання культу сили, нехтування нормами суспільної моралі, їх ідеологія засновується на відомому постулаті: «мета виправдовує засоби». Термін «Макіавеллізм» є похідним від імені відомого італійського державного діяча, мислителя, письменника – Нікколо Макіавеллі, автора праці «Державець». Саме у своїй відомій праці автор описував аморальну поведінку політика, який має нехтувати усіма соціальними нормами, аби утримати владу у своїх руках. Правда, при цьому він говорив і про важливість загального блага, про що часто забувають його прихильники. Нині термін «макіавеллізм» асоціюється з низькими політичними принципами людини, політичними махінаціями, підступом, наклепом та протиправними діями.

Досить часто політтехнологи керуються принципами «макіавеллізму» для того, щоб досягти поставленої мети, нехтуючи при цьому морально-етичними нормами. Саме тому політичні технології як інструменти допомагають у вирішенні завдань. Немає однозначної оцінки щодо того, які технології вважаються аморальними, все залежить від конкретної людини, від

її особистої «моральної шкали» та суб'єктивних принципів і правил поведінки. Проте у науково-політичному дискурсі політичні технології класифікують за легальністю використання на білі, сірі та чорні технології. Така класифікація умовно розподіляє технології за ступенем їх взаємодії із нормами моралі також.

«Білі» – це законні технології, котрі не порушують існуючого законодавства та входять у реєстр неофіційних дозволених технологій (або технологій відкритої комунікації). Як правило, за своєю структурою це найпростіші технології, котрі є в арсеналі будь-якого політичного консультанта, до них входить увесь інструментарій зв'язку кандидата або партії з виборцями: реклама в ЗМІ, організація зустрічей кандидата із електоратом, агітація, масові акції тощо (Матвієнко, 2001, с. 199–206).

Використання «білих» технологій є одним із найпоширеніших видів взаємодії кандидата та електорату, оскільки вони не суперечать законодавству і використовуються всіма політтехнологіями у передвиборчому змаганні. Однією з основних форм «білих» технологій є політична агітація за певного кандидата чи партію. Політична агітація – це сукупність заходів, спрямованих на підтримку певних суб'єктів виборчого процесу, що мають на меті формування у виборців певної політичної поведінки та позиції. Агітація може проводитися у різноманітних формах, таких як:

- проведення зустрічей кандидата з виборцями (як правило, у заздалегідь зазначеному місці) та зборів громадян, на яких ведеться агітація за кандидата ним особисто або від його імені його представником;

- демонстрації, пікети, походи та мітинги на підтримку кандидата або політичної партії;

- проведення брифінгів, дискусій, «круглих столів», прес-конференцій та відкритих дебатов, публічних заяв (для того, щоб ознайомити виборців зі своїми політичними переконаннями, пунктами політичної програми та діяльністю партії, представити політичну платформу). Ця форма агітації є дуже важливою, оскільки вона встановлює зв'язок між виборцями та кандидатом, на них він може донести до населення свої основні політичні ідеї;

- політична реклама – одна з найважливіших форм агітації. Правильно зроблена та подана політична реклама забезпечує успіх та підтримку кандидата чи партії серед населення, саме тому більшість політичних консультантів приділяють дуже багато часу розробленню та поширенню реклами. Політична реклама – це подана у будь-який спосіб, у будь-якому обсязі, у будь-якій формі (друкованій, електронній, аудіовізуальній, відео-візуальній) інформація про суб'єктів виборчого та політичного процесу з метою привернути до нього увагу. Це також і відеофільми, відеокліпи, інтерв'ю та інші публікації. Агітація неможлива без політичної реклами – вона є її фундаментом, основою, на якій тримається вся кампанія кандидата;

- поширення виборчих листівок, буклетів, плакатів, значків із символікою партії/кандидата або із тезами з головним змістом політичної програми, в яких відображаються основні ідеї та пункти діяльності;

- проведення різноманітних концертів, спортивних змагань, публічних заходів, вистав, на яких кандидат може підняти свій рейтинг та встановити контакт із виборцями;

- відвідування лікарень, шкіл, університетів, дитячих будинків; пожертвування та благодійні внески, а також оприлюднення інформації у ЗМІ про таку підтримку (Кочубей, 2006, с. 78–90).

Передвиборча агітація як одна із форм «білих» технологій є дуже важливою, оскільки вона доносить виборцям ім'я кандидата чи назву партії та встановлює між ними прямий або непрямої контакт. З огляду на це, якість передвиборчої агітації напряму залежить від фінансування та вміння політичного консультанта якісно побудувати лінію агітації, щоб завоювати симпатії виборців. Агітація знайшла нові форми втілення із поширенням мережі Інтернет та глобалізацією інформаційного суспільства. Нині глобальна Інтернет-мережа відкриває перед політичними консультантами нові технології поширення політичної реклами, зокрема через соціальні мережі, такі як «facebook», «twitter», «youtube», «Instagram» тощо. Сьогодні використання соціальних мереж для політичної реклами, агітації чи звернення партії/кандидата до електорату є звичайним явищем для будь-якого політтехнолога. Це зумовлене надзвичайною популярністю соціальних мереж серед людей будь-якого віку, статі та національності, тому

це дієвий інструмент поширення політичного бренду, який охоплює різні фокус-групи і слугує якісною технологією комунікації між суб'єктом та об'єктом політичної реальності.

«Сірі» технології – це наступний різновид виборчих технологій, які не передбачають прямого порушення існуючого законодавства, але викликають засудження з боку суспільства і вступають у суперечність із нормами суспільної моралі та загальноприйнятими методами ведення виборчої боротьби. «Сірі» технології застосовуються у процесі виборчої кампанії досить часто, і хоча вони суперечать нормам існуючої суспільної моралі, проте більшість технологів вважають їх більш ефективними та дієвими інструментами, тому вдаються до їх використання для досягнення поставленої мети. Яскравим прикладом використанням «сірих» технологій є присутність на мітингах або демонстраціях спеціально найнятої людини, котра буде поширювати листівки та різноманітні друковані матеріали, які є опозиційними до політика, на честь якого проводиться цей захід. Більшість політтехнологів вдаються до використання такого різновиду технологій, оскільки вони є дієвими і приносять певний результат. З огляду на це, такі технології не суперечать законодавству, проте мають на меті компрометуючу ціль і зазвичай засуджуються суспільством із високим рівнем політичної та правової культури. Поширення інформації, яка компрометує політика, вважається найкращим прикладом застосування «сірих» технологій, за умови, якщо ця інформація є правдивою і добута законним шляхом. Якщо ж інформація є наклепом та неправдою, то така технологія буде відноситися до «чорного» піару. Також отримана незаконним шляхом інформація (наприклад, внаслідок порушення банківської, лікарської чи професійної таємниці) автоматично підпадає під категорію «чорних» технологій і карається законом (Бебик, 2009).

«Чорні» технології – це незаконні, протиправні технології, які передбачають пряме порушення чинного законодавства (технології закритої комунікації); такі технології вважаються забороненими, проте деякі політтехнологи використовують їх у веденні виборчої кампанії, вважаючи їх найефективнішим інструментом досягнення кінцевої мети. Такі технологи керуються принципом «мета виправдовує засоби».

До «чорних» технологій належать найаморальніші та протизаконні дії, які застосовують політтехнологи для перемоги у виборчому змаганні. До їх числа входить незаконне здобуття інформації (компромату) на опонента, кримінальне втручання у виборчий процес, підкуп виборців і членів виборчих комісій, фальсифікація результатів голосування, розповсюдження неправдивих чуток, наклеп, шантаж, погрози, зловживання адміністративним ресурсом, перешкоджання роботі спостерігачів, незаконна агітація, залякування, замах на суперників тощо. Всі «чорні» технології є підводним камінням політичного поля, їх використання не піддають суспільному розголошенню, намагаються приховати, саме тому їх називають технологіями закритої комунікації.

Одним із найяскравіших прикладів використання «чорних» технологій є метод «каруселі» – фальсифікації виборів. Суть цієї технології полягає у тому, що виборець виносить із виборчої дільниці свій незаповнений бюлетень та віддає його спеціально призначеній людині (керівникові групи, який відповідає за певну виборчу дільницю). Потім на цьому бюлетені ставиться позначка «за» потрібного кандидата, і він віддається іншій людині, котра йде голосувати до виборчої дільниці; людина кидає вже помічений бюлетень в урну, а свій чистий виносить і знову віддає «керівникові». Так технологія «карусель» може повторюватися безліч разів, аж до закриття виборчої дільниці або до закінчення голосування. Ця технологія наглядно демонструє протиправність і аморальну суть «чорних» технологій.

Також наглядним прикладом є технологія «мертві душі» – коли у списки виборців вносяться дані про померлих людей. За них можуть голосувати члени виборчої комісії, яким заплатили, чи спеціально найняті люди.

Технологія «кривого дзеркала» за своєю суттю ефективно обертає усі добрі справи політика проти нього самого та підриває його авторитет серед електорату. Наприклад, якщо кандидат на державну посаду відвідав дитячий будинок і це освітилося в ЗМІ, то його звинувачують у тому, що він робив це навмисно, для підняття свого рейтингу серед населення. Якщо кандидат прийшов на прибирання ділянки від сміття разом із іншими людьми, то його опоненти можуть звинуватити його в тому, що таким чином він «втирається в довіру» та здобуває собі голоси електорату.

Зловживання адмінресурсом є чи не найулюбленішим методом технологів для досягнення конкретного результату. Як правило, використовуються кримінальні осередки для залякування людей, також посилають спеціально підготовлених людей у райони, де проживає багато прихильників політичного опонента, і дезінформують їх, кажучи, наприклад, що виборчі дільниці не працюють або місце, де знаходиться дільниця, заміноване. Таким чином, опонент втрачає велику кількість голосів.

«Реєстрація двійників» – суть цієї технології полягає у тому, що реєструються однофамільці кандидатів, таким чином, виборці можуть просто заплутатись у прізвищах.

«Реєстрація підставних кандидатів» – це так звані «технічні проекти», які створюються з метою відтягти на себе частину голосів опонента.

Фабрикування неправдивих фактів (компромату) на опонента – поширений та дієвий метод під час виборчої кампанії. Його застосують для того, щоб ударити по іміджу опонента та понизити його рейтинг серед населення. Незадовго до виборів технологи розміщують у ЗМІ, а також у соціальних мережах «брудні» факти про свого політичного опонента. У багатьох випадках ця технологія себе виправдовує, оскільки населення переважно має низький рівень політичної культури, звикло довіряти чуткам, саме тому цей фактор грає на руку політтехнологам, які вдало це використовують у своїй роботі (Бебик, 2009).

Поширення «сірих» та «чорних» технологій зумовлене низкою чинників: низьким рівнем політичної культури та правової свідомості населення, великою політичною конкуренцією та боротьбою між технологіями, появою інноваційних технологій. По-друге, поширене використання «чорних» технологій пояснюється також низьким моральним рівнем частини політиків та політичних консультантів, для яких кінцева мета виправдовує будь-які засоби. По-третє, використання брудних технологій зумовлене їх швидкою ефективністю у політичній конкурентній боротьбі, політики прагнуть досягти швидкого результату, витрачаючи мінімум часу та ресурсів, надаючи перевагу саме технологіям закритої комунікації; більшість технологів вважають «чорні» та «сірі» технології вдалими інструментами для досягнення поставленої цілі, які за короткий проміжок часу можуть надати певний результат. По-четверте, це низка підводного каміння у законодавстві, яке вміло дозволяє політтехнологам знаходити прогалини у законах як інструмент для своїх технологій. По-п'яте, це неосвіченість громадян у юридичних питаннях, низький рівень політичної культури та абсолютна недовіра до органів державної влади, що грає на руку політикам та їхнім консультантам для використання заборонених прийомів. Всі чинники в сумі показують, що використання тих чи інших технологій залежить у кінцевому рахунку не тільки від технологів, а й від нас самих, від рівня нашої політичної освіченості, правової свідомості, зрілості громадянського суспільства та довіри до органів центральної влади і політичної системи загалом (Головатий, 2003, с. 123–135).

Використання аморальних прийомів у політиці є певною мірою відбиттям рівня загальної культури населення, його культурних традицій та показником становлення громадянського суспільства. У розвинутих демократичних країнах рівень використання «чорного» PR та брудних політичних технологій значно менший, аніж у країнах перехідного типу. Розвинуте громадянське суспільство є одним із найкращих показників розвитку демократичних цінностей держави, що відображає його самоорганізацію як механізму протидії владним структурам та можливим спробам узурпації влади. Саме від громадянського суспільства певним чином залежить функціонування політичної системи та закріплення моральних цінностей. Громадянське суспільство визначає кордони моральних принципів системи. У розвинутих демократичних країнах, як правило, переважають високі моральні стандарти, рівень політичної культури та правової свідомості значно вищий, а тому використання протиправних технологій засуджується суспільством. Політик, який нехтує нормами демократичного суспільства та зважається на використання заборонених прийомів ведення боротьби, може назавжди втратити свій політичний імідж та стати персоною «non grata» в політиці. З огляду на це, країни Західної Європи та Сполучені Штати Америки залучають громадян до активного політичного життя, розвиваючи таким чином політичну освіченість. Саме громадянське суспільство має стати рупором моральності у політиці, контролювати та стримувати використання протиправних технологій, задавати стандарти високої моралі та самим відповідати параметрам цих стандартів.

Таким чином, застосування певних політичних технологій нерозривно пов'язано з рівнем суспільної моралі, ступенем розвитку громадянського суспільства, рівнем політичної культури та правової свідомості. Основою будь-якого суспільства мають бути не політичні ілюзії, а Конституційні норми та правові принципи. Розвиваючи демократичні цінності та орієнтуючись на високі моральні стандарти, суспільство може зробити політику взірцем моральності та прикладом ведення гідної та чесної боротьби. Вибір же моделі політичної етики залежить від цінностей, які сповідує суспільство.

#### Література

- Бебик В.М. Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг : навч.-метод. посіб. Київ, 2001. 216 с.
- Ващенко К.О. Політичні технології як чинник демократичного розвитку суспільства : дис. ... канд. політ. наук : 23. 00. 02. Київ, 1999. 194 с.
- Головатий М.Ф. Політичні технології: механізм і мистецтво здобуття політичної влади : навч.-метод. посіб. Київ, 2003. 189 с.
- Кочубей Л.О. Виборчі технології: політичний аналіз (на прикладі виборів до парламенту сучасної України) : монографія. Київ : Юридична думка, 2006.
- Матвієнко В.Я. Соціальні технології : навч. посіб. Київ, 2001. 446 с.
- Хантингтон С. Третя волна. Демократизація в кінці ХХ века. Москва: РОССПЭН, 2003. 367 с.

#### References

- Bebyk V.M. (2001) Menedzhment vyborchoi kampanii: resursy, tekhnolohii, marketynh : navch. -metod. posib. [Election campaign management: resources, technologies, marketing: textbook]. Kyiv, 2001 [in Ukrainian].
- Vashchenko K.O. (1999) Politychni tekhnolohii yak chynnyk demokratychnoho rozvytku suspilstva [Political technologies as a factor of democratic development of society]. Kyiv, 1999 [in Ukrainian].
- Holovatyi M.F. (2003) Politychni tekhnolohii: mekhanizm i mystetstvo zdobuttia politychnoi vlady: navch.-metod. posib. [Political technologies: the mechanism and art of gaining political power: textbook]. Kyiv, 2003 [in Ukrainian].
- Kochubei L.O. (2006) Vyborchi tekhnolohii: politychnyi analiz (na prykladi vyboriv do parlamentu suchasnoi Ukrainy): monohrafiia [Electoral technologies: political analysis (on the example of elections to the parliament of modern Ukraine): monograph]. Kyiv: Yurydychna dumka, 2006 [in Ukrainian].
- Matviienko V. Ya. (2001) Sotsialni tekhnolohii: navch. posib. [Social technologies: textbook]. Kyiv, 2001 [in Ukrainian].
- Khantynhton S. (2003) Tretia volna. Demokratyzatsyia v kontse KhKh veka. Per. s anhl. L.Yu. Pantynoi [Third wave. Democratization at the end of the 20th century] Moskva: ROSSPЭN, 2003. P. 250–277 [in Russian].

#### Анотація

**Онищенко О. О. Політичні технології та моральний вибір: етичні точки зіткнення.** – Стаття.

У статті розглянуто співвідношення політики та моралі, розкрита взаємодія політичних технологій та суспільно-моральних норм. Розкрито поняття «політична технологія». Проаналізовані та виділені основні види політичних технологій за ступенем легальності та взаємодії із нормами суспільної моралі: «білі», «сірі» та «чорні» технології впливу. Обґрунтовано використання політичних технологій під час виборчих кампаній. Окреслено основні межі поєднання політичних технологій та суспільно-моральних норм. У роботі наведені основні різновиди технологій за ступенем їх легальності. Розкриті поняття «політичної реклами», «чорного піару», «інформаційних технологій», «громадянського суспільства».

У статті наголошено, що громадянське суспільство є виразником пануючих суспільно-моральних норм та їх рупором. Суспільно-моральні норми відображають ступінь розвитку певного суспільства, затверджують його цінності та принципи. Використання політиками та політтехнологами «чорного» PR та заборонених, протиправних методів ведення боротьби відображає не тільки низькі моральні якості конкретної людини, але й певним чином ступінь суспільної моралі, затвердження демократичних цінностей суспільства. У розвинутих демократичних суспільствах показники використання заборонених політичних технологій значно менші, адже їхні цінності базуються на високих моральних стандартах, в основі яких лежать Конституційні норми та правові принципи. Рівень політичної культури підвищує пильність електорату щодо застосування у політиці «брудних, заборонених прийомів». Чим більший рівень правової свідомості та політичної культури, тим більш прагматичними стають виборці, які за допомогою сталого громадянського суспільства протидіють спробам політичної маніпуляції. Рівень освіченості громадян несе за собою незмінні наслідки системи, а саме вимоги до політичної боротьби

у вигляді чесності та прозорості, використання «білих» технологій та поступове відмирання брудних політичних технологій.

У сучасному світі епохи глобалізації та кібернетизації політичні технології постійно змінюються та вдосконалюються, що у подальшому буде викликати питання щодо співвідношення моралі та політики.

*Ключові слова:* політика, мораль, політичні технології, громадянське суспільство.

### *Summary*

**Onyshchenko O. O. Political technology and moral choice: ethical points of contact.** – Article.

The article considers the relationship between politics and morality, reveals the interaction of political technologies and socio-moral norms. The main types of political technologies are analyzed and selected according to the degree of legality and interaction with the norms of public morality: "white", "gray" and "black" technologies of influence. The use of political technologies during election campaigns is substantiated. The concept of "political technology" is revealed. The main limits of the combination of political technologies and social and moral norms are outlined. The paper presents the main types of technologies according to the degree of their legality. The concepts of "political advertising", "black PR", "information technology", "civil society" are revealed.

The article investigates that civil society is an expression of the prevailing social and moral norms and their mouthpiece. Socio-moral norms reflect the degree of development of a society, affirm its values and principles. The use of "black" PR by politicians and political technologists and forbidden, illegal methods of struggle reflects not only the low moral qualities of a particular person, but also to some extent the degree of public morality, the assertion of democratic values of society. In developed democracies, the use of prohibited political technologies is much lower, as their values are based on high moral standards based on constitutional norms and legal principles. The level of political culture increases the vigilance of the electorate regarding the use of "dirty, forbidden methods" in politics. The higher the level of legal awareness and political culture, the more pragmatic voters become who, with the help of a stable civil society, oppose attempts at political manipulation. The level of education of citizens has constant consequences for the system, namely the requirements for political struggle in the form of honesty and transparency, the use of "white" technologies and the gradual extinction of dirty political technologies.

At present, in today's world of globalization and cybernetics, political technologies are constantly changing and improving, which in the future will raise questions about the relationship between morality and politics.

*Key words:* politics, moral, political technologies, civil society.