

Гурицька Марія

Київський національний університет імені Тараса Шевченка (м. Київ, Україна)

<https://orcid.org/0000-0002-2054-0405>

e-mail: racta@ukr.net

Рихлік Володимир

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

(м. Київ, Україна)

<https://orcid.org/0000-0003-3181-0789>

e-mail: rychlick@ukr.net

РІЗНОВИДИ ЕЛЕКТОРАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ

Резюме

У статті проаналізовано зміст поняття «електоральні технології», сучасні підходи до його інтерпретації, класифікацію електоральних технологій за різними ознаками, принципи демократичних виборів та ефективність виборчих технологій сучасної України.

Мета. Закцентувати увагу на різновидах електоральних технологій, аналізі сучасних підходів, дослідження спрямовано репрезентувати принципи демократичних виборів та ефективність електоральних технологій в Україні. Методологічною основою дослідження став діалектичний метод, який дозволив виявити та пізнати електоральні технології як правове явище. Крім цього, під час проведення дослідження використовувались формально-логічний (логічні прийоми аналізу та синтезу застосовано під час виокремлення ознак і визначення поняття електоральних технологій, а також їхньої класифікації, прийоми моделювання та абстрагування — під час вироблення практично можливих пропозицій удосконалення виборчого процесу), системний (дозволив систематизувати та класифікувати електоральні технології, а також упорядкувати застосування нелегальних електоральних технологій).

Наукова новизна. Запропоновано класифікувати електоральні технології за різними ознаками та критеріями на основі досвіду сучасної України.

Висновки. Політичні вибори припускають відповідні технології діяльності, які завжди динамічні й потребують змін. Вивчення електоральних технологій становить відповідний вклад в їх розвиток на тлі українського державотворення. Осмислення змісту і типології політичних електоральних технологій на сучасному етапі—важлива потреба вдосконалення та підвищення ефективності політичної влади й державного управління. Подальші дослідження у цій галузі можна спрямувати на вдосконалення методології електоральних технологій та оптимізації виборчих процесів, аналіз технологій виборчої кампанії, рівні залучення партій до організації виборчого процесу.

Ключові слова: виборці, виборча кампанія, виборчий процес громадська думка, електоральна поведінка, електоральні технології, електорат, політичний маркетинг, політичні технології, технології виборчі.

Вступ

Говорячи про виборчі технології, фахівці зазвичай мають на увазі зовсім різні речі— від конкретних прийомів і методик формування суспільної думки до стратегічних підходів щодо реалізації програмних цілей.

Деякі експерти розділяють поняття «технологія» й «техніка», оскільки технологія є набором певних технік, об'єднаних навколо загальної мети й стратегії з урахуванням ситуації. Техніка— конкретний прийом або метод, послідовність кроків, що завжди приводять до певного результату.

Феномен електоральних технологій виникає як наслідок розвитку демократичного способу правління та належить до невід'ємного інструментарію народоправства. Демократія як фундаментальна засада здійснення владарювання в суспільстві поступово стає нормою життя для всіх країн, які ідентифікують себе з цивілізованим, розвинутим світом. Політичні вибори— поступово перетворилися на загальновизнану, універсальну процедуру легітимізації державної влади. Головна суть політичних виборів не зводиться лише до самого голосування. У сучасній світовій науковій думці доведено, що тип політичних технологій, які використовуються в соціумі, характеризує характер і ступінь розвитку політичної підсистеми суспільства: більш досконалім, розвинутим типам політичної організації відповідають більш досконалі типи політичних технологій. Саме тому дослідження цієї проблеми є важливим для формування цілісної картини політичного світу нашої держави.

Першими дослідження електоральних технологій здійснили у науковій літературі заклали західні політологи, а потім це поняття активно використовують та вивчають російські та українські фахівці з політичної

науки. Перші теоретичні розробки поняття «електоральні технології» знаходимо у працях представників західної політичної науки, серед яких Ф. Арфін, С. Блек, Л. Босток, Є. Вятр, Д. Герген, Л. Гонсалес, Р. Даль, Д. Доті, Д. Істон, М. Крозьє, Х. Маккей, Дж. Мілль, Дж. Наполітан, Дж. Сарторі, Ж. Сегела, Ф. Сіетел, Х. Томас, С. Хантінгтон, Р. Хейвуд. Електоральні технології у виборчому процесі транзитивних суспільств вивчають такі вітчизняні вчені, як: Н. Аржанов, О. Балакірева, О. Валевський, В. Бебик, А. Біденко, А. Зінченко, Ф. Ільясов, О. Кордун, Л. Кочубей, Р. Павленко, Н. Костенко, П. Кралуок, Ю. Краснокутська, М. Кузьменкова, А. Куртов, А. Купців та ін. Підготовка та проведення виборчої кампанії за умов демократичного або напівдемократичного режиму є доволі складним та багатостороннім заходом. Він включає в себе стратегічне планування та вибір стратегії електоральної кампанії, застосування різноманітних технологій політичної реклами, організаційні зусилля, пов'язані з реалізацією розробленої виборчої стратегії. Як правило, у науковій літературі розрізняють електоральну кампанію кандидатів на виборчі посади та політичних партій. Виходячи з цього, формулюють певну специфіку електоральних технологій. Проте основні методи проведення виборчих кампаній їх різноманітних суб'єктів та головні виборчі технології є тотожними та майже аналогічними.

Термін «технологія» походить від давньогрецьких слів техно — мистецтво, майстерність і логос — наука, знання, закон. У словниках поняття «технологія» трактують таким чином: як сукупність знань, відомостей про послідовність окремих виробничих операцій у процесі виробництва чогось; як сукупність способів обробки чи переробки матеріалів, виготовлення виробів, проведення виробничих операцій тощо; як науку про переробку й обробку матеріалів, способи виготовлення продукції та сукупність прийомів, застосовуваних у різних видах діяльності; як будь-який засіб перетворення вихідних матеріалів, чи то будуть люди, інформація, чи фізичні матеріали, для одержання бажаної продукції чи послуг; сукупність прийомів, які використовують у певній справі.

М. І. Обушний, А. А. Коваленко, О. І. Ткач виокремлюють поняття «технологія влади» (technology of power, від грец. techne — мистецтво, майстерність і logos — слово, навчання). 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. Термін «електоральна технологія» доволі часто застосовують політичні консультанти і політики, але він ще не отримав достатньої розробленості. Технологією можуть назвати телевізійний ролик, телефонне опитування, розповсюдження листівок, і, нарешті, стратегічний план усієї

електоральної кампанії. Одне з найбільш розгорнутих визначень електоральної технології подається в одному з довідників виборця: «Електоральні технології — система (сукупність) заздалегідь продуманих, намічених, тих, які використовуються (а також які вводяться інтуїтивно, спонтанно) заходів, кроків, планів, засобів, процедур, технічних, інформаційних засобів для успішного висунення кандидатів та їх обрання» [10, с. 123].

Т. Е. Грінберг пропонує розрізняти поняття «політичні технології» та «електоральні технології». При цьому російська дослідниця дає такі визначення вказаних категорій. Політичні технології — це система послідовних цілеспрямованих дій, орієнтованих на досягнення заданого політичного результату. Для електоральних технологій згаданий фахівець пропонує таку дефініцію: це сукупність прийомів та методів, спрямованих на оптимізацію досягнення стратегічних цілей виборчої кампанії [3, с. 89]. На відміну від багатьох інших дослідників М. Є. Кошелюк не схильний занадто ускладнювати проблему дефініцій, виокремлюючи 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 PR і так званими виборчими технологіями зазвичай ставлять знак рівності». Цікавий підхід до визначення феномену електоральних технологій знаходимо у російського фахівця М. В. Гришина, який використовує ресурсну парадигму до розкриття виборчого процесу. Він зазначає, що об'єктивно домінує над іншими електорально-технологічний ресурс, адже всі електоральні технології спрямовані на ухвалення виборцем рішення голосувати за даного кандидата; виборці стають безпосередніми учасниками процесу використання технологій [4, с. 24–27]. Доволі плідну, комплексну дефініцію поняття «електоральні технологія» подає Л. Кочубей, зазначаючи, що електоральні технології — це мистецтво вивчення електоральної мотивації, вироблення механізмів, які базуються на певних психологічних підходах за умови, коли першочерговим є не «що», а «як» здійснити, як вдало побудувати виборчу кампанію, вплинути на виборця. Електоральні технології — це технології політико-психологічні, вони базуються на комплексному науковому підході з урахуванням досягнень низки наукових дисциплін, насамперед — політології, соціології, економіки, психології, політичних PR тощо [6, с. 64–66]. Як зазначає М. Є. Кошелюк, останнім часом ми спостерігаємо становлення виборчих технологій нового порядку. Технології попереднього покоління мали справу головним чином з управлінням сприйняття інформації, яка надходить виборцям. Комунікаційні технології, пов'язаних уже з управлінням соціальними процесами. За такого підходу політичний PR перестає бути простою сукупністю процедурних технологій, він набуває статусу «комунікативного менеджменту» як управління масовими соціальними комунікаціями [11].

Це вказує на розширення перспективи застосування комунікативної концепції виборчого PR у подальшому, адже змінюється сама природа технологій роботи з електоратом у бік становлення партнерських стосунків між політиками-управлінцями та їхніми підлеглими, які делегують їм владні повноваження через процедуру регулярних політичних виборів. Зі становленням інформаційного суспільства сучасні дослідники, зокрема Т. Е. Грінберг, все більше пов'язують розвиток електоральних технологій з розвитком медіа-ринку та Інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК), які передбачають комплексне використання для вирішення маркетингових завдань реклами, паблік рилейшнз, просування продаж, прямого маркетингу, мерчендайзингу, Інтернет-технологій, ініціювання єдиної багатоканальної синхронізованої комунікації [3, с. 156–167]. Наявність механізмів протистояння електоральним технологіям, за допомогою яких здійснюється маніпулятивний вплив та тиск на електорат є запорукою досягнення раціонального голосування і, відповідно, уникнення управління громадською думкою. Із позиції виконуваних функцій політичні технології необхідно поділити на групи: технології політичної діяльності (технології влади; технології політичного управління; технології державного управління; технології прийняття політичних рішень; технології політичного лідерства; технології політичного конструювання (політична інженерія); технології політичних конфліктів; технології політичних реформ; антикризові політичні технології; технології тоталітарного панування; технології демократії; технології захисту прав людини), технології політичного аналізу (технології політичних досліджень; технології політичного прогнозування; технології політичного планування; технології політичного моделювання; технології аналізу політичних ризиків), технології політичних комунікацій (PR-технології; виборчі технології; технології політичної реклами; технології політичного впливу і маніпулювання; технології формування політичного іміджу; технології міжнародних політичних комунікацій) [3, с. 156–167].

Ващенко К.О. та Корнієнко К. О. пропонують таку класифікацію електоральних технологій за різними ознаками: — за відношенням до виборчої системи; — за масштабами; — за характером мотивації; — за територіальною основою; — за етапами застосування; — за сферами застосування; — за рівнем впровадження.

Із зазначеного вище можна зробити висновок, що сукупність світових політичних технологій є дуже багатоманітною, але на вітчизняному політичному ринку представлена лише їхня мала сукупність, що не потребує високого рівня фахівців-виконавців, оскільки досить сумною тенденцією є недовіра до власне вітчизняних політологів та політтехнологів. У політичному світі країни домінує традиція найму закордонних фахівців, що хоча й є більш досвідченими, ніж українські, але у багатьох випадках

не знають, а тому й не відчують вітчизняної специфіки. Це призводить до того, що в Україні розвивається лише теоретична галузь політичних наук, тоді як прикладна перебуває у порочному колі — теперішні фахівці майже не мають власне практичного досвіду масштабного застосування своїх знань та навичок, і, тому, не можуть їх відшліфувати, доробляти та створювати нові концептуальні напрями, що враховують специфіку вітчизняних соціально-політичних взаємодій. У результаті цього, навчаючи своїх спадкоємців, вони передають більш теоретичні, ніж практичні знання про політичну сферу, призводячи до поступової втрати небагатьох напрацьованих знань [17, с. 202- 206].

Участь у політичному житті громадян є невід’ємною умовою функціонування демократії, яка неможлива без активної участі населення в політичному, соціальному, культурному й економічному житті країни.

Електоральні технології покликані забезпечити передачу владних повноважень представникам певних груп громадянського суспільства шляхом виборів. У результаті цілеспрямованої політичної діяльності досягається результат: для держави — забезпечення правових норм при організації і проведенні виборчої кампанії, для суспільства — найбільш повна реалізація соціальних функцій виборів, для кандидатів — одержати в рівній боротьбі з політичними конкурентами право представляти інтереси жителів свого округу в державних органах. При цьому політичні сили, що використовують виборчі технології, не можуть не враховувати об’єктивних умов виборчого процесу — правового простору, практики виборчих кампаній, національно-політичних традицій, організаційних і матеріальних можливостей держави [8, с. 342 — 366]. Слід зазначити, що прискорення темпів суспільного розвитку призводить до ускладнення процедури політичних виборів: випадковість починає відігравати в них досить значну роль. Саме для пом’якшення таких негативних моментів у світовій політичній практиці давно застосовуються виборчі технології як метод підготовки, організації і проведення виборчих кампаній, які є складовою політичного маркетингу.

Український політик М. Томенко електоральні технології розглядає як «механізми й інструменти впливу на громадську думку та настрої громадян під час проведення виборчої кампанії». А. Пойченко розглядає політичний маркетинг як «сукупність методів і засобів цілеспрямованого впливу на різні соціальні групи того чи іншого суб’єкта політики з метою донести до них вигідну про себе інформацію у найбільш доступній формі і по найбільш ефективних каналах її трансляції. Він вимагає відповідних 105 засобів впровадження і донесення до населення привабливого іміджу політика». Це визначення конкретизує Д. Видрін, який розкриває поняття політичного маркетингу стосовно політичного лідера наступним чином: «Політичний маркетинг — це, насамперед, зважене, коректне й цілеспрямоване виявлення, підкреслення та демонстрація різним соціальним і

національним групам виборців саме тих реальних якостей і переваг претендента на лідерство, до яких ці групи виявляють особливу зацікавленість» [13]. Найбільш повне й чітке визначення, на нашу думку, дає В. Бебик, який під поняттям «політичний маркетинг» розуміє: — дослідження політичних структур, політичної культури, банку лідерів і суспільної свідомості з метою виявлення соціальних та соціопсихологічних настановлень електорату, політичної та правлячої еліт; — регулювання правовими, адміністративними та іншими заходами політичних відносин у процесі функціонування політичної сфери суспільства (насамперед, вибір норм представництва та процедур обрання виборних органів влади); — розробку відповідних іміджів тим чи іншим політичним, державним та іншим інститутам, ідеям, доктринам, окремим лідерам, особистостям тощо; — систему заходів з впровадження в суспільну свідомість відповідних корективів і поправок стосовно тих чи інших об'єктів і суб'єктів політики тощо.

М. Малишевський у книзі «Технологія і організація виборів» пише: «Сучасні технології проведення виборчих кампаній можна визначити як сукупність найбільш загальних заходів і дій, порядок і принципи застосування яких регламентуються умовами відповідної виборчої кампанії, а самі вони завжди унікальні, тому що залежать не тільки від специфіки та особливостей виборчого округу, а й від особистісних характеристик кандидатів та їхніх команд, які беруть участь у виборчому процесі» [6, с. 54 — 86].

За оволодіння владою, яка співвідноситься з тою чи іншою позицією, ведеться гостра політична боротьба, і вибори стають ареною цього протиборства. І чим важливіша в політичній стратифікації владна позиція, тим більш жорстке суперництво характеризує виборчу кампанію. По мірі поширення демократичних інститутів у всьому світі зростає значення інституту виборів, теоретичні та практичні аспекти яких вивчає політичний маркетинг.

В цьому контексті треба мати на увазі те, що політичний маркетинг є поширеним у світ явищем, і тут особливо очевидні універсальні принципи, методи, технології, прийоми. Але, як зауважує А. Ковлер, у цій сфері необхідно враховувати національні особливості, оскільки кандидати в депутати та організатори виборчих кампаній мають справу з людським матеріалом, реальними виборцями, з їх історичною пам'яттю, культурними, релігійними і мовними відмінностями. Саме тому мистецтво політичного маркетингу потребує делікатного поєднання універсального і національного, новацій і традицій [5, с. 122 — 126].

За масштабами в Україні необхідно розрізняти: — технологію проведення референдуму загальнонаціонального значення; — технологію виборчої кампанії з виборів Президента України; — технологію виборчої кампанії з виборів до Верховної Ради України; — технологію виборчої кампанії з виборів депутатів сільських, селищних, міських, районних у містах, районних,

обласних рад; — технологію виборчої кампанії з виборів сільських, селищних, міських голів; — технологію проведення місцевих референдумів.

Залежно від того, яку мету у виборчій кампанії ставлять перед собою кандидати і партії, електоральні технології можна розрізняти таким чином: мета кампанії — участь, а не перемога; мета кампанії — досягнення часткової, відносної, повної чи абсолютної перемоги [17, с. 212 — 216].

Як зауважує О. Петров, електоральні технології, в залежності від ступеня включеності в управлінські процеси, поділяються на два типи: дослідницькі виборчі технології та регулюючі виборчі технології.

Окремо можна виділити «антитехнології», або «брудні» технології, які спрямовуються на досягнення приватного чи швидкого результату без уваги на загальні й довготермінові наслідки. До «брудних» технологій відносять: висування двох-трьох кандидатів під одним прізвиськом в одному окрузі, підкуп виборців чи збирання бюлетенів у тих, хто іде голосувати, з виплатою їм грошей, заміна бюлетенів, перестановка результатів голосування, псування бюлетенів, випуск «липових» номерів відомих газет, застосування соціологічного опитування з метою дезінформації, поширення неправдивої інформації за день-два до виборів тощо [17, с. 220 — 223].

Такі технології часто застосовуються комплексно, взаємодоповнюючи і навіть дублюючи одна одну. Виборча кампанія — це зусилля, що здійснюються протягом визначеного законом часу з метою мобілізації підтримки виборцями кандидата, партії і спрямовані на успіх у день виборів. Головне завдання — об'єктивно оцінити можливості кандидата, зробити правильний вибір і ефективно використати наявні ресурси. А основні ресурси — це час, кошти і люди, які допомагають організувати виборчий процес, їх творчі можливості. Отже електоральні технології — це сукупність засобів і методів виборювання, оновлення та утримання політичної влади в демократичному суспільстві, які спираються на механізми взаємодії різних соціальних груп, соціальних інститутів громадянського суспільства з урахуванням правових, політичних, матеріальних, духовних та інших чинників з метою стабілізації суспільно-політичної ситуації в країні, рекрутування нової політичної еліти, легітимації влади, реалізації волі більшості на управління країною [14, с. 103 — 107].

Ефективність електоральних технологій в умовах сучасної України залежить від наявності: команди професіоналів; матеріально-фінансових ресурсів; організаційної структури; доступу до засобів масової інформації, особливо електронних; підтримки впливових людей; морально-вольових якостей політичного лідера.

Щоб вибори відбувалися згідно з демократичними принципами в межах чинного законодавства й могли повною мірою виконувати свої соціально-політичні функції, необхідні певні організаційно-правові умови, що забезпечуються державою та спеціальними державно-громадськими

органами — виборчими комісіями. Правовою основою для проведення виборів є виборче законодавство. Воно визначає права й обов'язки всіх, хто бере участь у виборчому процесі та створює нормативну базу демократичних виборів. Для демократичних держав основою виборчого законодавства є міжнародні норми демократичних виборів [6]. На сьогодні організація і проведення виборчих кампаній є сферою діяльності професіоналів — людей, які спеціалізуються на виборчих технологіях і володіють відповідними знаннями та вміннями. І якщо термін «електоральні технології» можна вважати вже усталеним, то щодо назви професії спеціалістів у цій сфері такого сказати не можна. Їх називають політичними технологами, політичними консультантами, електоральними менеджерами. Самі ж фахівці особливо використовують термін «політичний консультант», зазначаючи, що консультант — це не професія, а роль яку відіграє в команді професіонал, або ж відзначають відмінності в ступені відповідальності між технологом і консультантом [6].

Отже, з огляду на сказане, політики і політтехнологи мають пристосуватися до нового типу електорату, коли кожен виборець буде розглядатися окремо, як індивід. Вийти на якісно новий рівень відносин між політиком і виборцем дозволяє опрацювання інформації, яка надходить безпосередньо від клієнтів у вигляді опитувань, висловлених побажань тощо. В результаті належного використання інформації, отриманої від виборців (коректний збір, опрацювання тощо), у політтехнолога з'являється реальна можливість індивідуальної роботи з виборцем — виступаючи перед аудиторією, адресуватися саме до тих проблем, що її хвилюють, підвищується точність у визначенні кількості прихильників на певній території, з'ясовуються проблемні питання, вирішення яких є критичним для залучення тих, хто ще не визначився з вибором, збільшується ймовірність перевербування «чужого» виборця, якщо пропонується кращий план розв'язання нагальної проблеми.

У процесі аналізу електоральних технологій виокремлюють кілька універсальних принципів. Ідеальної виборчої системи не існує. Будь-яка система має конкретні вади та переваги, причому, в залежності від ситуації, ці позитивні та негативні характеристики можуть змінювати свій вектор [14 с. 156].

Одна і та ж система може діяти по-різному в різних політичних культурах і в різних ситуаціях. Немає такої послідовності подій, які з логічною неминучістю наставали б у результаті застосування тієї чи іншої системи незалежно від часу і місця дії. Але правильне і зворотне: до схожих результатів в одній і тій же країні може призводити дія абсолютно різних виборчих систем, які сприймаються іноді навіть як альтернативні та взаємовиключні. Трапляються ситуації, коли політичний підсумок виборів взагалі не залежить від виборчої системи. За інших рівних умов, без нагальної

необхідності краще не змінювати чинну систему, тому що інерція сама по собі є позитивним чинником, хоча у випадку крайньої і явної необхідності саме радикальна зміна виборчої системи може виявитися корисною.

Висновки

Виборча система є однією з найважливіших складових сучасних політичних систем. У кожній країні вони створюються під впливом багатьох різних чинників — специфічних ознак політичної культури, історичних традицій, правових норм, етнічного та конфесійного складу виборців тощо.

Особливо слід підкреслити те, що, на відміну від країн усталеної демократії, у нових демократичних країнах, у тому числі й в Україні, значну роль у ході виборів відіграють додаткові стосовно електоральної формули формальні і неформальні інститути, такі, зокрема, як можливість використання адміністративного ресурсу, прямого та прихованого підкупу виборців, фальсифікації на виборах, характер партійного фінансування, підконтрольні ЗМІ тощо. Всі ці фактори можуть значно впливати як на результати виборів, так і на характер міжпартійної конкуренції, причому навіть незалежно від формально закріплених у законодавстві основних принципів виборчих перегонів. На практиці, як свідчить український досвід, законодавство про вибори, яке є результатом політичних компромісів, часто існує відособлено від реального виборчого процесу, створюючи хіба що видимість його законності.

Підсумовуючи вищевикладене, маємо підкреслити, що політичні вибори припускають відповідні технології діяльності, які завжди динамічні й потребують змін. Вивчення електоральних технологій становить відповідний вклад в їх розвиток на тлі українського державотворення. Осмислення змісту і типології політичних електоральних технологій на сучасному етапі — важлива потреба вдосконалення та підвищення ефективності політичної влади й державного управління. Подальші дослідження у цій галузі можна спрямувати на вдосконалення методології електоральних технологій та оптимізації виборчих процесів, аналіз технологій виборчої кампанії, рівні залучення партій до організації виборчого процесу тощо.

Список посилань:

1. Баранівський В. Ф. Політологія: Підручник Київ: Національна академія управління, 2016 р. 236 с.
2. Виборчі системи з відкритими списками: в пошуках оптимальної моделі для України / [Д. Ковриженко та ін.]. Київ: IFES, 2017. 71с.
3. Воронянський О.В., Кулішенко Т. Ю., Скубій І. В. Політологія: Підручник. Харків: ХНТУСГ імені Петра Василенка, 2017 р. 180 с.
4. Городок М.Д., Карташов А.В., Романенко Є.О., Стасюк В.Ю. Перемога на виборах: технології, кампанії, принципи: практичний посібник. Київ, 2016. 264 с.

5. Локтіонова Д. А. Електоральна поведінка громадян Південного регіону України в контексті виборчих систем: автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02. Одеса, 2013. 19 с.

6. Лужикова Є. О. Міжнародні виборчі стандарти формування системи публічного управління в Україні: автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр.: 25.00.02. Київ, 2018. 20 с.

7. Мельник І. В. Електоральна участь громадян України та Федеративної Республіки Німеччини (1990–2013 рр.): автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02 Чернівці, 2014. 20 с.

8. Мохончук Б. С. Виборчі системи: порівняльно-правове дослідження. Харків: Юрайт, 2021. 302 с.

9. Мохончук Б., Романюк П., Цуркан М. Огляд судової практики з розгляду спорів щодо виборів та виборчих правопорушень в Україні: за результатами президентських та парламентських виборів 2019 року. Київ: АК-ГРУП, 2020. 146 с.

10. Прасюк О. В. Електоральна громадська думка в Україні: проблеми поставання та виявлення: автореф. дис. ... канд. соц. наук: 22.00.04. Київ, 2015. 19 с.

11. Рада Європи. Медіа та вибори: зб. док. Ради Європи. Київ: К. І. С., 2019. 121 с.

12. Романюк А., Шведа Ю. Партії та електоральна політика. Львів: ЦПД «Астролябія», 2005. 348 с.

13. Старовойтенко Р. В. Основні чинники формування електорального вибору Політологічний вісник. 2002. № 10. С. 181.

14. Томахів В. Політологія, Навч. посібник. Терношль: ТНЕУ, 2018 р. 244 с.

References:

1. Baranivskiy V.F. (2016). Political Science: Textbook. Kyiv: National Academy of Management, 236 p. [in Ukrainian].

2. Electoral systems with open lists: in search of the optimal model for Ukraine (2017). [D. Kovryzhenko and others]. Kyiv: IFES, 71 p. [in Ukrainian].

3. Voronyansky, O.V., Kulishenko, T.Yu. & Skubiy I.V. (2017). Political Science: Textbook. Kharkiv: KhNTUSG named after Petro Vasylenko, 180 p. [in Ukrainian].

4. Horodok, M.D., Kartashov, A.V., Romanenko, E.O. & Stasyuk, V.Yu. (2016). Victory in elections: technologies, campaigns, principles: a practical guide. Kyiv, 264 p. [in Ukrainian].

5. Loktionova, D.A. (2013). Electoral behavior of citizens of the Southern region of Ukraine in the context of electoral systems: autoref. thesis... candidate flight. Sciences: 23.00.02. Odesa, 19 p. [in Ukrainian].

6. Luzhikova, E.O. International election standards for the formation of the system of public administration in Ukraine: autoref. thesis... candidate sciences from state example: 25.00.02. Kyiv, 2018. 20 p. [in Ukrainian].
7. Melnyk, I.V. (2014). Electoral participation of citizens of Ukraine and the Federal Republic of Germany (1990–2013): autoref. thesis... candidate flight. Sciences: 23.00.02 Chernivtsi, 20 p.
8. Mohonchuk, B.S. (2021). Electoral systems: a comparative legal study. Kharkiv, 302 p. [in Ukrainian].
9. Mohonchuk, B., Romanyuk, P. & Tsurkan, V (2020). Review of judicial practice in the consideration of disputes regarding elections and election offenses in Ukraine: based on the results of the 2019 presidential and parliamentary elections. Kyiv: AK-GRUP, 146 p. [in Ukrainian].
10. Prasyuk, O.V. (2015). Electoral public opinion in Ukraine: problems of formation and detection: autoref. thesis... candidate social Sciences: 22.00.04. Kyiv, 19 p. [in Ukrainian].
11. Council of Europe. (2019). Media and elections: coll. dock. Council of Europe. Kyiv: K. I. S., 121 p. [in Ukrainian].
12. Romaniuk, A. & Shveda, Y. (2005). Parties and electoral politics. Lviv: TsPD «Astrolabia», 348 p. [in Ukrainian].
13. Starovoytenko R.V. (2002). The main factors of the formation of electoral choice Politologichn. Release, 10, p. 181. [in Ukrainian].
14. Tomakhiv, V. (2018). Political science, Education. Manual. View. i. e., supplemented. Ternopil: TNEU, 244 p. [in Ukrainian].

Mariia Hurytska

Kyiv Taras Shevchenko National University (Kyiv, Ukraine)

<https://orcid.org/0000-0002-2054-0405>

e-mail: racta@ukr.net

Volodymyr Rykhlik

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman (Kyiv, Ukraine)

<https://orcid.org/0000-0003-3181-0789>

e-mail: rychlick@ukr.net

VARIETIES OF ELECTORAL TECHNOLOGIES IN UKRAINE

Abstract

The article analyzes the meaning of the concept of «electoral technologies», modern approaches to its interpretation, the classification of electoral technologies according to various characteristics, the principles of democratic elections and the effectiveness of electoral technologies in modern Ukraine.

To focus attention on the varieties of electoral technologies, the analysis of modern approaches, the research aims to represent the principles of democratic elections and the effectiveness of electoral technologies in Ukraine. The methodological basis of the study was the dialectical method, which made it possible to identify and learn electoral technologies as a legal phenomenon. In addition, during the research, formal-logical techniques were used (logical methods of analysis and synthesis were used during the identification of features and definition of the concept of electoral technologies, as well as their classification, modeling and abstraction techniques — during the development of practically possible proposals for improving the electoral process), systemic (allowed to systematize and classify electoral technologies, as well as regulate the use of illegal electoral technologies).

Scientific novelty. It is proposed to classify electoral technologies according to various features and criteria based on the experience of modern Ukraine.

Conclusions. Political elections presuppose appropriate technologies of activity, which are always dynamic and in need of change. The study of

electoral technologies is a relevant contribution to their development against the background of Ukrainian state formation. Understanding the content and typology of political electoral technologies at the current stage is an important need to improve and increase the efficiency of political power and state administration. Further research in this field can be focused on improving the methodology of electoral technologies and optimizing election processes, analysis of election campaign technologies, and the level of involvement of parties in the organization of the election process.

Keywords: voters, election campaign, election process public opinion, electoral behavior, electoral technologies, electorate, political marketing, political technologies, electoral technologies.

Стаття надійшла до редакції 20.02.22

© Гурицька М. С., Рихлік В. А. 2022