

МІЖНАРОДНИЙ РЕСПУБЛІКАНСЬКИЙ ІНСТИТУТ

АБЕТКА МОЛОДОГО ПОЛІТИКА

Матеріали для практичного використання



Видання цього посібника стало можливим завдяки підтримці Департаменту розвитку демократії врегулювання конфліктів та гуманітарної допомоги Агентства США з міжнародного розвитку, відповідно до угоди № 121-A-00-01-00016-00/8063.1.

Точка зору авторів, яка відображена в цьому виданні, може не співпадати з точкою зору Агентства США з міжнародного розвитку.

Третє видання

Посібник підготовлений в рамках проекту „Українська школа молодого політика”, який реалізується Житомирським обласним центром молодіжних ініціатив спільно з Чернігівською молодіжною організацією „Молодь - XXI століття” та Харківським міським молодіжним об’єднанням „Східно-Український Фонд розвитку демократії” за підтримки Міжнародного республіканського інституту (США).



**Міжнародний
Республіканський
Інститут**



**Житомирський
Обласний Центр
Молодіжних Ініціатив**



**„Молодь -
XXI століття”**

**СХІДНО-
УКРАЇНСЬКИЙ
ФОНД РОЗВИТКУ
ДЕМОКРАТІЇ**

Метою реалізації проекту є підвищення рівня політичної освіти та створення практичних умов засвоєння основ демократичних політичних стандартів для молодих активістів політичних партій та молодіжних організацій України.

Редакційна колегія та упорядники збірника:

**Геращенко А.Ю., Городок М.Д., Карташов А.В.,
Маркевич Я.В., Овчарук А.Г., Плоский К.В., Спугай О.М.,
Стах В.М., Радчук В.С., Храбан О.Л., Шелковий Ю.В.**

Книга „Абетка молодого політика” є навчальним посібником, підготовленим авторським колективом викладачів школи для слухачів курсу, який безумовно виявиться корисним для молодих активістів політичних партій та молодіжних організацій України, студентів політологічних та юридичних факультетів вищих навчальних закладів, а також усім, хто цікавиться політикою та розпочинає активне політичне життя.

© Міжнародний Республіканський Інститут, 2005
© Автори видання, 2005

Зміст

| | |
|---|------------|
| ЗМІСТ | 3 |
| ПЕРЕДМОВА | 5 |
| РОЗДІЛ I. ВВЕДЕННЯ У ПОЛІТИКУ | 6 |
| Поняття „політика” | 6 |
| Політична влада і політична система | 9 |
| Політична система України | 14 |
| Держава як політичний суб’єкт | 16 |
| Поняття „громадянське суспільство” | 16 |
| Політичні організації | 17 |
| Політичні та правлячі сили | 30 |
| Політичні інтереси | 31 |
| Політичні рішення та технології їх прийняття | 33 |
| Політичні ресурси, засоби та технології | 36 |
| Політичний простір | 39 |
| Політичний ризик | 41 |
| Політична реакція | 41 |
| Політична культура | 42 |
| Політична свідомість | 45 |
| Форми держав | 47 |
| РОЗДІЛ II. ДЕРЖАВНА ВЛАДА У ДЕМОКРАТИЧНОМУ СУСПІЛЬСТВІ | 59 |
| Поняття „демократія” та „демократія парламентська” | 59 |
| Держава як соціальне явище | 61 |
| Правова держава | 64 |
| Інститут делегування повноважень: децентралізація та деконцентрація | 67 |
| Особливості інститутів глави держави, парламентського, урядового і правосуддя в Україні | 69 |
| <i>Верховна Рада України</i> | 70 |
| <i>Президент України</i> | 77 |
| <i>Кабінет Міністрів України. Центральні органи виконавчої влади. Місцеві державні адміністрації</i> | 81 |
| <i>Судова система і статус прокуратури в Україні</i> | 85 |
| РОЗДІЛ III. ЕФЕКТИВНІ ЗАСОБИ ВПЛИВУ ГРОМАДСЬКОСТІ НА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ОРГАНАМИ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ | 103 |
| Звернення громадян як вплив громадськості на публічні органи влади | 103 |
| Форми прямої демократії | 109 |
| Референдум і плебісцит як форми народного волевиявлення | 110 |
| Громадський контроль: реальність і перспектива | 112 |
| Публічний протест | 117 |
| Лобювання як соціальне явище | 121 |
| РОЗДІЛ IV. ПОЛІТИЧНІ ПАРТІЇ ТА ВИБОРИ | 135 |
| Роль партій у демократичному суспільстві | 135 |
| Поняття виборів. Становлення інституту виборів в Україні. Види виборів та виборчих систем | 141 |
| Виборчий процес та відповідальність за порушення виборчого законодавства | 152 |
| РОЗДІЛ V. ПІДГОТОВКА УСПІШНОЇ ВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ | 164 |
| Інформаційно-аналітична робота при підготовці виборчої кампанії | 164 |
| <i>Вивчення округу</i> | 165 |
| <i>Поняття „стратегія” та „тактика”</i> | 168 |
| <i>Розробка ”меседжа”</i> | 174 |
| <i>Планування виборчої кампанії</i> | 178 |
| <i>Штатний персонал виборчої кампанії та робота з волонтерами</i> | 186 |
| <i>Фінансування виборчої кампанії</i> | 196 |
| Особливості ведення виборчої кампанії в Україні | 201 |
| РОЗДІЛ VI. ОСНОВИ ПОЛІТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ | 210 |
| Зміст і складові організації політичного маркетингу | 210 |
| Фокус-група як метод поглибленого маркетингового дослідження. Політико-інженерна діяльність | 212 |
| Управління PR-процесом | 214 |
| Методи роботи з виборцями | 216 |

| | |
|---|------------|
| РОЗДІЛ VII. ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ І ВИБОРИ..... | 221 |
| Чому важливо співпрацювати із ЗМІ? | 221 |
| Функції та класифікація засобів масової інформації | 222 |
| Класифікація засобів масової інформації..... | 224 |
| Основні медіа-техніки та інструменти MASS MEDIA RELATIONS..... | 232 |
| Моніторинг засобів масової інформації | 243 |
| РОЗДІЛ VIII. ПІДГОТОВКА КАНДИДАТА ДО ВИБОРІВ..... | 245 |
| Поняття політичного лідерства | 245 |
| Підбір і висування кандидата | 251 |
| Формування позитивного іміджу | 260 |
| РОЗДІЛ IX. ДЕЯКІ ЕФЕКТИВНІ МЕТОДИ ЗБОРУ, ОБРОБКИ, СТРУКТУРУВАННЯ, АНАЛІЗУ ТА КОНСОЛІДАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ ПІД ЧАС ВИБОРІВ | 268 |
| Політичний аналіз..... | 269 |
| Програма соціологічного дослідження..... | 270 |
| Методи соціологічних досліджень..... | 275 |
| Політичне прогнозування | 280 |
| Виборче прогнозування “EXIT-ROLL” | 290 |
| РОЗДІЛ X. ПРАВОВІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОВЕДЕННЯ ВИБОРІВ..... | 296 |
| Правові основи діяльності членів дільничних виборчих комісій | 297 |
| Діяльність офіційних спостерігачів під час виборів | 314 |
| Офіційні спостерігачі від іноземних держав і міжнародних організацій | 317 |
| ДОДАТКИ..... | 320 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ | 338 |

ПЕРЕДМОВА

Обрання Україною незалежності і відмова від командно-адміністративної системи державного управління вимагає від Української держави побудови нових політико-адміністративних відносин заснованих на демократичних засадах.

Сучасна соціально-політична ситуація в Україні потребує корінного перегляду традиційних поглядів на роль молоді в українській політиці. Можна зробити висновок, що неефективна система державного управління призвела до різкого зниження економічного рівня життя громадян нашої держави. В першу чергу, це пов'язано з тим, що формування української еліти проходило на основі старих радянських бюрократичних кадрів, які вже давно вичерпали свій ресурс і гальмують розвиток української демократичної і правової держави.

Під супровід невиконання обіцянок та гучних гасел в даний момент країна продовжує переживати суспільно-економічну кризу. Успішне подолання негативних явищ у політиці, за умови подальшого перебування на державних посадах всіх рівнів діючих керівних кадрів, в найближчий час неможливе. У зв'язку з цим в Україні може зберегтися тенденція подальшого зниження рівня правової та політичної культури.

Прийшов час змінювати ситуацію. Проект „Українська школа молодого політика” націлений, в першу чергу, на виховання нової молодого політичної еліти яка поступово замінить старих „апаратчиків”.

Книга „Абетка молодого політика” є навчальним посібником, підготовленим авторським колективом викладачів школи для слухачів курсу, рекомендується всім, хто розпочинає активне політичне життя.

Олександр Спутай

Керівник громадських програм Міжнародного Республіканського Інституту

РОЗДІЛ I. Введення у політику

Поняття „політика”

Політика (від грец. - державні і суспільні справи) - організаційна, регулятивна і контрольна сфера суспільства, в межах якої здійснюється соціальна діяльність, спрямована головним чином на досягнення, утримання й реалізацію влади індивідами й соціальними групами задля здійснення власних запитів і потреб.

Термін “політика” поширився під впливом однойменного трактату Арістотеля, змістом якого є узагальнення проблем розвитку давньогрецьких держав - полісів, правлінь та урядів.

Суб'єктами *політики* є індивід, мала соціальна чи професійна група, нація, клас, еліта та інші соціальні спільноти. В інституційному плані - це соціальні інститути, групи інтересів, політичні рухи, профспілки, партії, держави та їх союзи.

Підвищена складність, змістовна насиченість, поліваріантність вияву проблем політичного життя призвели до виділення кількох трактувань *політики*:

- 1) *політика* є результатом спілкування, взаємодії людей, вирішення ними спільних справ, визначення позиції стосовно центрів влади. Конкретними виявами її можуть бути явища узгодженості, підпорядкування, панування, конфлікту, боротьби між окремими людьми, соціальними групами і державами. У руслі такого трактування виникла теорія класової боротьби (К.Маркс, В.Ленін), теорія конфліктної природи П. (Ж.Френд, К.Шміт);
- 2) *політика* є синонімом інших політичних явищ, насамперед влади, панування, держави, які утворюють єдиний змістовно-термінологічний ряд, мають приблизно однакові джерела, ресурси, потенціали, засоби, символіку і можуть використовуватися як аналоги при дослідженні складних суспільних явищ;
- 3) функціональне пояснення *політики*, в основу якого покладено наявність “вічних” проблем еволюції людства: визначення і спроби вирішення загальних проблем, підтримання порядку, управління, збереження внутрішнього і зовнішнього миру, а також існування їх антиподів - підготовки і ведення війн, застосування насильства у внутрішній *політиці*, контролю суспільства і окремої особистості тощо.

Узагальнення різних змістовних трактувань *політики* дозволяє виділити її *функції*:

- всеосяжної організації суспільних явищ;
- виразу провідних інтересів існуючих груп і прошарків суспільства;
- регулятивно-контрольного впливу на життя, діяльність, стосунки людей, соціальних груп, класів, націй, народів, країн;

- раціоналізації виникаючих суперечностей між соціальними групами, їх цивілізованого вирішення через діалог громадян і держави;
- інтеграції різних прошарків населення за рахунок їх підпорядкування інтересам цілого;
- соціалізації особистості через її включення в складний світ соціальних стосунків;
- спадкоємності й інноваційності соціального розвитку як суспільства загалом, так і окремої людини.

Така всеохоплююча роль *політики* зумовлена такими її *властивостями*:

- *універсальністю*, здатністю впливати практично на всі елементи суспільства, на події і стосунки різного рівня (від особистісного до міждержавного);
- *інклюзивністю*, тобто здатністю необмеженого проникнення в різні суспільні сфери, в тому числі і в новітні породження соціального прогресу;
- *атрибутивністю* - можливістю сполучення, поєднання з неполітичними стосунками, явищами, феноменами сучасного суспільства.

Об'єктивація зазначених властивостей призвела до утворення нових знань, стосунків, принципів управління і впливу на суспільство: політичної філософії, політичної ідеології, економії, культури, моралі, істини та іншого.

Основні *види політики*:

- внутрішня;
- зовнішня;
- світова.

Основні *напрямки політики*:

- економічна;
- соціальна;
- національна;
- демографічна;
- аграрна;
- культурна;
- технічна;
- екологічна;
- воєнна;
- геополітика та інші.

До провідних структурних ланок *політики* належать:

- *політичні відносини*, які є виразниками стійкого характеру взаємозв'язків соціальних груп між собою й інститутами влади, які демонструють домінування у суспільстві перманентної боротьби за політичне панування чи кооперованих

зусиль усіх прошарків з метою оптимального використання матеріальних і духовних можливостей країни, кризовості чи стабільності, громадянського миру чи війни;

- *політична свідомість*, яка виражає принципову залежність політичного життя від усвідомленого ставлення людей до своїх найбільш значущих інтересів, реалізація яких неможлива без застосування владних важелів; рівень політичної свідомості визначає рівень інституалізації політичних поглядів та ідеалів, цілей і програм, норм та установлень у поведінці людей, органів влади і самоуправління;
- *політична організація*, яка характеризує роль інститутів публічної влади як центрів управління і регулювання суспільних процесів. Сукупність органів законодавчої, виконавчої, судової влади, партійних і суспільно-політичних інститутів, груп тиску та інших складає організаційну основу *політики*. Наявність і взаємодія вищезазначених структурних елементів надає *політиці* внутрішньої цілісності, наділяє її постійним джерелом саморозвитку.

Природа політики глибоко пов'язана з економічною сферою суспільства, економічними (базисними) відносинами й інтересами. Діалектика взаємовпливу *політики* і економіки призводить до того, що економічна діяльність набуває політичного змісту, а політична поведінка і діяльність трансформуються в економічні, або ж, як мінімум, отримують економічну складову свого комплексного прояву. Актуалізація діалектики *політики* й економіки в кожному конкретному суспільстві призводить до виникнення *економічної, фінансової, соціальної, демографічної політики держави*, її втручання в економіку, участі в процесах виробництва і розподілу, опори на економічну сферу при виробленні орієнтирів зовнішньо- і внутрішньополітичної поведінки. Значною мірою *політика* пов'язана також із сферою культури, яка визначає культурний зміст *політики*, її зв'язок з історією, моральністю, гуманістичними засадами суспільства, ідеологічними процесами, релігійними чинниками, науковим потенціалом країни.

Сучасний рівень розвитку світового співтовариства ставить питання про визначення кордонів, меж розвитку і впливу *політики*, в тому числі і допустимого простору її тиску на інші суспільні утворення. Нехтування такими кордонами стимулює розвиток негативних соціально-політичних явищ: надмірної ідеологізації, політизації неполітичних і неідеологізованих сфер діяльності, поведінки, свідомості, що призводить до створення вакууму суспільних регуляцій і регресивного варіанта політичної еволюції.

Правова політика - політика держави, спрямована на забезпечення прав і свобод громадян, законності і правопорядку у суспільних відносинах.

Метою даної політики в Україні є побудова демократичної, соціальної, правової держави. На даному етапі ця політика здійснюється насамперед шляхом реформування всієї

правової системи, оновлення практично всіх галузей законодавства, його кодифікації і систематизації.

Відповідно до ст. 9 Конституції України ратифіковані міжнародні нормативно-правові акти Верховною Радою України стають внутрішніми законами нашої країни.

Іншим вагомим напрямом *правової політики* є вдосконалення організаційно-правового механізму забезпечення законності і правопорядку. На це, зокрема, спрямована реформа судової системи, програма боротьби зі злочинністю і правопорушеннями, комплекс заходів щодо поліпшення структури, форм і методів діяльності правоохоронних органів. Ще одним складовим елементом *правової політики* є підвищення правосвідомості і правової культури громадян. До засобів досягнення цієї мети відносяться правовий всеобуч, забезпечення всіх громадян правовою інформацією, підготовка і перепідготовка юридичних кадрів, розширення правознавчих наукових досліджень тощо.

Політична влада і політична система

Влада – здатність і можливість чинити вирішальний вплив на діяльність, поведінку людей за допомогою певних засобів, зокрема авторитету, права, насильства.

Влада наявна скрізь, де є усталені об'єднання: у сім'ї, виробничих колективах, різних організаціях і закладах, у державі. Влада, як засіб соціального спілкування, дозволяє регулювати групові конфлікти і забезпечувати інтеграцію суспільства.

Безпосередніми носіями влади є суб'єкт і об'єкт. Суб'єкт – активне, спрямовуюче начало. Ним може бути окрема людина, організація, спільність людей (народ) або навіть світове співтовариство (ООН). Але якщо немає підлеглості, то немає і влади, тобто домінування суб'єкта над об'єктом. *Слід мати на увазі, що об'єкт владної волі завжди має вибір підкоритися або загинути, чи зазнати певних втрат, але не підкоритися.*

Межі влади, відношення суб'єкта до об'єкта влади, простягаються жорсткості опору, боротьби на знищення до добровільного, що сприймається з радістю чи ні, підкорення. *Влада - суб'єктивно-об'єктивні, об'єктивно-суб'єктивні відносини.*

Ресурси влади:

- *утилітарні* (матеріальні та інші соціальні блага, пов'язані з повсякденними інтересами людей: економічні ресурси, матеріальні цінності, земля, гроші, техніка і т.д.);
- *соціальні* (здатність підвищення або зниження соціального статусу або рангу, місця в соціальній стратифікації);
- *культурно-інформаційні* (знання та інформація, а також засоби їх здобуття та розповсюдження: інститути науки, освіти, засоби масової інформації і т.д.);
- *примусові* (зброя, інститути фізичного примусу і спеціально підготовлені для цього люди);

- *авторитетні* (довіра до суб'єкта влади, повага до нього, симпатія, позитивні очікування тощо);
- *нормативні* (засоби впливу на внутрішній світ людини, її ціннісні орієнтації і норми поведінки);
- *специфічні – демографічні ресурси* (самі люди).

Суспільна влада – влада за так званого первіснообщинного ладу, яка сформована за принципом виборності носіїв влади, справедливості, рівності всіх членів роду.

Аристократична влада – влада відокремлена від народу, яка зберігає забезпечення принципів справедливості, рівності всіх членів роду, відповідальність носіїв влади перед народом.

Публічна влада – відокремлена від народу, яка має спеціальний апарат примусу для забезпечення виконання своїх рішень.

Політична влада – здатність і можливість здійснювати визначальний вплив на політичну діяльність і політичну поведінку людей та їх об'єднань з допомогою будь-яких засобів - волі, авторитету, права, насильства;
- центральні, організаційні й регулятивно-контрольні засади політики.

Політична система (політико-правова система) – сукупність державних і недержавних політико-правових інститутів суспільства, упорядкована зв'язками між цими інститутами.

Політична система суспільства - інтегрована сукупність політичної влади, суб'єктів, відносин, політичних організацій і політичної культури суспільства, яка забезпечує його соціальну стабільність, соціальний порядок і яка має певну соціально-політичну орієнтацію.

Головним елементом політичної системи суспільства є *політична влада* - здатність, право і можливість політичних суб'єктів приймати рішення, здійснюючи вирішальний вплив на діяльність і майбутнє окремих людей та їх об'єднань (в тому числі й інституалізованих).

Форми реалізації влади: панування і координація, керівництво і організація, управління і контроль - від консенсусу до насильства, від демократії до тоталітаризму, від врахування особистісних і групових інтересів до психологічного тиску і фізичного терору, від апеляції на адресу релігійних і світових авторитетів до маніпулювання свідомістю і поведінкою індивідів.

До суб'єктів реалізації влади належать:

- *індивіди* - рядові громадяни, лідери політичних і суспільних об'єднань, держав та наддержавних інституцій;

- *соціальні спільноти* - класові, етнічні, професійні, демографічні, територіальні, виробничі, представники тіньової економіки, а також політична еліта в наявних варіантах її функціонування;

- *організації* – політичні партії, суспільні об'єднання громадян, а також їх формально неполітизовані спільноти і рухи, які періодично змушені займатися політичною діяльністю;

- держави, державно-адміністративні і державно-етнічні утворення, міждержавні об'єднання, які обґрунтовано кваліфікуються як найбільш активні і впливові політичні суб'єкти.

Найбільш динамічним елементом *політичної системи суспільства* є притаманні їй політичні відносини - взаємостосунки політичних суб'єктів з приводу набуття, використання і перерозподілу політичної влади.

Зміст політичних відносин визначається значною кількістю об'єктивних і суб'єктивних чинників.

Структуру політичних відносин складають їх “горизонтальні” і “вертикальні” складові, а також політичні принципи, норми і процедури.

Розрізняються політичні відносини співробітництва, компромісу, консенсусу, солідарності, суперництва, ворожнечі й конфлікту.

Політична організація суспільства - система інститутів, у межах яких відбувається його політичне життя.

Центральним елементом політичної організації суспільства є *держава*. Володіючи публічною владою, матеріальними ресурсами і апаратом примусу, вона:

- організує політичне, економічне, соціальне і духовне життя країни;
- встановлює статус інститутів *політичної системи суспільства* і юридичні рамки їх діяльності;
- забезпечує баланс інтересів класових, етнічних, професійних, демографічних та інших соціальних спільностей;
- захищає інтереси суспільства на міжнародній арені.

Вагомими елементами політичної організації є політичні партії, суспільні організації (професійні, творчі, оборонні, жіночі, молодіжні, ветеранські тощо), засоби масової інформації (періодичні видання, радіо, телебачення, преса, кіно, аудіо- і відеопродукція), які, маючи значні можливості впливу на суспільну свідомість, метафорично визначаються як “четверта влада”.

Помітну, а в деяких країнах вирішальну роль у політичній організації, відіграють релігійні організації, церква.

Загально визнаним структурним елементом *політичної системи суспільства* є політична культура - сукупний показник рівня, характеру і змісту політичних знань, оцінок, навичок та дій громадян. Змістовно її утворюють:

- рівень, характер і зміст політичних знань, поглядів, оцінок, установок;
- політичні цінності, традиції, звичаї, почуття, норми і стереотипи;
- політична ідеологія;
- політична свідомість;
- політичні інститути;
- політична поведінка, дії, активність у суспільно-політичному житті;
- політичні переконання;
- рівень розвиненості політичного життя, політичних відносин, політичного інформування громадян.

Політичну культуру конкретного суспільства доповнюють політичні субкультури, детерміновані соціально-етнічними, конфесійними, регіональними та іншими суб'єктивними відмінностями учасників політичного процесу.

Функції *політичної системи суспільства*:

- визначення мети, завдань, шляхів розвитку суспільства і розробка конкретних програм його діяльності;
- нормотворчість - формування юридичних, моральних та інших норм людського співіснування як в межах однієї країни, так і в міжнародному плані;
- організація діяльності суспільства по виконанню цілей, завдань і програм загального розвитку, соціально-політична легітимація яких досягнута на інтегративній основі;
- визначення і розподіл матеріальних і духовних цінностей у відповідності з інтересами і положенням соціальних спільностей;
- гармонізація, узгодження інтересів державних інститутів, соціальних груп і окремих індивідів з метою підтримання спокою, безпеки і достатніх темпів суспільного поступу;
- політична соціалізація членів суспільства, становлення і розвиток їх політичної свідомості і політичної поведінки;
- політична комунікація складових *політичної системи суспільства*, забезпечення стійкої і продуктивної взаємодії всіх її елементів, а також системи в цілому і середовища, в якому вона функціонує;
- духовно-ідеологічний вплив на політичну свідомість громадян з метою її формування на засадах адекватності сутності і завданням даної політичної системи або ж маніпулювання особистісною і груповою свідомістю;

- ствердження і всебічне зміцнення відповідного політичного режиму (устрою);
- забезпечення внутрішньої і зовнішньої безпеки суспільства у провідних сферах його життєдіяльності - економічній, політичній, соціальній, духовній, а також на міжнародній арені.

Типології політичних систем змушені враховувати значну кількість наукових підходів до сутності та структури *політичної системи суспільства*. Виділяють наступні *типи політичних систем*:

- консенсусні - інтегративні - общинні;
- відкриті - закриті;
- інструментальні - ідеологічні;
- традиційні (патріархальні)- змішані - сучасні;
- демократичні - авторитарні - тоталітарні;
- формаційні (рабовласницькі – феодалські - капіталістичні - соціалістичні - перехідні).

Еволюція *політичної системи суспільства* може бути досліджена як послідовна зміна станів рівноваги і кризи її підсистем і структур у довільній комбінації. Найбільш глибокі кризи пов'язані із змінами кардинальних, сутнісних параметрів функціонування системи (форми власності, економічні відносини, геостратегічні орієнтири) і можуть супроводжуватися революційними зрушеннями загальносуспільних і навіть надсуспільних (регіонального, блокового) масштабів.

Політико-правовий інститут – установа (організація), здатна приймати політичні рішення і втілювати їх у відповідні правові норми.

Політичне рішення – рішення, що впливає на процес здійснення державної влади.

Правова норма - загальнообов'язкове правило поведінки, формально визначене, установлене чи санкціоноване нормативно-правовим актом держави, виконання якого забезпечується, за необхідності, примусовою силою цієї держави.

Взаємозв'язок між правовими нормами, політичними рішеннями та їх детермінантами (економічними інтересами, соціальними прагненнями, національними почуттями, особистою волею до влади) проілюстровано у Додатку 1.

Основними політичними (політико-правовими) інститутами традиційно виступають *парламент, уряд, глава держави, суди та політичні партії (блоки політичних партій)*. Зважаючи на винятково важливий вплив таких інститутів, як органи місцевого самоврядування, засоби масової інформації на процес ухвалення політичних рішень, вони також включені до структурної схеми політико-правової системи (див. Додаток 2).

Звичайно, список інститутів, що впливають на функціонування політико-правової системи в цілому і на процес прийняття політичних рішень та правових норм, зокрема, цією

схемою не вичерпується. Профспілки, громадські організації, церква, окремі підприємства, банки і т.д., хоч і відіграють важливу роль у прийнятті правових норм, але за своєю природою не мають на меті політичні цілі як основні.

Не можуть бути елементами політико-правової системи і окремі громадяни, які в масі своїй політично не заангажовані і є суб'єктами політики лише під час виборів, референдумів, плебісцитів.

Політична система України

Політична система України - сукупність політичних відносин, правових і політичних норм, інститутів, ідей, пов'язаних із формуванням і здійсненням влади та управлінням суспільством в Україні.

Складовими елементами політичної системи України є:

- політичні відносини між суб'єктами (елементами) системи;
- політична діяльність;
- політична організація українського суспільства (політичні інститути);
- політична свідомість і політична культура українського суспільства;
- політичні і правові норми, закріплені в законах України;
- засоби масової інформації.

Незалежна Україна обрала демократичний тип політичної системи суспільства, що й визначено в Конституції (Основному законі) України. На сучасному етапі розвитку України відбувається активний процес формування нової політичної системи в нашій країні. Складовими елементами цього процесу є:

- утвердження принципів демократії та парламентаризму, політичного плюралізму;
- забезпечення прав і свобод громадян;
- поділ політичної влади на законодавчу, виконавчу та судову; запровадження інституту президентської влади;
- визнання засобів масової інформації важливим елементом політичної системи;
- формування системи самоврядування тощо.

Крім того, докорінних змін вимагає функціонування ринкової економіки в Україні. Політична система, перш за все її державні органи і профспілки, повинні доповнити ринкове саморегулювання системою законодавчих та інших заходів, спрямованих насамперед на забезпечення соціального захисту населення.

Утворення нової політичної системи в нашому суспільстві відбувається складно і суперечливо. Після серпня 1991 року почали складатися зовсім нові умови суспільного життя. Існуючі політичні інститути діяти ефективно були неспроможні, а нова політична

система, покликана через відповідні інститути здійснювати управління суспільством, виробляється повільно, суперечливо, а інколи невправно.

Враховуючи реалії та особливості суспільного життя, соціально-політичного процесу в Україні, необхідно чітко визначити і здійснювати наступні основні напрямки становлення і розвитку *політичної системи нашої країни*:

1. Подальший розвиток і вдосконалення політичних відносин шляхом відкриття максимального простору самоврядуванню суспільства на всіх рівнях його соціально-політичної організації, сприяння якнайповнішому вияву ініціативи громадян, представницьких органів влади, партій, об'єднань, рухів, трудових колективів.

2. Побудова дійсно демократичної, правової, соціальної держави з ефективно діючим парламентом, професіональним, висококваліфікованим, сильним урядом: незалежними судовими органами - тобто з чітким поділом влади на законодавчу, виконавчу і судову й розмежування їх функцій. Зміцнення законності й правопорядку, виключення можливості узурпації влади та зловживань нею, ефективна протидія бюрократизмові та формалізму.

3. Формування громадянського суспільства як сукупності вільних людей та їхніх самодіяльних організацій, політичних партій, рухів, профспілок, кооперативів, асоціацій, покликаних виражати й захищати індивідуальні та групові інтереси громадян, встановлювати й регулювати відповідні відносини з державою. Як основа демократичної політичної системи громадянське суспільство вносить в неї демократичні риси та якості, могутній дух вивільнення особи від державного диктату.

4. Зростання політичної свідомості та політичної культури суспільства й особи - як на теоретичному, так і на буденному рівнях. Це передбачає запровадження раціональної системи політичної освіти громадян, удосконалення повсякденного практичного політичного досвіду.

5. Забезпечення необхідних умов для вільного розвитку нації в цілому та кожного етносу зокрема, формування й зростання національної свідомості і самосвідомості, національної культури.

6. Вдосконалення діяльності засобів масової інформації, зміцнення їх ролі в регулюванні політичних відносин, управлінні суспільством, формуванні політичної свідомості, політичної культури суспільства й кожного громадянина, особливо в досягненні владно-політичної інтеграції українського суспільства.

7. Своєчасне самооновлення політичної системи України з урахуванням внутрішнього і міжнародного становища, тобто її постійна самоадаптація.

Держава як політичний суб'єкт

Держава – це особлива політична організація публічної влади, яка поширюється на певну, визначену міжнародними угодами територію, має суверенітет, власну систему органів управління і примусу, систему законодавства, а також здирає податки.

Р. С. Влада – поняття абстрактне; ототожнювати поняття “*влада*” і “*держава*” не вірно, оскільки держава – це особлива політична організація публічної влади, тобто певної влади, частини.

Ознаки держави:

- наявність території;
- публічний характер влади;
- державний суверенітет;
- органи управління і примусу;
- система законодавства;
- податки.

Державний суверенітет – верховенство, єдинство, незалежність державної влади над територією.

Верховенство державної влади як найважливішої ознаки *суверенітету* виражається у тому, що вона не є делегованою ззовні і самостійно визначає всю будову правових відносин у своїй країні, здійснює авторитетний чи примусовий вплив на всі сторони життя суспільства.

Правовою основою *суверенітету* є конституції, декларації, загальновизнані принципи міжнародного права, які фіксують суверенну рівність держав, їхню територіальну цілісність, невтручання у внутрішні та зовнішні справи, право націй на самовизначення.

Повага до *суверенітету* – один з найголовніших принципів міжнародного права і міжнародних відносин, який закріплено у статуті ООН, Гельсінських угодах та інших міжнародно-правових документах.

Поняття „громадянське суспільство”

Громадянське суспільство – це сукупність недержавних самостійних соціально-економічних, політичних, релігійних, культурних, національних відносин і інститутів, які утворюються для задоволення різноманітних потреб населення і становлять основу прогресивного розвитку держави.

Структура громадянського суспільства:

- 1) недержавні економічні відносини (власність, підприємництво, праця);
- 2) недержавні форми економічної діяльності (акціонерні товариства, фірми, компанії);

- 3) недержавні заклади освіти;
- 4) недержавні засоби масової інформації;
- 5) громадські організації;
- 6) політичні партії;
- 7) сім'я;
- 8) культові заклади різних релігійних конфесій;
- 9) профспілки.

Основні ознаки громадянського суспільства:

- високий рівень морального, громадського, правового виховання;
- висока суспільно-корисна активність кожної особистості;
- високий професіоналізм недержавних установ, закладів, об'єднань та політичних партій;
- високий рівень асоціативних зв'язків;
- політичний та економічний плюралізм (багатоваріантність вибору);
- тісна взаємодія громадянського суспільства з представниками влади різних рівнів.

Політичні організації

Політичні організації - добровільні, закріплені формальним членством об'єднання громадян, покликані сприяти розвитку політичної, соціальної, культурної активності й самодіяльності своїх членів, задоволенню і захисту їхніх інтересів і потреб.

Поняття „*політичні організації*” включає в себе дві групи об'єднань, що функціонують як самостійні структурні елементи політичної системи:

- політичні партії та рухи;
- органи громадсько-політичної самодіяльності населення.

Політичні організації відрізняються від усіх інших угруповань прагненням вести боротьбу за здобуття або утримання політичної влади. Поділ *політичних організацій* та *рухів* на політичні партії і самодіяльні об'єднання є чисто умовним, оскільки останні нерідко перетворюються на партії (наприклад асоціація „Зелений світ”, що стала Партією зелених) чи утворюють потенційну базу для виникнення на їхній основі нових політичних партій (наприклад, Народний рух України), або ж, виникнувши як політичні угруповання у боротьбі за вплив на спосіб здійснення державної політики (наприклад, Товариство української мови ім. Т.Г.Шевченка - організація з ознаками партії), перетворюються на громадські організації.

Політичні організації створюються з метою реалізації й захисту загальнолюдських політичних, економічних, соціальних, культурних прав і свобод; розвитку активності та самодіяльності громадян, забезпечення їх участі в управлінні державними і громадськими справами та інше. Кожна *політична організація* включає до своїх лав лише частину громадян країни і є виразником інтересів саме цієї частини своїх членів. Рішення *політичних*

організацій ґрунтуються на їхніх статутах та програмах і є обов'язковими або рекомендаційними для членів даної організації. Такі політичні структури мають порівняно невеликий платний або на громадських засадах апарат, добровільне, індивідуальне чи колективне членство. Ставлення *політичних організацій* до існуючого ладу зумовлює їх характер, поділяє на консервативні і реформістські, революційні і контрреволюційні, прогресивні і реакційні.

Мета *політичних організацій*, принципи їх діяльності, організаційна структура та членство визначаються документами, які члени організації виробляють і приймають як керівництво до дій.

Політичні організації, як правило, підтримують держава або певні політичні сили. Вони зберігають відносну незалежність щодо держави, однак їх діяльність може бути обмежена встановленим у державі правом, різними формами впливу з боку владних структур (тиск, переслідування, свідоме створювання труднощів у роботі *політичної організації* та інше).

Політичні організації являють собою впливову силу в суспільно-політичному житті. Завдяки їх діяльності формується специфічна субкультура, відкрита для всіх політичних сил.

Політична партія (від лат. - частина, група, відділ):

- добровільне об'єднання людей, котрі прагнуть домогтися здійснення ідей, які вони поділяють, задоволення спільних інтересів;

- організована певним чином частина якоїсь соціальної верстви, класу, покликана висловлювати і захищати інтереси цієї спільноти, домагатися їх дотримання і виконання, бути її політичним „голосом”, „уособленням” окремих групових інтересів.

Політична партія — організована частина суспільства, члени якої об'єднуються з метою вибороти владу в державі і утримати її.

Таке формулювання, можливо, і не є універсальним, але видається найбільш загальним серед усього розмаїття дефініцій цього поняття в світовій політичній науці.

Поряд з вищеназваним визначенням, у сучасній політологічній літературі існує значна кількість особливих підходів до визначення поняття „політична партія”. Партії розуміють як своєрідні штаби для підготовки до чергових виборів, як засоби перетворення волі індивідів на колективну волю, як знаряддя участі громадян у формуванні політики держави, як засіб впливу політичної та державної еліти на маси. Феномен *політична партія* досліджували Г.Бюрдо, К.Фон Бойме, М.Дюверже, Дж.Лапаламбара, Дж.Сарторі та інші.

Політичні партії ведуть родовід з XVIII сторіччя. Першими прототипами сучасних партій вважаються британські “торі” (консерватори) та “віґи” (ліберали). Поява партій була спричинена капіталізацією суспільства, коли народжена буржуазія щораз активніше заявляла свої претензії на владу. У XIX сторіччі, з виходом на політичну арену робітництва, в Західній

Європі з'являються прототипи сучасних соціал-демократичних партій. Слід зазначити, що в ті часи, як і сьогодні, ставлення як населення в цілому, так і окремих мислителів і державних діячів до партій аж ніяк не було однозначним.

Послідовниками теорії Ж.-Ж. Руссо про всезагальне благо партії розглядалися як зло, як засіб роз'єднання суспільства, вияв домінування вузькогрупових інтересів над інтересами народу в цілому. Приблизно так оцінювали роль партій і “батьки-засновники” Конституції США (Дж. Вашингтон, Т.Медісон, О.Гамільтон та ін.), і деякі видатні діячі французької революції (маркіз Ж. де Лафайєт). Але навіть вони, а тим більше їх наступники, не могли не зважати на той факт, що різні люди мають різні смаки не тільки щодо кольорів або фасонів одягу, але й у політичних уподобаннях, зокрема стосовно таких основоположних понять як свобода, рівність, справедливість і т. ін.

Політичні партії у сучасному розумінні остаточно сформувалися лише в середині ХХ сторіччя одночасно з еволюцією виборчого права в напрямку до утвердження в переважній більшості країн прямих, рівних і загальних виборів при таємному голосуванні.

Справжня *політична партія* не може бути витвором самого тільки бажання або зусиль навіть дуже здібних і впливових людей. Вона виникає не на ґрунті чистої політики, а на відповідній соціальній базі. Неодмінною умовою існування будь-якої *політичної партії* є протистояння їй іншої партії або їй кількох партій. Партія, будучи часткою суспільства, прагне до повноти впливу на нього, домагається цього, долаючи протистояння інших партій.

Багатопартійність є невід'ємною ознакою демократичного суспільства, оскільки воно є неодмінно структурованим, у ньому існують численні і різноманітні інтереси, потреби, уподобання тощо, які вимагають відповідного політичного вираження. Утворення партій, багатопартійної системи в країні є тривалим процесом становлення і набуття відповідних норм і традицій, формування й самоусвідомлення соціальної бази партії - суспільної верстви, класу, електорального корпусу, тобто виборців, які традиційно голосують переважно за цю партію, культури плюралізму і толерантності, тобто терпимого ставлення до суперників та опонентів, поважання протилежної думки, готовності до пошуку форм взаємодії з ними. Висуваючи своїх представників для обрання до парламенту, прагнучи конституційним шляхом здобути визначальну позицію в ньому, *політичні партії* можуть одноосібно або в коаліції з іншими партіями формувати склад органів виконавчої влади, визначати загальний політичний курс країни, здійснювати керівництво державними органами, вирішувати громадські справи. Для здійснення репрезентованого нею інтересу всяка партія прагне використати державну владу, впливати на неї, на процес її формування й функціонування. Сучасні *політичні партії* є одним з найдієвіших важелів впливу громадянства на державну владу. Прийнято вважати, що громадсько-політична організація стає партією, коли для реалізації своєї програми вона за мету має прихід до влади або хоча б здобуття впливу на

владу. *Політична партія* може брати участь у справах держави, визначати форми й напрями її діяльності. Але вона не може, не повинна сама перетворюватися на державу, підмінити її, мати державне (тобто загальнообов'язкове) значення, державну власність, оскільки вона представляє інтереси тільки окремої частини суспільства.

У наш час стає усе більш очевидною суперечлива сутність *політичних партій* як явища політичного життя суспільства. Партії - це водночас і добро і зло, зазначав Жорж Клемансо. „Добро - тому, що вони є колективною силою у боротьбі за прогрес... Зло - тому, що вони рано чи пізно обов'язково уподібнюються церкві з її ієрархією й дисципліною. Такі організації обмежують можливості видатних особистостей, які в колективі змушені опускатися до загального середнього рівня”. Партійна боротьба, за словами В.Соловйова, не може бути справедливою, оскільки вона змушує бачити все в білому кольорі на своєму боці і все в чорному - на боці супротивника, а такого рівномірного розподілу кольорів не буває і не буде принаймні до страшного суду. Поряд із цим у природі всякої партії закладена вада, яку виявив і описав ще Роберт Міхельс. Будучи створені як засіб досягнення соціально-групової мети, партії самі скоро стають метою самих себе, починають переважно дбати про власний добробут і успіх. У сучасному світі налічується понад 800 *політичних партій*, які об'єднують у своїх лавах близько сотні мільйонів членів та мають ще більше число прихильників. У міру поступового перетворення держави із засобу панування у механізм узгодження інтересів соціально-економічних, національно-культурних і регіональних груп, що її складають, поступово змінюється й характер *політичних партій*, які, являючи собою політичні завершення піраміди сучасного громадянського суспільства, сприяють його всебічному розвитку.

Слово “*партія*” походить від лат. - частина, група. Отже, під партією розуміють певну групу людей, із спільними інтересами та переконаннями.

Типологія політичних партій - науково-теоретичний підхід у сучасній політології, що дозволяє розрізнити політичні партії залежно від характеру й принципів їх організації, ідейних підвалин, соціальної бази, місця й ролі в політичній системі суспільства, тактичних пріоритетів тощо. Однак невід'ємною властивістю для всіх політичних партій є те, що вони являють собою об'єднання людей, спонукуваних прагненням домогтися реалізації ідей, які вони поділяють, цілей, якими вони переймаються.

Політичні партії розрізняються залежно від їхньої соціальної сутності, соціальної бази (особливостей тієї спільноти, інтереси якої вони представляють), від сповідуваної ними ідеології, поставлених цілей і тактичних пріоритетів, від принципів організаційної побудови, місця, яке вони посідають у політичній системі.

З огляду на *соціальну базу* виділяють партії буржуазні, дрібнобуржуазні, селянські, пролетарські тощо.

За *ідеологічними особливостями* розрізняють партії консервативні, ліберальні, соціалістичні, соціал-демократичні, комуністичні, клерикальні.

За *ставленням до суспільних перетворень* - політичні партії поділяють на реформаторські, радикальні та консервативні. Останнім часом у ряді країн Заходу виникли так звані гуманістичні партії, які утворили навіть своєрідний Інтернаціонал.

Розрізняють також партії *організаційно оформлені* (їх ще називають *масовими*) і *організаційно неформлені (кадрові)*.

Для перших є характерною наявність централізованого партійного апарату, що формується з функціонерів, які професійно займаються політичною діяльністю, чітка організаційна структура й наявність організаційного зв'язку керівних органів із низовими організаціями, оформлене членство, квитки, внески, обов'язковість статутних вимог, прийнятих рішень та партійна дисципліна. Значними повноваженнями у таких партіях наділене партійне керівництво і безпосередньо лідер партії.

Інший тип політичних партій - *кадрових* - характеризується відсутністю інституції офіційного членства, жорсткого організаційного зв'язку пересічних партійців та керівництва; тут немає квитків, членських внесків, не встановлюється партійна дисципліна. Головне в діяльності таких партій - виборча боротьба, "уловлення голосів" виборців, а основна мета - перемога на виборах. Відсутність офіційного членства тут компенсується наявністю розгалуженого апарату професійних партійних чиновників - основної сили у здійсненні політики партії. Класичними зразками партій такого типу є республіканська й демократична партії США.

Серед західних політологів визнано доцільним за організаційною будовою так класифікувати політичні партії:

- *децентралізовані партії* (консервативні й ліберальні партії Західної Європи й США);

- *масові централізовані партії*, для яких ідеологічні доктрини є більш істотними, ніж для партій першого типу (соціалістичні партії Європи);

- *суворо централізовані партії*, які мають систему вертикальних зв'язків, що забезпечує відносну ізольованість первинних осередків один від одного й гарантують дотримання суворої напіввійськової дисципліни.

За соціальною сутністю виділяють партії *буржуазні, дрібнобуржуазні, напівпролетарські, пролетарські, селянські*.

З огляду ідеології розрізняють *праворадикальні* (фашистські), *консервативні, ліберальні, реформаторські, соціал-демократичні, лівосоціалістичні, комуністичні*.

За внутрішньою структурою партії бувають *воєнізовані, автократичні, демократичні*.

За функцією й місцем у політичній системі суспільства - *пануючі, правлячі, опозиційні*.

Американський політолог Стівен Коен виокремлює чотири типи політичних партій:

- 1) *партії як політичний авангард певного класу, верстви* (ленінська концепція);
- 2) *партії, створені насамперед для участі у виборчих кампаніях* (інколи їх називають “машинами для голосування”, їхнє завдання полягає в участі у передвиборчій кампанії, проведенні своїх кандидатів на виборах (такими, приміром, є партії США);
- 3) *парламентські партії* (характерні для європейських країн - Англії, Франції) виконують дві головні функції - підготовку виборців, схилення їх на свій бік та контроль за здійсненням парламентського курсу;
- 4) *“партії клуби”* - масові партії, які об'єднують людей не за їх причетністю до якоїсь політичної лінії, а за спільністю поглядів, інтересів запитів; вони також беруть участі у політичних виборах.

Типологія політичних партій є надзвичайно важливим напрямом у сучасній політології, оскільки вона дозволяє відійти від попередніх примітивних спроб класифікації політичних партій за моральним і кількісним критеріями й сприяє можливостям орієнтації у широкому розмаїтті партійних структур, які різняться побудовою, функціями й особливостями, діяльністю.

Що ж являє собою політична партія? У структурно-функціональному плані її можна визнати як систему таких елементів (базових характеристик):

Партія = ідеологія + організаційна структура + соціальна база і електорат + методи і засоби діяльності + лідери.

Ідеологія як базова система цінностей є ключовою характеристикою партії. І хоч часи “вузькоідеологічних” партій вже позаду, сьогодні навіть для таких традиційно “прагматичних”, “позаідеологічних” партій, як Республіканська і Демократична партії США, певна система цінностей відіграє важливу роль політичній боротьбі.

Більшість сучасних політологів одностайні в тому, що основою класичної градації партій за принципом “*ліві — праві*” є саме політична ідеологія. Хоча ця звична для усіх термінологія веде родовід від часів Французької революції 1789—1795 років, коли якобінців, які сиділи в Конвенті (парламенті) ліворуч від спікера і виступали з революційно-радикальних позицій, стали називати лівими, а більш поміркованих жирондистів, які займали місце праворуч - правими.

Але з часом критерій “політичного темпераменту” поступився місцем критерію ідеології як базовій класифікаційній характеристиці партій (ідеологія як система цінностей більш стійка, ніж “темперамент”, який змінюється швидше - одна і та сама партія може за певних обставин виступати як з радикальних, так і з поміркованих позицій).

У сучасній політичній науці не існує єдиної думки щодо класифікації політичних ідеологій, але класичною (якщо не вести мову про різноманітні відхилення і підваріанти, що починаються з “нео”) видається схема, за якою зліва направо розташовані п'ять ідеологій (див. Додаток 3).

Основою цього поділу можна вважати ставлення до такого базового поняття, як *рівність*.

Комуністи абсолютизують рівність, вважаючи, що з тієї обставини, що люди народжуються рівними, виливає й рівність результатів праці (“від кожного - за здібностями, кожному – за потребами!”).

Соціал-демократи, визнаючи рівність людей від народження, виступають за “рівність умов” на противагу “рівності результатів”.

Ліберали дотримуються тих же принципів позицій, але на відміну від соціал-демократів, вважають, що не стільки держава через перерозподіл, скільки сама особа вільною працею повинна забезпечувати собі щастя.

Консерватори, погоджуючись із тезою про необхідність утворення рівних умов для самореалізації кожної особи, досить скептично ставляться до природної рівності людей, виходячи з їх різних здібностей, що закладаються генетично.

Фашисти взагалі негативно ставляться до самого поняття “рівність”, вважаючи “пересічну” людину поганою вже за самою своєю природою.

Базові цінності, політичні пріоритети і приклади дії зазначених ідеологій подаються у таблиці 1.

Таблиця 1

Сучасні політичні ідеології

| | Комунізм | Соціал-демократія | Лібералізм | Консерватизм | Фашизм |
|-----------------------------|--|---|---|--|---|
| Базові цінності | <ul style="list-style-type: none"> • рівність • народовладдя | <ul style="list-style-type: none"> • свобода •справедливість •солідарність | <ul style="list-style-type: none"> • свобода | <ul style="list-style-type: none"> • сім'я • релігія • мораль | <ul style="list-style-type: none"> • нація |
| Політичні пріоритети | <ul style="list-style-type: none"> • суспільна власність • інтернаціоналізм • тотальне державне регулювання економіки • “експорт ідеології” за межі країни | <ul style="list-style-type: none"> • рівність усіх форм власності • захист прав і інтересів меншин • значна роль державного регулювання економіки: підвищення податків, з високих доходів, збільшення соціальних програм, націоналізація | <ul style="list-style-type: none"> • приватна власність • захист прав і інтересів меншин • мінімізація державного регулювання економіки: зменшення податків, скорочення соціальних програм, приватизація | <ul style="list-style-type: none"> • приватна власність • мінімізація втручання держави в економіку • підвищена увага до армії, готовність відстоювати національні інтереси силовими методами | <ul style="list-style-type: none"> • приватна власність • націоналізм • вимоги висилки емігрантів • силова експансія у зовнішній політиці, пріоритет військово-промислового комплексу |

| | | | | | |
|-----------------|---|---|--|---|--|
| Приклади партій | КПРС (1917-1991), компартії Куби, Китаю, В'єтнаму, Італійська Компартия (1946-1992), Компартия Російської Федерації (з 1990р) та інші | Соціал-демократичні партії Німеччини, Італії, Швеції, Данії, Соціалістичні партії Франції, Іспанії, Демократична партія праці Литви та інші | •Фідес Угорщини, "Унія Вольності Польщі, Ліберальна партія Великобританії, Демократична партія США | Християнсько-демократична партія ФРН, Об'єднання на підтримку Республіки Франції, Ліберально-демократична партія Японії, Республіканська партія США та інші | • Ліберальна демократична партія Росії, Національний фронт Франції, Італійський соціальний рух, національні праві сили та інші |
|-----------------|---|---|--|---|--|

Доволі розповсюдженою є думка, що для аналізу політичних партій в посткомуністичних суспільствах є неможливим застосування класичних градацій політології. На наш погляд, не слід у черговий раз винаходити власний велосипед і прямувати на ньому узбіччям магістрального шляху цивілізації, а краще налагодити виробництво конкурентоспроможного транспорту, що врахував би кращі світові надбання. Можна і потрібно характеризувати політичні партії нових незалежних держав у термінах політичної науки, які носять універсальний характер. Інша справа - у цих країнах відбувається процес становлення політичних партій (навіть їх середня чисельність є набагато меншою, ніж у тих самих країнах Західної Європи), а тому місце кожної на класифікаційній шкалі не завжди можна точно визначити.

Ще однією особливістю, характерною для країн СНД є наявність політично не інституційованої (за винятком хіба що Грузії і Вірменії) *"партії влади"*.

Звичайно, дефініція "партія влади" - не дуже вдалий журналістсько-політичний штамп. Зі зникненням із політичної карти світу наддержавної будівлі СРСР та руйнуванням її фундаменту - КПРС, владна еліта перестала бути єдиним цілим. Інтереси, наприклад, центральної і регіональної бюрократії, лобістів сировинних і машинобудівних галузей не тільки не збігаються, зле й часто-густо вступають у суперечність. Ті ж самі сировинні галузі сьогодні нерідко знаходять підтримку в урядових колах (бо дають значні і швидкі прибутки), а "ображені" промисловики гуртуються навколо керівництва парламентів. У житті, звичайно, все набагато складніше. Ясно одне - феномен "партії влади", що потребує окремих політичних досліджень, - поступово зникне. Натомість утворяться потужні лівоцентристські (соціал-демократичні) і правоцентристські (консервативні) партії. Цей процес вже почався на інституційному рівні.

Для *централізованих* партій характерним є високий рівень обов'язковості рішень партійного керівництва для місцевих організацій та членів партії, партійний контроль за діяльністю депутатів і посадових осіб виконавчої влади — членів партії. Як правило, найбільш жорсткою централізацією відрізняються політичні партії з комуністичною та фашистською ідеологією. Кадрові партії, на відміну від масових, децентралізовані.

Деякі новонароджені партії посткомуністичних країн Східної Європи, і особливо — колишнього СРСР, декілька років тому, намагаючись відійти від тоталітарної практики "керуючої і спрямовуючої", будували свою структуру на принципах децентралізації. Але

сьогодні переважна більшість партій посткомуністичних країн прямує шляхом утворення масових централізованих організаційних структур.

За *методами і засобами* діяльності розрізняють партії *парламентського* типу і партії *авангардистського* типу.

Парламентські партії діють у межах правового поля своєї держави і використовують лише не заборонені законом методи і засоби (від участі у виборах до пікетувань і демонстрацій). Сьогодні переважна більшість партій у країнах Європи та Америки належать до парламентських.

Для *авангардистських партій* характерні радикальніші методи і засоби діяльності, при використанні яких ці партії деколи виходять за межі правового поля держави. Арсенал таких методів досить різноманітний - від організації актів громадянської непокорності владі до використання зброї і спроб насильницької зміни існуючого режиму. Класичним історичним прикладом такої партії залишається РСДРП (більшовиків), що у 1917 році захопила владу в Росії. Водночас не слід вважати, що усі партії комуністичної або фашистської ідеології є авангардистськими. Та ж націонал-соціалістична робітничка партія Німеччини “захопила” рейхстаг у 1933 році цілком правовим шляхом, завдяки перемозі на виборах.

Сьогодні майже в кожній країні існують партії, які потенційно можуть бути названі авангардистськими. Потенційно, тому що як право-, так і ліворадикальні за системою цінностей партії здебільшого намагаються брати участь у виборах, а тому змушені діяти в межах правового поля країни. Приклад потенційно позасистемних партій - партія басків в Іспанії, радикальне крило якої вимагає побудови незалежної держави басків. Приклад “чистої” авангардистської партії - Курдська робітничка партія, яка шляхом збройної боротьби домагається незалежності Курдистану і в Туреччині заборонена.

У посткомуністичних країнах Східної Європи та нових незалежних державах також існують екстремістські угруповання на кшталт “Русского национального единства”. Але в жодній із цих країн вони поки що не справляють серйозного впливу на політико-правову систему, *соціальну базу* політичних партій складають ті соціальні прошарки і верстви, які підтримують партію на виборах. Відповідно, *електорат* (від лат. та англ.- виборець) партії складається з тих, хто голосує за цю партію на виборах.

У радянській політичній і правовій літературі, яка “коментувала” В.Леніна, стверджувалося, що кожна партія відображає інтереси того чи іншого класу. Таке визначення, хоч і не позбавлене раціонального зерна, не може дати відповідь на просте запитання, - чому кількість тих, хто голосує за ту чи іншу партію, як правило, зовсім не збігається з кількістю представників того чи іншого класу (соціальної верстви, стану і т. п.)? Не враховує класовий підхід і ту обставину, що в умовах постіндустріального інформаційного суспільства суттєві відмінності між класами щодо ставлення до власності на

засоби виробництва (притаманні суспільствам кінця XIX-XX сторіччя), поступово зникають. Тож більшість сучасних провідних політологів говорять не про представництво, а про орієнтацію, “проникнення” (Дж. Сарторі) партійних платформ у ті чи інші соціальні верстви. Так, наприклад, традиційно вважається, що *комуністи* орієнтуються на малокваліфіковану частину робітничого класу, а в посткомуністичних країнах — і на пенсіонерів, незадоволених сучасними трансформаціями і ображених крахом недавніх цінностей. Традиційним електоратом *соціал-демократів* вважаються кваліфіковані робітники, значна частина дрібних та середніх підприємців, представники етнічних меншин, молодь. Для *лібералів* характерна підтримка з боку великих і середніх власників, гуманітарної і технічної інтелігенції. *Консерватори*, окрім великих власників, традиційно розраховують на сільських жителів (завжди більш традиціоналістичних), державних і муніципальних службовців тощо. *Неофашистські* партії сьогодні розраховують на голоси маргіналізованих робітників та дрібних підприємців, усіх тих, хто вважає причиною негараздів “засилля інородців”.

У посткомуністичних суспільствах, особливо на теренах колишнього СРСР, традиційні соціальна база і електорат політичних партій, як і інші їхні складові, перебувають у стадії формування пов'язаної з трансформаціями відносин власності і виробництва. Сьогодні ще вкрай важко говорити про будь-який сталий електорат більшості політичних сил. Водночас вже можна говорити про електорат комуністів - пенсіонери, маргіналізовані робітники, частина працівників ВПК та інші.

Фінансова база політичних партій завжди становила неабиякий інтерес як для дослідників, політичних конкурентів, так й для простих виборців, залишаючись до певної міри “терра інкогніта”. Доволі розповсюдженим залишається уявлення про те, що гроші є вирішальним чинником у діяльності партій взагалі та в успішному проведенні виборчих кампаній - зокрема. Таку думку не слід сприймати як істину в останній інстанції - далеко не завжди великі гроші спрацьовували на перемогу політичної сили, що їх мала. У посткомуністичних країнах вони інколи викликали навіть зворотну реакцію. Так, на виборах до польського Сейму у 1993 році найдорожчу рекламу мав Ліберальний Союз, який спирався на підтримку великого бізнесу. Проте список цієї партії навіть не подолав необхідний п'ятивідсотковий “бар'єр” голосів і партія не потрапила до парламенту. Тобто, великі гроші - ще не достатня умова успіху партії. Але та обставина, що вони є необхідною умовою успіху на виборах, навряд чи потребує особливих доказів. У деяких країнах політичні партії частково фінансуються державою. У США уряд виділяє двом провідним партіям - Республіканській і Демократичній, по 50 млн. доларів США на проведення виборчої кампанії. У ФРН законодавство про політичні партії встановлює принципи державного фінансування для тих партій, які потрапили до бундестагу. Бундестаг визначає конкретні розміри такого фінансування, який сьогодні дорівнює 5 євро за один голос виборця. У Швеції

закон встановлює інші принципи фінансування партій - в залежності від кількості місць партії у рідстазі (парламенті). Слід зауважити, що сама можливість і доцільність державного фінансування партій сприймається в різних країнах і в різні часи аж ніяк не однозначно. У Німеччині чи Швеції політична еліта вважає, що державне фінансування дозволяє уникнути можливої “купівлі” партій мафіозними колами. Водночас в Італії, де протягом тривалого часу також застосовувалась фінансова підтримка партій державою, на почата 90-х років визріла думка, що це є однією з причин корумпованості суспільства, коли провідні партії зростаються із державним механізмом. У результаті референдуму 1993 року державне фінансування партій у цій країні було скасовано.

Неоднозначною є думка щодо доцільності державного фінансування партій і в посткомуністичних країнах. І хоча в кожній з них є чимало прихильників цієї ідеї (звичайно, передусім у середовищі самих партій), державне фінансування партій майже ніде не запроваджено.

Фінансування партій із недержавних фондів залишається основним джерелом надходження коштів до партійної скарбниці. У законодавстві більшості західних країн розміри такого фінансування (не стільки загальні розміри, скільки надходження від однієї юридичної або фізичної особи) обмежені. Водночас партії в тій же Німеччині зобов'язані подавати фінансові декларації про джерела надходжень до партійного бюджету.

У нових незалежних державах фінансування політичних партій, як правило, інституційно не регламентоване. Та й як самі партії, так і ділові кола, які їх підтримують, намагаються мінімально афішувати подібні контакти. Це пов'язано з тією обставиною, що сьогодні в зазначених країнах виконавча влада ще не формується на партійній основі, а тому самі підприємці побоюються - як поставиться до їхньої підтримки владна номенклатура. Багато хто, до того ж, вважає за краще “купувати” окремого депутата-лобіста, ніж вкладати гроші в партію.

Але ситуація починає поступово змінюватися - вже великі бізнесові структури, які встигли пройти етап первісного нагромадження капіталу, усвідомлюють - дешевше вкласти гроші в потрібні “правила гри”, ніж щоразу вкладати їх заново для вирішення “конкретних питань”.

Фактор *лідерства* в політичних партіях відіграє ключову роль. Дійсно, попри привабливість тих чи інших ідеологій і політичних платформ партій в будь-якому суспільстві, розвиненому чи нерозвиненому, структурованому чи однорідному, виборці не в останню, якщо не в першу чергу, звертають увагу на особистість керівника політичного об'єднання. Від його біографії, зовнішності, ораторських здібностей, манер інколи залежить не менший, якщо не більший відсоток голосів, поданих на виборах “за” чи “проти”, ніж від передвиборчої програми його партії і вкладених у кампанію фінансів.

Політологи і соціологи, починаючи з М.Вебера, розрізняють *раціональний і харизматичний* типи лідерства. Типові раціональні лідери – прем'єр-міністри Великобританії Дж. Мейджер, Чехії - В.Клаус, усі президенти Швейцарії повоєнного часу (відомо, що самі швейцарці часто-густо не знають прізвища свого президента). Типові харизматичні лідери - Президент Росії Б.Єльцин, кубинський команданте Ф.Кастро, Президент Індонезії Р.Сухарто. А таких голів держав, як Президенти США Б.Клінтон, Дж.Буш, Федеральні канцлери ФРН Г.Коль, Шрöder, Президент Франції Ж.Ширак *можна* віднести до раціонально-харизматичних лідерів.

У нових незалежних державах політичні партії здебільшого створювалися “під лідера”. Існування популярного серед потенційних виборців лідера, звичайно, значно підвищує шанси партії і є необхідною передумовою її успіху на виборах. Але з такої необхідності ще не випливає достатність - на користь цієї тези свідчить фіаско багатьох нових партій на посткомуністичному просторі, утворених лише “під особу”.

Більшість дослідників виділяють такі основні *функції політичних партій*:

електоральна: вважається головною функцією партії. Адже законним шляхом приходу до влади є перемога на виборах. Отже, і ідеологія, і програма, і організаційна структура, і лідери партії в практичному сенсі слугують перш за все здійсненню цієї мети;

політична соціалізація: партія, здійснюючи електоральну функцію, неминуче впливає на суспільну думку, намагаючись переконати виборців в оптимальності власної платформи. Обираючи представників однієї з партій, виборець тією чи іншою мірою (від свідомого вибору політичної платформи до голосування за “привабливого лідера”) політично соціалізується;

соціальна інтеграція: у процесі політичної боротьби, яка здається багатьом злом, елементом дезінтеграції суспільства, партії намагаються гуртувати населення навколо проголошених ними цінностей. Оскільки більшість сучасних серйозних партій прагнуть бути “партіями для всіх”, а не тільки для якоїсь однієї суспільної верстви, вони мають пропонувати суспільству цінності, здатні об'єднати більшість громадян;

артикуляція: представлення нових інтересів.

Партійна система — це сукупність політичних партій, пов'язаних з іншими елементами політичної системи та між собою певними упорядкованими відносинами.

Існують різні класифікації партійних систем, більшість з яких базується на кількісному критерії. М.Дюверже та його послідовники виділяють одно-, дво- та багатопартійні системи. Дж. Сарторі поширив цю типологію, вирізнивши *однопартійну; гегемоністську; з домінуючою партією; двопартійну; обмеженого плюралізму; поляризованого плюралізму; атомізовану системи*. Основні характеристики цих систем представлені в таблиці 2.

Сучасні партійні системи

| | Ознаки | Переваги | Недоліки | Приклади |
|----------------------------------|---|---|---|--|
| Однопартійна | <ul style="list-style-type: none"> одна легальна партія, що відіграє домінуючу роль в державі; зрощення партійного апарату з державним; авторитарний або тоталітарний політичний режим | <ul style="list-style-type: none"> шляхом жорсткої дисципліни здатна мобілізувати виробничі і людські ресурси в критичні для держави часи | <ul style="list-style-type: none"> висока людська ціна перемог; потенційна нестабільність і крах системи внаслідок перенапруження і виснаження цих ресурсів | <ul style="list-style-type: none"> Італія, Німеччина 30-х років, СРСР 60-х-80-х років; Куба, Північна Корея, Ірак, Лівія, Кенія |
| Гегемоністська | <ul style="list-style-type: none"> одна провідна партія, інші - партії-сателіти; зрощення партійного апарату з державним; * авторитарний або тоталітарний політичний режим | <ul style="list-style-type: none"> схожі з однопартійною | <ul style="list-style-type: none"> схожі з однопартійною, трохи "м'якші" | <ul style="list-style-type: none"> Країни Східної Європи в 40-х-80-х роках; Китай, В'єтнам |
| Домінування | <ul style="list-style-type: none"> декілька партій, тривала (понад 20 років) і безперервна перемога однієї з партій в конкурентній боротьбі на виборах; * формування складу уряду лише домінуючою партією; демократичний політичний режим | <ul style="list-style-type: none"> стабільність однопартійного уряду внаслідок відсутності в ньому внутрішніх конфліктів | <ul style="list-style-type: none"> надмірна бюрократизація і потенційно висока корумпованість управлінських структур | <ul style="list-style-type: none"> Швеція (1932 - 1976), Японія (1955 — 1995) |
| Двопартійна | <ul style="list-style-type: none"> декілька партій, серед них - дві, значно потужніші від інших; формування складу уряду однією з двох партій, що перемогла на виборах; впливова опозиція з боку партії, що програла вибори; демократичний політичний режим | <ul style="list-style-type: none"> стабільність однопартійного уряду внаслідок відсутності в ньому внутрішніх конфліктів | <ul style="list-style-type: none"> надмірна концентрація сил на міжпартійному протистоянні; консерватизм виборчого процесу | <ul style="list-style-type: none"> США, Велико-британія, Австралія, Нова Зеландія |
| Обмеженого плюралізму | <ul style="list-style-type: none"> багато партій, серед них потужних (представлених в парламенті) - декілька, а в уряді ще менше; позасистемна опозиція відсутня; демократичний політичний режим | <ul style="list-style-type: none"> орієнтація партій на участь в уряді, відсутність гострих ідеологічних суперечностей | <ul style="list-style-type: none"> ймовірна нестабільність урядових коаліцій | <ul style="list-style-type: none"> ФРН, Франція, Литва, Болгарія, Австрія, Чехія |
| Поляризованого плюралізму | <ul style="list-style-type: none"> багато партій, серед них потужними є крайні праві і крайні ліві; формування уряду партіями центру; гостре ідеологічне розмежування між центром і право-лівою опозицією; демократичний політичний режим | <ul style="list-style-type: none"> в разі сили політичного центру - стабільний уряд з одночасним представництвом в парламенті полярних ідеологій | <ul style="list-style-type: none"> в разі слабкості політичного центру можливість приходу до влади крайніх сил | <ul style="list-style-type: none"> Італія, Латвія, Словаччина |
| Атомізована | <ul style="list-style-type: none"> багато партій або їх зовсім нема, кількість партій значення немає - всі вони не впливові; уряд формується або на позапартійній основі, або на засадах широкої коаліції; авторитарний або демократичний політичний режим | <ul style="list-style-type: none"> можливість тимчасового зосередження уваги на загальнонаціональних проблемах | <ul style="list-style-type: none"> потенційна нестабільність усієї політичної системи | <ul style="list-style-type: none"> Польща, Грузія почато 90-х років, Уругвай, Парагвай, Гаїті, Казахстан, Узбекистан, Туркменістан, Таджикистан |

Р.С. Основним правовим актом, який регламентує діяльність політичних партій в Україні, є Закон України „Про політичні партії в Україні”.

Політичні та правлячі сили

Політичні сили - формальні або неформальні об'єднання суб'єктів політики, які відображають і захищають інтереси певних соціальних груп і верств населення, а також свої власні інтереси; угруповання, здатні впливати на державну владу, а в певних умовах і захопити її або встановити контроль над нею.

Кожна *політична сила* - держава, політична партія або блок партій, суспільно-політична організація, рух виникає як природна потреба здійснення захисту економічних, соціальних, політичних і духовно-культурних інтересів певного класу, соціальної групи, національно-етнічного угруповання, прошарку чи верстви населення.

Соціальний клас, соціальна або етнічна група, суспільно-політичний рух, усвідомивши свої політичні інтереси і створивши свою організацію, стають самостійними *політичними силами* і природно прагнуть до поширення своєї соціальної бази, все більше відображаючи і захищаючи загальнолюдські інтереси та інтереси окремих соціальних груп, близьких до даної політичної сили своїм соціальним становищем.

Таким чином, об'єднавчою засадою будь-якої *політичної сили* та її соціальної бази є політичний інтерес, який не існує поза межами певного класу або соціальної групи. Змістом політичного інтересу є необхідність, усвідомлена потреба завоювання, утримання і здійснення політичної влади. Отже, зовсім не випадково політичні інтереси висувуються на перше місце в періоди докорінних змін у суспільному житті, особливо в періоди революцій, війн, перш за все громадянської війни, а також у кризових ситуаціях. Політичний інтерес виступає певною ціллю, досягнення якої здійснюється в процесі політичної боротьби *політичних сил*.

Політична сила здійснює політичну боротьбу ефективно тоді, коли має свою свідому і організовану соціальну базу - певний соціальний клас, соціальну або соціально-етнічну групу. Та політична сила, яка прагне відображення та захисту інтересів багатьох, різних за своїми політичними та іншими інтересами класів і соціальних груп, має аморфну соціальну базу і, як правило, не досягає успіху в своїй боротьбі, а, навпаки, втрачає на тривалий час або й зовсім політичний вплив на суспільний розвиток. Прикладом цього можуть слугувати деякі компартії, перш за все КПРС, яка, формально прагнучи до відображення і захисту інтересів усіх класів, соціальних груп та верств населення колишнього Радянського Союзу, розгубила свою соціальну базу, а разом з тим свої якості політичної сили і, зрештою, зійшла з історичної арени й політичної сцени.

Правлячі сили - частина спектру політичних сил, яка, посідаючи панівне становище в структурі влади, здійснює політичне управління суспільними справами.

Погодження інтересів *правлячих сил* з іншими інтересами в суспільстві - процес складний і здійснюється по-різному в тоталітарних і демократичних політичних режимах, але завжди інтерес *правлячих сил* видається за загальний народний інтерес. Функціональна сутність *правлячих сил* полягає:

- у забезпеченні панування даних соціальних груп, оптимізації форм і методів їхнього панування;
- у досягненні ситуації динамічної стабільності суспільства відповідно до своїх ідеалів;
- у розробці й реалізації стратегії і тактики руху суспільства до поставлених цілей.

Таким чином, *правлячі сили* це ті, хто нав'язує свою волю іншим. Для реалізації своєї сутності *правлячі сили* потребують адекватної вимогам часу, просторові і завданням політичної системи, об'єктивних засобів і суб'єктивних умінь. Важливими характеристиками функціонування *правлячих сил* є легальність та легітимність їх правління, які забезпечуються через регулювання законодавчої бази та маніпулювання суспільною свідомістю.

Політично контрастною сукупністю суб'єктів є політична опозиція. Взаємодія *правлячих сил* із опозицією формує не тільки політичне життя суспільства, але й самі взаємодіючі сторони. *Правлячі сили* в багатьох аспектах виглядають і діють так, як дозволяє їм опозиція, тому розуміння *правлячих сил* не може бути повним без аналізу опозиції.

Правлячі сили - це складна система зі своєю структурою й архітектонікою.

По-перше, необхідно визначити відкритих, безпосередніх суб'єктів, які здійснюють політичне правління (глава держави, лідер правлячої партії) й латентних суб'єктів, які ще більш суттєво впливають на прийняття рішень (наприклад, внутрішні чи міжнародні фінансові кола).

По-друге, необхідно визначити масштабність *правлячих сил* - можна говорити про *правлячі сили* в парламенті, уряді, армії і т. ін. Їх складна комбінація і формує конкретно-історичну модель *правлячих сил суспільства*.

По-третє, необхідно визначити не тільки інституціональний і соціальний, але й духовний рівень *правлячих сил*, панівні на даний час і в даному суспільстві ідеї, вірування і т. ін.

Провідна роль держави в житті політичного суспільства визначає й провідну роль самих *правлячих сил*.

Політичні інтереси

Політичні інтереси (від лат. - важливо, має значення) - чинники суспільної діяльності людей, їх спільнот і об'єднань, спрямовані на здобуття, утримання або перерозподіл державної влади.

У більш широкому плані до *політичних інтересів* відносять інтереси, спрямовані на згуртування зусиль усіх або принаймні більшості членів тієї чи іншої спільноти, відстоювання і зміцнення їх соціально-класових позицій у суспільстві. Зміст і спосіб реалізації *політичних інтересів* відповідного суб'єкта (класу, нації, соціальної групи і т. ін.) визначається його становищем у загальній системі суспільних відносин, зокрема в існуючій політичній системі.

У процесі практичної реалізації *політичних інтересів* будь-який суб'єкт зустрічається з необхідністю зіставлення їх з усією різноманітністю інтересів, наявних у суспільстві. Оскільки *політичні інтереси* існують у загальнозначимій, загальнообов'язковій формі, то їм належить провідна роль в інтеграції і спрямуванні всіх інших інтересів відповідної соціальної спільноти, що знаходить свій вияв у розробці і здійсненні економічної, правової, культурної та інших напрямів політики. Водночас самі вони спираються на економічні, соціальні та інші практичні інтереси, співвідносять з вимогами останніх власні диспозиції та вимоги. У повсякденному практичному житті на особливу увагу заслуговують відносини між інтересами різних соціальних і політичних суб'єктів. *Некоректним є тлумачення цих відносин виключно як протидії, боротьби.* Справа в тому, що ідейно і політично зріла партія несе відповідальність не лише за реалізацію і захист інтересів того класу, соціальних прошарків, на які вона безпосередньо спирається, але й за долю всього трудового народу, благополуччя та безпеку країни. Цим і визначається необхідність взаємодії, пошуку союзу з іншими партіями, які так само відповідально ставляться до провідних інтересів всього суспільного розвитку, і одночасно відмежування від тих партій, які заради вузькопартійних міркувань нехтують інтересами всього трудового народу.

Інтереси прогресивного суспільного розвитку є вирішальним критерієм і при оцінці політики й *політичних інтересів*, яких дотримується держава. Добробут народу, забезпечення розвитку високоефективної економіки, гуманістичної культури, підтримання внутрішньої стабільності у суспільстві, зовнішньої безпеки визначають зміст цих інтересів. На основі цих інтересів визначає держава свої взаємовідносини з усіма політичними силами і політичними партіями в країні. Принцип політичного плюралізму, який визначає демократичний характер цих взаємовідносин, не означає, однак, механічного урівноваження всіх функціонуючих у політичному просторі інтересів. Ведучи активний діалог із усіма партіями і громадськими організаціями, держава покликана створювати умови для реалізації здорових, перспективних інтересів і зводити заслін перед спотвореними *політичними інтересами*, такими, що суперечать життєвим потребам і соціальним прагненням народу, корінним інтересам країни.

Політичні рішення та технології їх прийняття

Політичне рішення - політична дія інформованого суб'єкта влади для реалізації певної мети, що передбачає оптимізацію зовнішніх і внутрішніх умов функціонування даного суб'єкта і визначення перспектив його подальшого розвитку. У сучасній політології проблема *політичного рішення* активно вивчається представниками наукових шкіл “плюралістичної демократії”, “демократичного елітизму”, “технократичної концепції управління” та ін.

Узагальнюючи теоретичні погляди Р. Роуза, Д. Ронга, Ж. Бюрдо, Ж.-Д. Дюресселя, до провідних функцій *політичного рішення* можна віднести:

- регулятивну (функції політичного обмеження, стабілізації, стимулювання, нейтралізації);
- охоронну.

Структура *політичного рішення* складається з незмінних елементів та зв'язків, що створюють рішення як процес. До них належать:

- оцінка ситуації суб'єктом рішення (насамперед, органами державної влади); виявлення проблеми в об'єкті влади чи в структурі суб'єкта влади (саморефлексія); постановка проблеми в законодавчому порядку; опрацювання проблеми експертами;
- вибір мети та засобів її досягнення; обговорення та прийняття рішення в законному порядку.

При відпрацюванні реального акта *політичного рішення* відбувається конкретизація елементів структури через введення обов'язкових факторів - *інформації, груп тиску, перекладу рішень на юридичну мову; боротьби більшості та опозиції, ролі лідера тощо*. Тому *політичне рішення* слід розуміти як процес, в якому елементи структури, послідовно розвиваючись, передають накопичену інформацію та вироблені команди один одному. У свою чергу саме рішення є елементом політичного процесу і не може перебувати у статичному стані. Воно постає своєрідною віхою розвитку політичного процесу, будучи результатом попередніх дій, що викликали проблему, і одночасно джерелом наступних подій, подальшого розвитку політичного процесу.

Змістовно вбираючи в себе феномен поліваріантності, альтернативності наступного розвитку політичної сфери, *політичне рішення* постає як можливий пункт перелому подій, зміни напряму і динаміки суспільно-політичних перетворень.

Класифікація *політичних рішень* (за В.Афанасьєвим) залежить від:

- міри охоплення учасників політичного процесу;
- від складності суспільних стосунків;
- від об'єкта, на який дані рішення спрямовані;
- від тривалості часу, в межах якого такі рішення діють;

- від їх значення та ролі в розвитку суспільства;
- від обсягу та спрямованості вказівок, які містяться у рішенні;
- від міри обов'язковості виконання рішення відповідними особами.

Доповненням до наведеної системи класифікації є такі види *політичних рішень*: *правові, неправові, прості, складні, унікальні; програмовані, непрограмовані; традиційні, нетрадиційні*.

За значущістю для державної влади: *значні, чергові, нейтральні*.

За часом дії: *безперервно діючі, короткочасні*.

За мірою перспективності: *прогностичні, своєчасні, запізнілі*.

В умовах сучасної демократичної держави підготовка *політичного рішення* тільки самим суб'єктом влади практично неможлива, оскільки головною вимогою до рішення є його максимальна адекватність суспільно-політичній дійсності. Адекватність забезпечується такими чинниками:

- компетентністю й інформованістю суб'єктів влади;
- знанням громадської думки.

Зазначені чинники вимагають участі експертів і ЗМІ. Необхідною умовою прийняття оптимального *політичного рішення* є отримання максимально повної інформації політичного порядку. Суб'єктами інформації можуть бути: засоби мас-медіа, інститути опитування, місцева адміністрація, філіали державних служб, дипломат, і розвідувальні органи, неформальні суспільні об'єднання, особисті зустрічі й бесіди політиків між собою та з громадянами.

Іншою важливою умовою є врахування політичних інтересів, які детерміновані політичною діяльністю і можуть актуалізовуватися на кількох рівнях: *міждержавному, загальнодержавному* (загально-національному), *груповому, особистому*.

Рівні підготовки *політичного рішення* визначають рівнями функціонування політичної влади взагалі:

- *макрорівнем* (центральними інститутами влади);
- *мезорівнем* (органами та апаратами влади, підпорядкованими політичним інститутам);
- *мікрорівнем* (малими політичними групами);
- *мегарівнем* (поширенням фрагментів центральної макровлади назовні, досягненням влади в міжнародних організаціях та відносинах).

Прийняття *політичного рішення* є боротьбою (як правило, в межах закону) між суб'єктами політичної влади, групами тиску, окремими особистостями, яким властива підвищена політична "вага".

Актуальною проблемою для сучасної України є становлення, вироблення основ вітчизняного парламентаризму, запровадження умов парламентської демократії (традицій дебатів, цивілізованої опозиції, обумовленого законами лобізму, політичної культури протистояння і т. ін. з одночасною боротьбою проти порушень політичної етики, корупції, нехтування законами і нормами моралі), чіткого розмежування повноважень різних гілок влади як необхідної першооснови своєчасного і ефективного прийняття наявною політичною владою назрілих політичних рішень.

Технології прийняття політичних рішень - процес реалізації політичної мети розвитку накопиченої інформації. Будь-яке політичне рішення є невід'ємним елементом політичного процесу і результатом попередніх дій.

Процес підготовки політичних рішення має кілька етапів - ситуацій ризику:

- ситуація вибору інформації, її аналізу;
- пошук засобів досягнення мети;
- прийняття політичного рішення,
- вибір суб'єктів його виконання;
- наслідки чи результати прийнятого рішення.

Політичному рішення як процесу властиве проходження таких основних етапів:

- 1) аналіз посталої ситуації, коли ще самого рішення не існує;
- 2) розробка рішення (проекту, програми);
- 3) затвердження результату розробки й прийняття його до виконання;
- 4) здійснення ухваленого рішення;
- 5) автономне існування результатів здійсненого рішення і поширення його наслідків.

Необхідними умовами адекватності політичного рішення є компетентність, інформованість, знання громадської думки. Зміст самого рішення залежить від суб'єктів влади, засобів масової інформації.

Структура політичного рішення включає: суб'єктів влади, експертів, засоби масової інформації.

Технологія прийняття політичного рішення складається залежно від характеру політичного режиму.

Авторитарні та тоталітарні режими мають окрему процедуру прийняття політичних рішень. Останній властиві авторитарно-бюрократична технологія і закритий характер:

- рішення приймається вузьким колом за умов відсутності всебічного аналізу, різноманітної інформації, колуарно;
- рішення приймається без обговорення з політичною опозицією, без урахування громадської думки.

І навпаки, демократичні політичні режими мають чітко визначені процедурні правила прийняття політичних рішень:

- зафіксовані в законах та нормах;
- з усталеною традицією публічних дебатів;
- узгодження між різними групами;
- з урахуванням громадської думки.

Виходячи з цього сучасна *технологія прийняття політичного рішення* спирається на певні засади політичної діяльності, до яких належать такі принципи:

- основної ланки і зворотного зв'язку;
- раціонального поєднання та співвідношення цілей, засобів і методів їхнього досягнення;
- спадкоємності, системності та комплексності.

Використання зазначених принципів дозволяє підвищити ефективність політичної діяльності, забезпечити стабільність політичних процесів. Окрім того, важливими є *принципи консенсусу та компромісу*. Вони дозволяють знаходити адекватні політичні рішення, запобігати конфліктам, регулювати їх, забезпечуючи рівновагу між стабільністю та змінами в політичній системі.

Політичні ресурси, засоби та технології

Політичні ресурси (франц. - допоміжний засіб) - сукупність методів і засобів для досягнення цілей політичними суб'єктами, укріплення і розширення політичної влади (у широкому значенні); сукупність усіх засобів, які забезпечують вплив на об'єкт влади у співвідношенні з цілями політичних суб'єктів (у вузькому значенні).

У широкому значенні *політичні ресурси* вміщують у собі всі чинники, які мають значення для політичних суб'єктів (компетентність, організованість і т.д.), особисті якості об'єкта (довірливість, звичка підкорятися і т.д.), ситуація (економічний розвиток, фінансова стабільність, розстановка політичних сил і т.д.), матеріальні і неполітичні засоби впливу.

У вузькому значенні *політичні ресурси* повинні являти для об'єкта важливі цінності (гроші, предмети вжитку), засоби, які впливають на мотивацію поведінки об'єкта (мас-медіа), засоби фізичного і юридичного впливу на людину.

Політичні ресурси є однією з основ політичної влади. Згідно з теорією “соціального обміну” П.Блау, Б.Скіннера, Дж.Хоманса та ін. в основі влади є нерівноцінний розподіл дефіцитних ресурсів. Люди, що не мають доступу до ресурсів або отримують їх незначну кількість, потрапляють у залежність. Тому ресурси використовуються для досягнення як позитивних (надання благ), так і негативних (позбавлення благ) санкцій.

Існує кілька типів *політичних ресурсів*. Згідно з А.Етціоні *політичні ресурси* бувають:

- *утилітарні* (матеріальні ресурси і різні соціальні блага);
- *примусові* (міри адміністративного покарання - судові переслідування);
- *нормативні* (засоби впливу на внутрішній світ, ціннісні орієнтації та норми поведінки людини).

Політичні ресурси можна кваліфікувати залежно від сфер життєвої діяльності суспільства: *економічні, соціальні, політичні, силові, культурно-інформаційні*.

Економічні ресурси - матеріальні цінності, фінансовий капітал.

Соціальні ресурси - здатність підвищення соціального статусу, посада, престиж, освіта, соціальне забезпечення, медичне обслуговування і т. ін.

Культурно-інформаційні ресурси - знання, інформація, засоби її поширення (радіо, телебачення і т. д).

Силові ресурси - апарат фізичного примусу (армія, репресивні сили, служба безпеки, поліція, суд, прокуратура).

Ще одним специфічним ресурсом є *демографічні ресурси*, в основі яких є люди як універсальний, багатфункціональний ресурс, який продукує інші ресурси.

Використання *політичних ресурсів* у всій їх багатоманітності дозволяє ефективно досягати цілей політичними суб'єктами. У процесі їх реалізації суб'єктом, вони можуть трансформуватися у владу, яка і являє собою здатність перетворювати певні *політичні ресурси* у стійкий вплив у рамках системи взаємопов'язаних агентів.

Політичні засоби - сукупність методів і способів здійснення політичної діяльності.

Політичні засоби включають широкий набір акцій для практичного вирішення політичних проблем - від політичної заяви до проведення військових дій. Їхній характер визначається насамперед рівнем суб'єкта політики, його місцем в ієрархічній структурі політичної діяльності.

Деякі з *політичних засобів* можна застосувати тільки на одному рівні (наприклад голодовка як політичний засіб тиску на владу застосовується лише на рівні особистості, малої соціальної групи; війна - на рівні держави, великих соціальних спільнот), інші (наприклад переговори) придатні для всіх рівнів політичної діяльності.

Політичні засоби, які використовуються суб'єктом у політичній діяльності, характеризують і його самого. На рівні держави вони визначають політичний режим.

На нинішньому етапі суспільно-політичного розвитку, коли війна ще не вилучена із засобів вирішення політичних проблем, поняття "*політичні засоби*" все частіше застосовується у значенні, протилежному силовим засобам вирішення політичних проблем, і все частіше означає залучення до свого арсеналу політичних рішень переговорів, пошуку консенсусу, взаємних поступок.

Вибір засобів політичної діяльності, адекватних поставленим цілям і завданням, сприяє створенню зон узгоджених інтересів і позицій, єдиних правил та принципів поведінки всіх учасників політичного процесу. Як наслідок, створюється широка зона згоди всіх суб'єктів, що дозволяє різним політ, силам і соціальним групам спільно взаємодіяти у питаннях реалізації намічених політичних програм.

Політичні засоби (включаючи публічну владу як один з найважливіших сучасних *політичних засобів*) не повинні вступати у суперечність з існуючим законодавством тієї чи іншої країни.

Політичні технології (від грец. - мистецтво, майстерність) - сукупність методів і систем послідовних дій, спрямованих на досягнення необхідного політичного результату.

Вони включають в себе, насамперед, вивчення та набуття знань щодо реально існуючих об'єктивних умов, у яких відбувається діяльність суб'єктів політики. Це означає володіння інформацією щодо того:

- які соціальні групи, залежно від їх причетності до форм власності, до рівня доходів та інших показників, проживають на території країни чи конкретного регіону;
- який відсоток становить кожна група щодо всієї маси населення; які потреби, інтереси, сподівання у кожній з цих груп;
- у яких відносинах вони перебувають стосовно одна одної, а також щодо органів державної та місцевої влади (взаєморозуміння, поваги, недовір'я, ворожнечі та ін.).

Необхідне володіння також інформацією стосовно національних груп, якщо територія багатонаціональна. Важливою складовою знань про реальні об'єктивні умови є інформація про розстановку політичних сил, вплив політичних партій, рухів, громадсько-політичних об'єднань, а також засобів масової інформації на конкретні соціальні (національні) групи населення.

Не менш важливе значення мають знання про найбільш гострі соціальні проблеми в країні чи регіоні, а також про те, як відбиваються ці проблеми у свідомості соціальних, національних та інших груп. Володіння цією та іншою інформацією дає можливість свідомо здійснювати політичну діяльність і, насамперед, продумано й цілеспрямовано формувати її стратегію, як найбільш важливий і складний елемент *політичних технологій*.

Набута попередньо інформація, як правило, розробляється у вигляді програм (платформ) суб'єктів політики (владних структур, політичних партій, лідерів). В умовах складної соціальної структури населення розробку програми доцільно починати з пошуку та формування екстраординарної мети, тобто такої, яка:

- по-перше, є найбільш важливою для країни чи регіону;
- по-друге, яка була б привабливою для всіх груп населення й орієнтована на широкий загал. Під реалізацію цієї мети формується й змістовна сторона програми.

Зарубіжний та вітчизн. досвід свідчать, що обов'язковими принципами побудови змісту програм є: *аккумуляційний, інноваційний, мобілізаційний, принцип конкретності та ясності* (за Д.Видріним).

Акумуляційний принцип передбачає формулювання таких положень у програмі, які б могли кваліфіковано акумулювати і адекватно відображати інтереси різних соціальних та національних груп.

Інноваційний принцип передбачає висунення у програмі нових ідей, забезпечує оригінальність та свіжість програм.

Мобілізаційний принцип вимагає, щоб закладені у зміст програми положення та ідеї мобілізували ті чи інші соціальні групи на їх реалізацію через максимальне відображення їх інтересів та потреб.

Принцип конкретності та ясності передбачає, щоб у програмі були показані механізми та шляхи реалізації тих чи інших положень. Це переконує населення в тому, що суб'єкт політики здатний на конкретні дії.

Важливе значення у технології побудови програми має і *формальний бік справи*, тобто сама форма викладення змісту. Це, насамперед, доступність її мови для розуміння різними соціальними групами. Слід мати на увазі, що стратегія, розроблена у вигляді програми, не досягне своєї мети, якщо не буде враховувати *менталітет народу, історичні, національні, релігійні, психологічні особливості та традиції населення країни чи конкретного регіону*.

Ще однією важливою частиною *політичних технологій* є *тактика* як сукупність засобів і методів досягнення локальних, тимчасових результатів. Від вибору тактичних прийомів, продуманості їх застосування багато в чому залежить реалізація стратегічної лінії.

В умовах політичного суперництва, коли пропозиції перевищують попит (наприклад, багато партій претендують на владу, кілька кандидатів на один мандат депутата тощо) невід'ємною складовою тактики є політичний маркетинг.

Оволодіння політичними технологіями дає можливість підвищити рівень і результативність політичної діяльності, сприяє цілеспрямованому впливу на розвиток політичної ситуації.

Політичний простір

Політичний простір - реальна протяжність території, на яку поширюється історично зумовлене політичне життя або здійснюється політичний вплив.

Політичний простір виступає у трьох вимірах:

- як передумова політичного життя;
- як мета політичних процесів життєдіяльності (геополітика);
- як середовище здійснення найрізноманітніших форм політичного життя.

Політичний простір як передумова політичного життя визначає його даність, а саме:

- територіальні розміри, межі і форми організації, координати цивілізації, що склались;
- вплив кліматичних особливостей на політичне життя, його організацію і функціонування;
- особливості керованості, комунікативності, можливості виконавчої влади, зв'язок центру із владою на місцях;
- можливості хаосу, розвалу, розпаду, активність і пасивність політичного життя та ін.

Політичний простір визначається балансом сил, конфігурацією кордонів, системою політичних координат. Так, перемозі демократії у Європі насамперед сприяли нероздільність і безпосередня межа, просторова відкритість держав Європи. З відкриттям кордонів та поворотом колишніх держав “реального соціалізму” до демократії, очевидним стало їх прагнення до розширення *політичного простору* діяльності, потреби у нових формах його упорядкованості.

Політичний простір як мета політичного життя, тобто “геополітика”, розкриває динаміку політичного життя. Здійснення геополітичних інтересів історично проходило у воєнних, імперських формах. Так, саме геополітика довгий час була змістом політичного життя Російської імперії. З приводу цього видатний російський історик В.О.Ключевський зауважував, що історія Росії - це історія колонізації. У свою чергу, розпад СРСР - результат суворих законів історичних рухів і переміщень етносів. Особливістю сучасної геополітики є забезпечення політичного життя етносів, народів. Велич тієї чи іншої держави полягає не у розширенні розмірів території методами сили, а у розширенні демократичного *політичного простору* шляхом забезпечення якості життя соціальних, національних спільнот, окремої людини.

Політичний простір як середовище політичного життя є, по суті, питанням про його приведення у політичну систему, визначення й оформлення її елементів, зв'язку між ними, характеру цих зв'язків. Він діє в межах певної країни, а також у межах світового співтовариства. Так, політичний простір певної країни виступає територією держави. Оскільки державне владарювання обмежується територією держави, то надзвичайно важливим є точне визначення її кордонів. *Політичний простір* державної території визначається історичними умовами, адже відомо, що він може охоплювати й території інших держав, наприклад, колоніальні володіння.

Як політичний простір розглядаються й окремі регіональні межі світового співтовариства. Наприклад, під словом “Захід” мається на увазі не просто географічне поняття або - переважно - політико-військове об'єднання, як це сприймалося за часів

“холодної війни”. “Захід” сьогодні визначається як модель суспільно-політичного розвитку, суттєвими складниками якої є демократична форма правління та вільна ринкова економіка у загальноприйнятому розумінні цих термінів. Ці складники засвоюються, адаптуються у різних суспільствах і різних культурах. Політичний простір суспільства, що охоплюється поняттям “Захід”, можна вважати не лише європейський простір, а й території США і Японії.

На початку XXI ст. *світовий політичний простір* характеризується зближенням політичного життя різних країн світового співтовариства, добром найкращих його форм, переглядом попередніх, пошуками виходу з конфронтаційних і переходом до узгоджених форм політичного життя.

Політичний ризик

Політичний ризик - (від грец. - бескиди, скелі) - у політичній практиці означає міру можливої, очікуваної поразки внаслідок тієї чи іншої лінії поведінки, тієї чи іншої дії.

Водночас політичний ризик розглядається як різновид діяльності для подолання непевності в ситуації вибору, яка утримує в собі, з одного боку, очевидність досягнення передбачуваного результату, а з іншого - можливість поразки й відхилення від мети.

В основі ризику лежить різновид діяльності, спрямованої на одержання значних результатів неординарними способами в умовах непевності й неминучості вибору.

Для політичного ризику властиві такі основні елементи:

- можливість досягнення бажаного результату;
- відсутність упевненості у досягненні поставленої мети;
- можливість несприятливих наслідків при здійсненні тих або інших дій;
- матеріальні, екологічні, моральні, ідеологічні втрати, пов'язані зі здійсненням вибраної в умовах непевності альтернативи;
- очікування небезпеки поразки внаслідок вибору політичної дії чи бездіяльності, пов'язаної з ризиком.

Політичний ризик у політичній діяльності примушує змінювати технології прийняття рішень, методи їх реалізації. Явище непевності в ситуаціях політичного ризику посилює значення гносеологічних (пізнавальних) аспектів політичної діяльності, розширює її комунікативні функції.

Політична реакція

Політична реакція (від лат. - зворотний напрямок дії, дія) - сукупність засобів опору, котрі здійснюються віджилими і неефективними політичними силами, владними структурами проти радикальної опозиції режиму, орієнтованої на негайне оновлення суспільної і політичної системи.

Для звинувачення представників владної верхівки у реакційності, опозиція використовує раціональні та ірраціональні апеляції (вимоги суспільного прогресу, об'єктивного ходу історії, волі народу, звернення до цінностей соціального, національного, духовного життя тощо), провокації афективної поведінки, підривні заходи. В історії політики поняття *політична реакція* у деяких випадках застосовувалось з боку лівоекстремістських кіл, що здійснювалось навіть під час вдалої реформотворчої діяльності уряду (“столипінська реформа”), політизованої інтелігенції, а також апологетів диктаторських і тоталітарних режимів, які намагалися довести привабливість останніх шляхом зіставлення з негативним політичним досвідом попередніх владарів (режим царату), або надати ідеологічне забезпечення зовнішньополітичній конфронтації з демократичними державами (“реакція світового імперіалізму”).

Внаслідок невиразності, знецінення полемічним контекстом застосування та наукової невизначеності у сучасній політології поняття *політична реакція* практично не використовується. Сфера вжитку цього терміна - мітингові промови, парламент, дискусії, політична публіцистика.

Політична культура

Політична культура (від лат. - вирощування; виховання, освіта; розвиток) - частина загальної культури, яка формується і виявляється в процесі політ. життя; історично і соціально зумовлений продукт політичної життєдіяльності людей, їх політичної творчості, який відбиває процес опанування суспільством, націями, класами, іншими соціальними спільнотами та індивідами політичних відносин, а також розвиток їх власної сутності і діяльнісних здібностей як суб'єктів політичного життя.

Сам термін “*політична культура*” уперше вжив німецький філософ XVIII ст. І.Гердер. Наприкінці XIX ст. це поняття зустрічається в працях професорів Московського університету В.Гер'є, Казанського університету В.Іванівського, американського науковця Е.Джеймса та інших. На думку Г.Алмонда, важливою ланкою в історії становлення поняття “*політична культура*” стала марксистська систематизація чинників соціального і політичного розвитку суспільства. Як особлива концепція *політична культура* завдячує теорії “суб'єктивно мотивованої соціальної дії” М.Вебера і його вченню про роль цінностей як каталізаторів соціальних змін. Концептуальна розробка проблем *політичної культури* вперше розпочалася в 50-х - на поч. 60-х рр. XX ст. в працях американських вчених Г.Алмонда, С.Верби, Д.Пауелла та інших.

Політична культура включає в себе культуру політичного мислення і поведінки індивідів і соціальних спільнот, культуру організації та функціонування політичних інститутів і всього політичного життя в суспільстві. За структурою *політична культура* складається із політичних знань, політичної ідеології і психології, політичного досвіду і

традицій, політичних інститутів, норм, зразків і засобів політичної діяльності. У *політичній культурі* особи, поряд з політичними знаннями, ідеологічними позиціями та зразками політичної діяльності, велике значення мають емоційно-психологічні компоненти - політичне переконання, почуття, настрої, оцінки, переживання і т. ін.

Системоутворюючими у політичній культурі є політична ідеологія, політичні знання і переконання. Політична культура виконує такі *функції*:

- забезпечення реалізації інтересів відповідних соціальних спільнот людей і політичної стабільності суспільства (головна функція);
- опанування політичними відносинами;
- нормативно-регулююча;
- політичної соціалізації;
- комунікативна;
- прогностична тощо.

Характер і стан *політичної культури* справляють істотний вплив на формування і функціонування політичної системи та інститутів, на особливості політичного режиму, взаємовідносини між громадянами і владою, на політичну поведінку людей та їх громадсько-політичних організацій. Характерні риси і особливості *політичної культури* зумовлюються конкретно-історичними, економічними, соціально-класовими, національно-етнічними, регіональними, професійними та іншими чинниками. Як підсистема загальної культури *політична культура* взаємодіє з її підсистемами - культурами економічною, моральною, правовою, естетичною, екологічною і т. ін.

Політичної культури містить у собі елементи особистого, класового, національного і загальнолюдського.

У політичній науці використовується метод типологізації *політичної культури* за різними ознаками. Так, за суб'єктом розрізняються *політична культура* суспільства, соціальної спільноти і особи, виділяються також окремі класові *політичні культури*, *політичну культуру* еліти. За ознакою ступеня консенсусу між членами суспільства стосовно до основних політичних цінностей і правил політичної "гри" розрізняється "*фрагментарна*" й "*інтегрована*" *політична культура*; за орієнтацією на режим політичного життя - "тоталітарна", "авторитарна" та "демократична"; за орієнтацією на засоби політичних дій - "реформістська", "революційна", "контрреволюційна", "консервативна" *політична культура* тощо.

Розвиток *політичної культури* має свій історичний вимір: кожна доба в історії людства, притаманні їй характер економічних відносин, специфіка соціальної структури суспільства і його політичної організації позначаються на особливостях *політичної культури*. Незважаючи на складність виділення історичних типів *політичної культури*, у

світовій науковій думці закладені основи її класифікації за цією ознакою. Насамперед відзначаються цивілізаційний і формаційний підходи до класифікації історичних типів *політичної культури*. Згідно з марксистською традицією використовується формаційний підхід, який доповнюється класовими, етнічними та деякими іншими характеристиками *політичної культури*, що функціонують у межах одного типу формаційної *політичної культури*. Американські політологи Г.Алмонд і С. Верба через порівняльний аналіз різних *політичних культур*, враховуючи специфіку властивих їм політичних орієнтацій, виділили три її “чистих типи”:

1) *патріархальну політичну культуру*, якій властиві такі риси: брак у суспільстві чітко виражених спеціалізованих політичних ролей і зацікавленості підданих у функціонуванні політичної системи; орієнтація членів суспільства на вождів племені, шаманів і т. ін.; невіддільність політичних орієнтацій від релігійних і соціальних;

2) *підданську політичну культуру*, що характеризується сильною орієнтацією на політичну систему і наслідки її функціонування, усвідомленням особливого авторитету влади, низьким рівнем участі підданих у політичному житті;

3) *активістську політичну культуру*, яка відзначається значним інтересом громадян до політичної системи і наслідків її функціонування, а також активною орієнтацією на особисту участь у політичному житті.

Сполучення цих “чистих типів” *політичної культури* дає кілька змішаних типів *політичної культури*, що реально функціонують у політичному процесі. Вищим з них визнається авторами цієї типології “*громадянська культура*”, в якій переважає активістська *політична культура* із збереженням елементів патріархальної та підданської *політичної культури*.

Типи *політичних культур*, виділені Г.Алмондом і С.Вербою, певною мірою віддзеркалюють особливості різних історичних епох. Розгорнуту класифікацію історичних типів *політичної культури* розробив також польський політолог Є.Вятр. Засадами його типології є зв'язок *політичної культури* із суспільно-політичними формаціями і притаманними їм політичними системами. Відповідно до цього Є.Вятр виділяє такі типи *політичної культури*:

1. *Традиційна*, що відповідає рабовласницьким і феодальним суспільствам і має три різновиди: племінну, теократичну і деспотичну політичні культури. Поряд з основною - традиційною політичною культурою функціонує другорядний тип - політична культура станової демократії із різновидами: патриціанською і дворянською політичними культурами.

2. Буржуазно-демократична політична культура, як основний тип політичної культури капіталістичного суспільства з різновидами: консервативно-ліберальною і ліберально-демократичною політичними культурами. Як другорядний тип тут виділяється

автократична політична культура із різновидами - авторитарною і тоталітарною політичними культурами.

3. Політичної культура соціалістичної демократії як основний тип політичної культури соціалістичного суспільства, а поряд з нею другорядний тип - реліктова автократична політична культура. Кожен історичний тип політичної культури характеризується певним редукаціонізмом і має доповнюватися національними, соціально-класовими і регіональними підходами до аналізу.

У незалежній Україні вирішення завдань державотворення значною мірою залежить від рівня *політичної культури* різних верств населення, суспільства в цілому. За цих умов першорядного значення набуває формування політичної свідомості найширших мас, набуття ними досвіду та навичок політичної поведінки, політична соціалізація (насамперед молоді), поступове подолання існуючої фрагментарної *політичної культури*, елементів патріархальної та підданської *політичної культури* і становлення на цій основі громадянської, демократичної *політичної культури*.

Політична свідомість

Політична свідомість - опосередковане відображення політичного життя суспільства, суттю якого є проблеми влади, формування, розвиток і задоволення інтересів та потреб політичних суб'єктів; сукупність поглядів, оцінок, установок, які, відображаючи політико-владні відносини, набувають відносної самостійності.

Теоретичним дослідженням феномена *політична свідомість* займаються різні науки. Філософія розглядає її як форму суспільної свідомості й аналізує у поєднанні із суспільним буттям. Політична соціологія виділяє у *політичну свідомість* ідеологічний і масовий рівні, зосереджуючи увагу на розкритті суттєвих характеристик консервативної, ліберальної, реформістської, радикальної та інших типів *політичної свідомості*, досліджує масову *політичну свідомість* як поєднання установок, що склалися у сфері ідеологічної та політичної діяльності, і висновків, отриманих суб'єктом внаслідок самостійного аналізу суспільно-політичної діяльності. Психологія політики поєднує аналіз змісту *політична свідомість* з індивідуальним механізмом її існування. *Політична свідомість* входить до складної психічної діяльності особистості й функціонує за її законами. *Політична свідомість* - це сприйняття суб'єктом тієї частини реальності, що пов'язана з політикою, це суб'єктивний образ політичної системи.

Знання та уявлення про політику не є продуктом індивідуальної свідомості. Особистість здобуває їх із навколишнього середовища в ході політичної соціалізації.

Структура *політичної свідомості* складна і суперечлива. Згідно з функціональним принципом класифікації, в ній можна виділити такі *аспекти*:

- *політико-психологічний* (почуття, настрої, наміри, мотиви, установки, переконання, воля та інші);

- *політико-ідеологічний* (цінність, ідеал, ідея, доктрина, концепція, погляди, теорія та інше);

- *політико-дійовий* (свідомість консервативна, ліберальна, реформістська, радикальна та інша).

За суб'єктом політичну свідомість класифікують на:

- *політичну свідомість* суспільства, нації, класу, групи, особистості;

- *масову політичну свідомість*;

- а також *громадську думку*.

За ставленням до влади розрізняють *автократичну політичну свідомість* і *демократичну політичну свідомість* з їх численними підтипами.

У гносеологічному плані виділяють *політичну свідомість* на емпіричному і теоретичному рівнях, буденну і наукову *політичну свідомість* та інші.

Політична свідомість складається в процесі пізнання кожної форми політико-владних відносин: представницької (законодавчої), виконавчої і судової, а також сукупності політичних інтересів суб'єктів, установки і цінності яких синтезовані в колективну волю, виражену в меті й завданнях політичних дій і спрямовану на здійснення функції народовладдя, управління і самоуправління. Важливим фактором формування *політичної свідомості* є політичне виховання. Усвідомлення політики на теоретичному рівні сприяє вирішенню стратегічних і тактичних політичних завдань і цілей, визначенню засобів і методів їх досягнення, виробленню різноманітних концептуальних підходів до втілення і коригування політичних рішень і програм.

Емпіричний рівень *політичної свідомості*, що відображає політичну дійсність у формі відчуттів, уявлень, ілюзій, переживань тощо, слугує живильним ґрунтом для формування політичної культури суспільства.

До основних функцій *політичної свідомості* належать:

- пізнавальна;

- нормативно-регулятивна;

- інтегративна;

- прогностична.

Політична свідомість покликана адекватно відображати процеси демократизації в зовнішньополітичному і міжнародному розвитку, прагнення народів жити в мирі і злагоді, виключити війни із життя суспільства, досягти на ділі пріоритету загальнолюдських інтересів і цінностей, свободи соціального і політичного вибору. В Україні на сучасному

етапі розпочався й постійно відбувається складний і тривалий процес формування демократичної політичної свідомості.

Форми держав

Форма держави має три виміри:

- 1) форма державного правління;
- 2) форма державного устрою;
- 3) вид державного режиму.

Форма державного правління – це така правова характеристика держави, яка з'ясовує перелік і структуру вищих органів державної влади, їх компетенцію, процедуру утворення, а також порядок взаємодії.

Існує два види форми державного правління:

- 1) монархія;
- 2) республіка.

Монархії поділяються на:

1. абсолютні;
2. обмежені.

Обмежені монархії бувають:

- 1) дуалістичні;
- 2) парламентарні.

Республіки поділяються на:

- 1) парламентські;
- 2) президентські;
- 3) змішаного типу (парламентсько-президентські, президентсько-парламентські).

Абсолютна монархія – така форма державного правління, при якій влада концентрується в руках однієї особи – монарха – і передається, як правило, спадково.

Ознаки абсолютної монархії:

- 1) монарх представляє державу одноособово в усіх міжнародних відносинах;
- 2) одноособово призначає всіх чиновників;
- 3) самостійно збирає податки та інші платежі до казни, здійснює видатки з неї на власний розсуд;
- 4) не несе перед народом юридичної відповідальності за результати свого правління;
- 5) народ не наділений правом справами управління країною;
- 6) діє особлива процедура прийняття влади (коронація);
- 7) термін правління монарха не обмежений.

Дуалістична монархія – форма державного управління, яка виникає в перехідний період від, так званих, феодалізму до капіталізму, і має наступні *ознаки*:

1) наявність двопалатного парламенту, одну з яких формує монарх, а іншу – буржуазія;

2) уряд формується монархом і несе перед ним політичну відповідальність;

3) монарх наділений правом “вето” на закони, прийняті парламентом.

Парламентська монархія – така форма державного правління, при якій інститут монарха існує формально (про нього говорять: “Монарх царствує, але не править”).

Р. С. Парламентська монархія сьогодні – традиція або політична необхідність для політичної рівноваги в державі.

Ознаки парламентської монархії:

1) уряд формується ставлеником партії, яка отримала перевагу на парламентських виборах;

2) уряд несе політичну відповідальність перед парламентом;

3) монарх формально затверджує склад уряду;

4) і уряд, і парламент не несуть відповідальності перед монархом.

Республіка – форма державного правління, при якій існує виборність вищих органів державної влади, незалежне правосуддя та місцеве самоврядування.

Загальні ознаки республіки:

1) виборність вищих органів державної влади;

2) реальна реалізація принципу розподілу влади;

3) участь народу в управлінні державою;

4) незалежне правосуддя.

Парламентська республіка – така форма державного правління, при якій основні владні повноваження має парламент, главою держави є президент (або такий інститут державної влади відсутній), главою уряду – прем’єр-міністр.

Ознаки парламентської республіки:

1) вищим органом у структурі влади є парламент;

2) уряд формує ставленик партії, яка перемогла на виборах;

3) уряд несе політичну відповідальність за результати своєї діяльності перед парламентом;

4) весь уряд або окремі його члени працюють до того часу, до якого підтримують парламент;

5) главою держави є виборний президент; у виборах президента кандидатами обов’язково виступають парламентарії.

Президентська республіка – форма державного правління, при якій одна особа поєднує в собі виконання функцій глави держави, глави уряду і головнокомандуючого зборених сил.

Ознаки президентської республіки:

1) президент обирається всенародним голосуванням, організація проведення якого не залежать від парламенту;

2) президент самостійно визначає склад уряду;

3) президент має право на відставку уряду;

4) президент є головним військовокомандувачем;

5) президент має право “вето” на закони, прийняті парламентом.

Для змішаної (президентсько-парламентська чи парламентсько-президентська) форми державного правління характерною ознакою є затвердження урядовців або їх частини рішенням парламенту з подання президента.

Форма державного устрою – така юридична характеристика держави, яка встановлює процедуру розподілу влади між вищими, регіональними та місцевими органами влади.

Різновиди форм державного устрою:

1. унітарна держава;

2. федеративна держава;

3. конфедерація.

Унітарна держава – держава, адміністративно-територіальні одиниці якої не мають суверенітету.

Ознаки унітарної держави:

1) єдиний основний закон (конституція);

2) єдині представницькі, виконавчі та судові вищі органи влади;

3) єдина податкова та кредитна система;

4) єдина грошова одиниця;

5) єдині збройні сили;

6) єдине громадянство.

Федерація – це складне територіальне об’єднання адміністративно-територіальних одиниць із повним або частковим збереженням їх суверенітету.

Ознаки федерації:

1) територія федерації складається з територій суб’єктів федерації;

2) на території федерації діє федеральна Конституція;

3) федерація має вищі органи виконавчої, законодавчої та судової влади;

4) повноваження вищих органів влади суб’єктів федерації визначаються федеративною Конституцією;

5) кожен суб’єкт федерації має свої вищі законодавчі, виконавчі, судові органи влади;

6) парламент федерації має двопалатну структуру (одна із палат виражає інтереси федерації інша – суб'єктів федерації);

7) у країні утворюються федеральні збройні сили, які мають статус вищих збройних сил, збройні сили суб'єктів федерації діють паралельно.

Національна федерація – це об'єднання суб'єктів федерації, на території яких компактно проживає більше 70% населення однієї національності.

Ознаки національної федерації:

1. Суб'єкти федерації мають право на вільний вихід з неї та утворення власної держави;

2. Двопалатний парламент має особливості свого формування: кількість представників у палаті федерації від кожного суб'єкта пропорційна чисельності населення кожного суб'єкта.

Територіальна федерація – різновид федерації, який утворюється в результаті добровільного об'єднання держав.

Особливості територіальної федерації:

1) суб'єкти не мають права виходу зі складу федерації без згоди 2/3 складу федеративного парламенту;

2) суб'єкти федерації не мають права на власні збройні формування;

3) суб'єкти федерації не мають права на міжнародні відносини.

Конфедерація – добровільне об'єднання держав, які зберігають за собою свій державний суверенітет.

Мета конфедерації - тимчасове об'єднання держав для виконання державних функцій (оборона держави, розробка корисних копалин, новітніх технологій, освоєння космосу та інше).

Ознаки конфедерації:

1) конфедерація немає єдиної території;

2) немає вищих органів влади;

3) не встановлюється єдине громадянство;

4) немає єдиної грошової системи;

5) для досягнення поставленої мети створюється тимчасовий орган керівництва із представників всіх країн-учасниць;

6) фінансування робіт проводиться за рахунок коштів, розмір яких визначається кожною із сторін при укладенні угоди;

7) збройні сили(в разі необхідності) складається з об'єданого контингенту Збройних Сил країн-учасниць;

8) кожна із країн-учасниць може вийти із складу Конфедерації в будь-який час, якщо інше не передбачено угодою;

Державний режим – сукупність форм і методів здійснення влади. Правове положення особистості та громадянина є головним критерієм для поділу державного режиму на демократичний і антидемократичний.

Демократичні режими - режими, які направлені на забезпечення і захист прав та свобод людини, а також розвиток всього суспільства.

Антидемократичний режим – такі форми і методи здійснення державної влади, за допомогою яких захищаються інтереси одного чи кількох носіїв влади, певної групи людей чи політичного об'єднання. Права і свободи людини не захищаються.

Таблиця 3

| <i>Демократичні режими</i> | <i>Антидемократичні режими</i> |
|---|---|
| <i>Правове положення особистості і громадянина</i> | |
| Права і свободи людини закріплені в конституції держави; відповідають міжнародним стандартам в галузі прав людини; в державі існує правовий механізм і забезпечення прав людини. Держава є членом міжнародних організацій по захисту прав людини. Співвідношення держави і права. | У залежності від історичної епохи та форми державного правління, права і свободи людини можуть взагалі не проголошуватися і повністю ігноруватися (деспотія, тиранія), проголошуватися для певної частини (фашизм), проголошуватися, але не виконуватись (авторитаризм). Механізму забезпечення прав і свобод людини не існує. |
| <i>Співвідношення держави і права</i> | |
| У державі існує пріоритет права в усіх сферах сучасного життя. Всі органи державного управління повинні діяти в рамках компетенції, визначеної чинним законодавством. Установлена відповідальність представників влади за порушення діючого законодавства та прав і свобод людини. | Пріоритет держави над правом (примат). Носії державної влади використовують своє положення для того, щоб за допомогою правових норм підтримати своє владне положення закріпити, захистити інтереси тих, хто знаходиться біля влади. |
| <i>Рівень розвитку громадянського суспільства</i> | |
| У державі діє система незалежних самостійних об'єднань, установ, організацій, які забезпечують творчий розвиток кожної особистості та її активну участь в громадянському і політичному житті країни. Держава зі свого боку встановлює правові рамки діяльності таких структур, надає допомогу їх розвитку та забезпечує правовий захист кожного суб'єкта. | У країнах із монархічною формою правління взагалі не допускається існування будь-яких об'єднань громадян. В сучасних країнах-монархіях допускається існування деяких об'єднань громадян, але під керівництвом або контролем представників влади чи керівної партії (у СРСР - компартія, комсомол, профспілки). |

| Рівень мілітаризації суспільства | |
|---|--|
| <p>Країна має прозору військову доктрину, накопичують та обновляють необхідний для захисту країни військовий потенціал.</p> <p>Чисельність армії – необхідна для захисту та оборони країни.</p> | <p>Ідеологія, яка є верховною в країні, нав'язує населенню думку про наявність ворога, який хоче зруйнувати "щасливе сьогоднішнє та майбутнє держави".</p> <p>На цій підставі народ сприймає як необхідність розвиток військово-промислового комплексу, потужне військове озброєння і якби свідомо підтримує невисокий рівень розвитку соціальної сфери.</p> |
| Розвиток свободи слова і совісті | |
| <p>Держава за допомогою правових засобів підтримує розвиток свободи слова і совісті.</p> <p>У країні існує широка система недержавних та незалежних ЗМІ.</p> <p>Держава підтримує утворення та діяльність різноманітних релігійних конфесій, які не порушують права і свободи людини.</p> | <p>Існує декілька варіантів:</p> <p>1) забороняється будь-яка діяльність, що не відповідає правлячій ідеології в державі;</p> <p>2) допускається існування деяких об'єднань, якщо підтримують державу, її ідеологію.</p> |

Деспотія – це режим, що притаманний як правило державам із одноособовим правлінням і здійснюється особою, яка в силу своїх психологічних та психічних особливостей вбачає в інших людях непокору, зраду, недисциплінованість.

Ознаки деспотії:

- 1) в країні відсутні моральні та правові основи управління державою;
- 2) основне населення перебуває в стані покори;
- 3) існують тяжкі умови праці; характерний несправедливий розподіл результатів праці;
- 4) податки, що збираються в державі мають необмежений та карний характер;
- 5) закони на території держави діють, але вони виражають волю носія влади і його помічників та захищають їхні інтереси;
- 6) влада деспота перш за все поширюється на власних чиновників;
- 7) вид і міра покарання не відповідає реальній оцінці вчинків, дій.

Тиранія - це режим, який поширюється на захоплені території і характеризується більш яскраво вираженими ознаками деспотії.

Ознаки тиранії:

- 1) закони в державі не приймаються, тиран діє на власний розсуд;
- 2) фізичне та моральне ігнорування народу поєднується з порушенням національних та релігійних традицій;
- 3) тиранія поширюється на чиновників та на весь народ;
- 4) жорстокі заходи покарання застосовуються не тільки за проступки, а й за думки, що йдуть в розріз бажанню тирана.

Тоталітарний режим – здійснюється як правило в країнах з республіканською формою правління, влада фактично концентрується в руках однієї особи чи невеликої групи осіб, діяльність яких порушує права і свободи людини.

Ознаки тоталітарного режиму:

1) у країні діє єдина партія, в центрі якої постійно стоїть “вождь”, що постійно опікується турботами народу;

2) у державі об’єднуються політичне керівництво і державне управління (партія керує всіма сферами суспільного життя);

3) для організації державної влади характерна її надмірна централізація, регіональна влада має незначні повноваження і ще менші реальні можливості;

4) співвідношення органів управління і карних органів складається на користь останніх;

5) високий рівень мілітаризації суспільства;

6) правові основи діяльності держави існують, але в законодавстві значну перевагу мають правові норми адміністративного та карного характеру;

7) права та свободи людини в конституції проголошені частково, але реально відсутній механізм їх захисту;

8) існує система службовців, які аналізують не тільки погляди, професійні дії людей, але і їх особисте життя;

9) в країні домінує ідеологія рівності всіх членів суспільства;

10) люди, погляди яких відрізняються від ідеології керівної партії, вважаються ворогами народу і несуть, як правило, неадекватну за своїм змістом до вчинків відповідальність;

11) ЗМІ підвладні керівній партії, і чітко формують у населення думку про великий успіх у розвитку країни та щасливе її майбутнє.

Фашизм – це сукупність форм і методів здійснення влади, за допомогою яких реалізується ідея зверхності однієї нації над іншими націями.

Основні ознаки:

1) керівною в державі є партія, яка підтримує і забезпечує реалізацію ідеї зверхності однієї нації над іншими;

2) правові основи діяльності держави існують, але вся ідея права побудована на керівній ідеї і визначенні системи пільг та привілеїв для певної нації, права і свободи інших національностей законодавство не забезпечує;

3) основний спосіб формування влади – військово-політичний централізм, який полягає в поєднанні інтересів фашистської партії та військово-промислового комплексу;

4) у країні поступово нарощуються карні міністерства та відомства, яким надається право застосування покарання без суду та слідства до населення своєї та інших країн;

5) у результаті діяльності фашистської партії формується так зване “фашистське право”.

Авторитарний режим – це сукупність форм і методів здійснення державної влади в умовах проголошення права і свобод людини, але при відсутності реального механізму їх забезпечення .

Основні ознаки:

- 1) в державі існує одна або декілька політичних партій, які мають єдину ідеологію;
- 2) практичне керівництво в усіх сферах суспільного життя здійснюється політичною партією;
- 3) формально структура вищих органів державної влади представлена законодавчими, виконавчими, судовими органами;
- 4) законодавчі органи діють формально, затверджуючи рішення попередньо прийняті вищим партійним керівництвом держави;
- 5) до управління державою допускаються представники партійної еліти, для формування якої існує спеціальна система;
- 6) до відповідальності притягуються люди, позиція яких не співпадає з генеральною лінією партії;
- 7) головним принципом управління державою є партійний централізм;
- 8) для держави характерний високий рівень мілітаризації суспільства;
- 9) у населення поступово формується впевненість у тому, що всі проблеми вирішуються виключно державою; це стає передумовою відсутності громадської активності, а відповідно і формування громадянського суспільства.

Демократичний режим – режим, при якому реально проголошуються і забезпечуються права і свободи людини та реалізуються принципи правосуддя.

Основні ознаки:

- 1) існує система органів, яка забезпечує дотримання і відновлення порушених прав і свобод людини;
- 2) кожна людина має реальні можливості захисту своїх порушених прав у відповідних міжнародних органах;
- 3) реалізується, при утворенні вищих органів державної влади, принцип народовладдя. Основним критерієм для вибору кандидатур є політичні погляди претендентів та їх рівень професійної підготовки;
- 4) утворюються певні інститути громадянського суспільства, які активно співпрацюють з вищими державними органами;

5) регулювання соціальних відносин здійснюється за допомогою різноманітних соціальних норм. Питома вага правового регулювання значно зменшується;

6) відсутня монополія держави на інформацію;

7) здійснюється перерозподіл влади на користь регіональних органів управління та органів місцевого самоврядування;

8) існує політичний та економічний плюралізм.

Ліберально-демократичний – вища форма демократичного режиму, яка базується на принципах гуманізму, довіри, реального розподілу влади.

Основні ознаки:

1) високий рівень свідомості та активної громадянської позиції населення країни;

2) незалежність правосуддя;

3) забезпечення прав і свобод людини при підвищеній відповідальності представників державної влади за їх порушення;

4) децентралізація влади, при якій держава залишає під своєю юрисдикцією виключно стратегічно важливі сфери діяльності (оборона держави, військово-промисловий комплекс, розробка корисних копалин тощо);

5) високий рівень економічної незалежності всіх членів суспільства від держави; велика питома вага людей з високим рівнем матеріальної забезпеченості; висока свідомість людей.

Р. С. Охлократія, поліархія, теократія та тимократія – це стан у державі, різновид того чи іншого політичного режиму, а не його форма.

Охлократія (від грец. - натовп і влада) - тимчасове або більш-менш тривале домінування в політичному житті суспільства натовпу, юрби, “маси”; один із способів здійснення політ, влади, що суттєво доповнює кризові політичні режими. Феномен *охлократія* висвітлюється старогрецьким істориком Полібієм, представлений в теоріях держави Платона і Аристотеля, у концепціях сучасних теоретиків політичного процесу. Згідно з Аристотелем *охлократія* є крайнім проявом негативних властивостей демократії (народовладдя), її збоченою формою. Вона стає можливою за умов відсутності легітимного державного управління, в ситуації безвладдя, деструкції механізмів регулювання суспільного життя. Спалахи *охлократії* в історії політичного життя спостерігаються, як правило, за кризових часів, на переломних етапах суспільного поступу, за умов загострення соціальних суперечностей. Саме тоді виникають сприятливі обставини для проявів охлократичного стихійного політичного екстремізму “тиранії натовпу” (за Платоном).

За своїм характером *охлократична поведінка* є типовим проявом “негативної свободи”, яка межує з анархією, всездозволеністю, свавіллям. Вона свідчить про соціальні недуги суспільства, є симптомом “хвороби” держави. Як соціальне явище *охлократія* не

містить у собі творчого потенціалу, вона деструктивна, реалізує себе в антисупільній поведінці людей, погромах, безглуздому руйнуванню, насильстві. Носієм *охлократичних настроїв і поведінки* є соціальні аутсайтери, люмпенізовані і маргіналізовані верстви населення, або суспільні групи, свідомість яких отруєна шовіністичними, фанатичними, та іншими аналогічними їм ідеями та уявленнями. Особистій психології і моралі в умовах *охлократії* притаманні зрівняльні мотиви, заздрість, ксенофобія, домінування емоційного, нерозвиненого в громадянському сенсі, начала. Лідери *охлократичних рухів* - це переважно ватажки, екстремісти, політичні авантюристи, які використовують безглузду руйнівну енергію натовпу для здійснення власних цілей або для задоволення політиканських амбіцій, на національному, релігійному чи побутовому ґрунті. З цією метою вони вдаються до вульгарно спрощеного тлумачення суспільних проблем, грають на почутті гострого невдоволення багатьох людей своїм суспільним статусом, незадовільним матеріальним становищем, соціальною незабезпеченістю. Історія і сучасного політичного життя наочно демонструють велику загрозу *охлократії* як чинника поглиблення кризової ситуації, здатного зумовити катастрофічний перебіг подій.

Поліархія (від грец. - багато і влада, джерело, засада; дослівно - багатовладність, багатозасадність) - різновид політичного режиму, який характеризується розподілом та розосередженням влади між її різними центрами та носіями. У сучасну політичну науку поняття "*полігархія*" запровадили американські політологи Р.Даль та Т.Ліндблом у 1953 році. Названий термін вони запропонували виходячи із наявного розходження нормативного і емпіричного понять демократії й витікаючих звідси незручностей при використанні цієї категорії в науці і у повсякденному спілкуванні. Згідно з Р.Далем *поліархія* означає правління меншості, що вибирається народом на конкурентних виборах. Вона поширюється й на античні поліси, й на середньовічні республіки, і на сучасні конституційні держави із всезагальним виборчим правом і суперництвом за владу політичних партій.

Демократія ж, на відміну від поліархії - це ідеал, що передбачає рівну участь усіх громадян в управлінні. Дж.Сарторі використовує поняття *поліархія* у своїй теорії вертикальної, або елітистської демократії, зокрема в аналізі розподілу влади між політичними елітами і населенням. Виходячи з цього, він визначає сучасну демократію як "виборчу (селективну) поліархію". Суттєвим елементом *поліархії*, згідно з його концепцією, є наявність кількох альтернативних еліт, конкуренція між ними, а також наявність інститутів та механізмів, які б гарантували суспільство від негативних наслідків боротьби між елітами.

Поняття *поліархія* сприяє включенню в сучасну теорію демократії таких аспектів, як ідейний і організаційний плюралізм, політичний конфлікт, співвідношення "вертикального" і "горизонтального" вимірів демократичної політики, взаємовідносин між виконавчою і

представницькою владами тощо, що значною мірою розходиться із класичним уявленням про демократію.

Теократія (від грец. - бог і влада, букв. - боговладдя) - форма державного правління, за якої безпосереднім носієм влади вважається Бог, а її реалізація здійснюється переважно духовенством, главою церкви і кліру. Поняття “теократія” вперше було запроваджено давньоєврейським істориком Іосифом Флавієм (37-95) стосовно державного устрою Іудеї, де з V до I ст. до Різдва Христового влада належала жерцям на чолі з першосвященником.

Тимократія (від грец. - ціни, честь і лат. - влада) - особлива форма олігархії у стародавній Греції, правління, за яким державна влада належала привілейованій більшості з високим майновим цензом. *Тимократія* означала практику поділу громадян відповідно до майнового цензу, коли визначалися розміри грошових платежів, військова повинність, а також можливість тримати необхідну кількість коней до неї, що суттєво впливало на відповідні політичні права. Приклад *тимократії* - державний устрій в Афінах, що склався внаслідок реформ Солона (VI ст. до Різдва Христового), згідно з якими громадяни Афін були поділені на розряди відповідно до доходів від землі.

Технократія (від грец. - мистецтво, ремесло, майстерність і - влада) - влада технічних фахівців (технократів), а також ідейно-теоретичне обґрунтування цієї влади, тип політичного режиму, в якому технократи посідають домінуюче становище.

Ідея особливого значення в житті суспільства людей технологічного знання, фахівців була виразно сформульована А.Сен-Симоном. Вона знайшла ґрунтовну розробку в контексті теорії індустріалізації суспільства, у зв'язку з проблемою раціоналізації соціуму (за М.Вебером). У працях американського соціолога Т.Бунд Веблена, зокрема «Інженери і система цін» (1921), обґрунтовується центральна теза технократичної доктрини - розвиток економіки, технології має випереджати еволюцію індивідуальних соціальних інститутів, технократи (всі фахівці науково-технічного процесу) є авангардною суспільною верствою, носіями загальносуспільного інтересу. Ця теза визначила головні концепти сучасної теорії індустріального та постіндустріального суспільства, його новітні модифікації (Дж.Гелбрейт, Д.Белл, У.Ростоу, О.Тоффлер). Центральне місце в концепції *технократії* посідає ідея про владу, заснована на знаннях, компетентності, професіоналізмі, про можливість заміни політичних рішень науково-технічними рішеннями. На думку Дж.Гелбрейта, до влади, до процесу прийняття політичних рішень має бути залучена вся техноструктура суспільства.

Відображуючи одну з визначальних тенденцій суспільного прогресу - зростаюче значення науково-технічного і технологічного чинника, - технократична доктрина з часом дедалі більше набирає політичного спрямування. Зусиллями А.Берла, А.Фріша, Дж.Гелбрейта положення про технократів як “клас управляючих”, соціальну еліту (Р.Міллс) перетворилося на визначальну рису характеристики суспільного ладу, життєдіяльність якого

визначається “високими технологіями”, складними комп'ютерними системами, інформатикою, телемеханікою тощо. На думку представників неотехнократизму, “соціальний інтелект”, уособлений в досягненні НТП (науково-технічного прогресу), здатний вирішити всі нагальні суспільні проблеми, здійснити гуманізовану калькулюючу експертизу політичних рішень та їхніх соціальних наслідків. Оскільки початок 80-х рр. знаменував собою активізацію технократичних ідей у зв'язку з появою нової комп'ютерної техніки, це сприяло виникненню концепцій інформаційного і техногенного суспільства.

Абсолютизація і фетишизація науково-технічних чинників та їх суб'єктів, притаманні технократичному стилю мислення, наділяє його рисами відвертого утопізму, що є об'єктом гострої критики численних опонентів технократії (неомарксизм, франкфуртська школа, “екологісти”, “новий гуманізм”). Вони, зокрема, фіксують факт виникнення технобюрократії, звертають увагу на посилення мілітаристського сектора технологічної та виробничої бази суспільства, констатують появу нового (“технологічного”, “інформаційного”) відчуження людей. Як зазначає О.Тоффлер (“Зсув влади”, “Знання, багатство і насильство на порозі XXI століття”, 1990), високотехнологічні, наукомісткі виробництва не є панацеєю від суспільних бід. Технологічний оптимізм, притаманний технократизму, має бути виваженим, враховувати весь спектр чинників суспільного розвитку, всі чинники життєдіяльності людини. Тим більше, що за нинішніх умов у сферу технічної раціональності все більше проникають неспеціалісти - соціологи, політики, біологи, екологи, - котрі розвінчують міф про незалежність технічного розвитку від загальносоціального поступу.

Анархізм – (від грец. –безвладдя) – ідейно-теоретична та суспільно-політична течія, в основі якої – заперечення інституціонального, насамперед державного управління суспільством.

Анархізм виник і розвивався як антитеза авторитарним тенденціям державності. Ще у VI-V ст. до Різдва Христового грецький філософ Зенон заперечував будь-яку форму державного устрою на користь вільної солідарності громадян. Основоположником *анархізму* прийнято вважати *У.Гудвіна*, однак він пропонував не негайне знищення держави, що є наріжним постулатом *анархізму*, мінімізацію її функцій з можливою наступною ліквідацією. Засади *анархізму* були закладені у 40-ві роки XIX століття П.-Ж.Прудомом, який запровадив термін “*анархія*”, та М.Штірнером (псевдонім Й.Шмідт). Політична доктрина *анархізму* докладно розроблена М.Бакуніним та П.Кропоткіним.

РОЗДІЛ II. Державна влада у демократичному суспільстві

Поняття „демократія” та „демократія парламентська”

Демократія (від грец. - народ і влада) - влада народу, народовладдя, що виходить з організації та функціонування державної влади на засадах визнання народу її джерелом і носієм, ґрунтується на прагненні забезпечити справедливість, рівність і добробут усіх при розв'язанні проблем і питань суспільного врядування.

Демократія може виявлятися як у державній так і в недержавній суспільно-політичних організаційних формах (внутріпартійна, виробнича *демократія* та інші), хоча найбільш поширеним є її розуміння як державної форми, форми політичного режиму на протипагу антидемократичним режимам (авторитаризму, тоталітаризму, диктатурі, деспотизму, фашизму та іншим). За формою і способом здійснення *демократія* поділяється на безпосередню (референдум, пряме голосування, всенародне обговорення та інші) і представницьку, коли рішення приймаються через депутатів та інших народних представників.

Демократія насамперед означає формальне визнання народу джерелом влади, її сувереном, тобто суб'єктом визначення характеру і змісту владних функцій, стосовно яких влада відіграє обслуговуючу роль. Ознакою *демократії* є визнання права всіх громадян на участь у формуванні органів державної влади, контроль за їхньою діяльністю, вплив на прийняття спільних для всіх рішень на засадах загального, рівного виборчого права і здійснення цього права у процедурах виборів, референдумів тощо. Ознакою демократичних порядків при прийнятті рішень вважається чітке визначення проведення всіх процедур та процесів за допомогою регламентів. Цьому найбільше відповідає республіканська форма державного правління парламентського чи президентського типу. *Демократія* передбачає процедури прийняття рішень у відповідності до волі більшості із визнанням і поважанням прав і потреб меншості, культуру дотримання закону й конституційного порядку, толерантне, терпиме ставлення до інших думок і позицій, готовність до компромісу у розв'язанні спірних питань.

Справжня *демократія* є альтернативою як тоталітарно-авторитарному централізму, так і анархістському децентралізму. Це такий стиль соціальних взаємин, коли їхні учасники здатні свідомо й відповідально покласти на себе функції „центру”, долати відчужене ставлення до всезагального інтересу; коли авторитет сили чи майна витісняється авторитетом людяності, освіченості, компетентності тощо. *Демократія* – „це не тільки вільні вибори і верховенство народу, не тільки плюралізм політичних інтересів, а ще й жорстка система державної субординації із чітким розподілом повноважень, що дотримуються не

тільки завдяки декретам і постановам, але й через силові структури верховних органів, обраних народом і підтримуваних ним” (А.Мігранян).

Легітимна влада демократичного суспільства залежить від волевиявлення народу. *Демократія - не тільки справедливі, правові закони, не самі тільки розумно сконструйовані інституції й установи, а ще й демократично налаштоване громадянство.* Демократичні закони та установи не діятимуть демократично, якщо відсутня демократична свідомість громадянства, демократичний менталітет. *Демократія – не тільки участь у виборах і референдумах, а й згода народу жити за умов існуючої влади, виконувати, дотримуватися її настанов.* Демократичність влади полягає в її відповідності внутрішньому єству демосу. Демократичність політичного режиму може втілюватися у різних, не тільки республіканських, формах державного правління (приміром, цілком демократичними вважаються парламентарні монархії в Швеції або Голландії).

За сучасних умов політичний демократизм, окрім іншого, означає:

- особисту, індивідуальну свободу людини; спосіб управління суспільними справами, певний режим, порядок здійснення влади;
- соціальна активність, участь громадян у житті держави, у розв'язанні суспільних проблем.

Демократія дає окремій особі певну міру свободи, право діяти на власний розсуд в особистому житті, свободу вибору і обрання представників влади, свободу слова тощо. *Демократія - безсумнівна цінність, яка не припускає жодних обмежень.* На відміну від авторитаристського патерналізму, вона нічого не дарує, але гарантує можливість кожному самому захищати себе та свій добробут, свої громадянські права, які є природними і невід'ємними. *Демократія - це наказ урядові не допускати таких порядків, які б обмежували права і свободи людей.* Проте, коли *демократію* розуміють тільки як негативну, зворотну проекцію тоталітаризму (як тоталітаризм навпаки), вона перетворюється на охлократію. Найпершою умовою демократичності суспільства є демократична настроєність громадянства, відповідний рівень громадянської культури. *Демократія - це духовний стан людей, характер їхніх уявлень про самих себе, про свої права, можливості та обов'язки.* *Демократія* буває такою, якими є самі люди. Разом з тим *демократія - важлива й універсальна політична умова й засіб оптимізації організації, функціонування і вдосконалення суспільства й держави, вільного розвитку особистості.*

Демократія парламентська - форма організації та порядку роботи парламенту, яка передбачає постійну участь усіх або більшості членів та структур парламенту в здійсненні його функцій і повноважень, найповніше вираження їх волі й тим самим волі й інтересів виборців і народу в цілому в законах та інших актах, що приймаються парламентом. *Парламентська демократія* знаходить свій вияв насамперед у принципах і організаційно-

правових формах роботи парламенту, в статусі парламентарів і структур парламенту, в організаційному, правовому, інформаційному, науковому, фінансовому та іншому забезпеченні його роботи.

Відповідно до Конституції України і Постанови Верховної Ради України про Регламент Верховної Ради України засідання останньої, її комітетів і тимчасових спеціальних комісій є відкритими і гласними, за винятками, встановленими цим Регламентом. Гласність роботи Верховної Ради України забезпечується шляхом трансляції її засідань по телебаченню і радіо, публікації стенографічного звіту її засідань, публікації її рішень у „Відомостях Верховної Ради України”, газеті „Голос України” та інших офіційних виданнях парламенту. Верховна Рада України проводить свою роботу сесійно. Її сесії складаються з пленарних засідань і засідань постійних комітетів та тимчасових спеціальних комісій, що проводяться в період між пленарними засіданнями. Пленарні засідання Верховної Ради України відкриваються і проводяться, якщо на них присутні не менш двох третин від конституційного складу парламенту. Голосування на засіданнях Верховної Ради України здійснюється народним депутатом особисто.

Рішення Верховної Ради України приймається виключно на її пленарних засіданнях шляхом голосування. Прийняття рішення без обговорення питання на пленарному засіданні допускається лише у випадках, зазначених у Регламенті Верховної Ради. Закони України, постанови Верховної Ради та інші рішення (крім процедурних або зазначених окремо в законі) вважаються прийнятими, якщо після їх обговорення на пленарному засіданні за них проголосувала більшість від конституційного складу Верховної Ради України. Особливий порядок має внесення змін до Конституції України.

Законопроект про внесення змін до Конституції України, крім розділу I „Загальні засади”, розділу III „Вибори. Референдуми” і розділу XIII „Внесення змін до Конституції України”, попередньо схвалений більшістю від конституційного складу Верховної Ради України, вважається прийнятим, якщо на наступній черговій сесії парламенту за нього проголосувало не менш як дві третини від конституційного складу Верховної Ради України.

Законопроект про внесення змін до розділу I „Загальні засади”, розділу III „Вибори. Референдуми” і розділу XIII „Внесення змін до Конституції України” подається до Верховної Ради України Президентом України або не менш як двома третинами від конституційного складу парламенту і за умови його прийняття не менш як двома третинами від конституційного складу Верховної Ради України, затвердженого всеукраїнським референдумом.

Держава як соціальне явище

Держава - базовий інститут політичної системи і політичної організації суспільства, який створюється для налагодження життєдіяльності суспільства в цілому і здійснення

політичної, влади домінуючою частиною населення у соціально-неоднорідному суспільстві з метою забезпечення його цілісності й безпеки, задоволення загально соціальних потреб. Виникнення та існування *держави* пов'язується з будь-яким соціальним (а не біологічним) розшаруванням суспільства, з його поділом на ті чи інші частини, які поряд із спільними, зокрема загально соціальними та загальнолюдськими, мають також і свої особливі, а нерідко й протилежні потреби, інтереси. Поділ суспільства на класи (у соціально-економічному, традиційно-марксистському розумінні цього поняття) - це хоча й найбільш поширена умова виникнення *держави*, проте не єдино можлива. Вона може сполучатися, „переплітатися” з поділом суспільства, скажімо, на етнічні групи та інші соціальні „підрозділи” які, проте, як і „чисті” класи, посідають здебільшого неоднакове положення в системі суспільного виробництва. *Держава* може виникнути й у докласовому суспільстві, якщо воно втратило соціальну однорідність („протодержава”). Отже, будь-яка соціальна неоднорідність суспільства зумовлює необхідність *держави*. Такий підхід аж ніяк не заперечує, не виключає класового походження *держави*, але й не зводиться тільки до нього. За деякою, на перший погляд, невизначеністю поняття „домінуюча частина населення” все ж є зрозумілим, що йдеться про найвпливовішу соціальну групу, хоча такий - вирішальний - її вплив (зокрема панування) може знаходити прояв у різних сферах суспільних відносин і здійснюватись у різних формах. Отже, призначення *держави* вирішувати загальносуспільні питання, організовувати задоволення загально соціальних потреб, здійснення яких не підвладне будь-якій іншій організації, структурі. Однією з таких потреб є забезпечення певної єдності суспільства як цілісного соціального організму (які б внутрішні суперечності, конфлікти його не розшаровували). Остання обставина якраз і зумовлює інтегративну (координуючу, узгоджувальну, „консенсусну”) місію *держави*, при забезпеченні якої вона може виступати виразником, представником інтересів не тільки домінуючої частини населення, але й усього суспільства. Держави різних історичних епох і народів мало схожі між собою. І все ж вони мають деякі спільні ознаки, властиві кожній з них: відділення публічної влади від суспільства, її нетотожність з організацією всього населення, поява професіоналів-управлінців; класовий характер; територія, що окреслюється кордонами держави; суверенітет (верховна влада на певній території); монополія на легальне застосування сили, фізичного примусу; право на збирання податків з населення; обов'язковість членства в державі; претензія на представництво суспільства як цілого, на захист спільних інтересів і спільного блага.

Поряд із вищезазначеним загально політологічним підходом поняття *держави* має й інші численні визначення. Із широкої соціологічної точки зору - це всяке територіальне організоване і політично незалежне суспільство. *Держава* покликана зберегти як у внутрішніх, так і у зовнішніх стосунках політичну організацію певного народу і забезпечена

необхідними засобами для здійснення цього. Тому є сама необхідною політичною формою організації такого суспільства („глобального суспільства”), центральним інститутом і зосередженням його влади, організованого і легітимного примусу. У цьому сенсі *держава* є інтегруючим елементом глобального суспільства, підтримуючи в ньому певний нормативний порядок і здійснюючи ряд життєво необхідних для цього функцій. Із суто правничої точки зору (конституційного права, міжнародного публічного права) - це специфічна юридична особа зі своїми власними інтересами, носій суверенітету і юридична персоніфікація певного народу („держава – нація”) в міжнародних стосунках. У цьому, більш вузькому розумінні, *держава* ідентифікується із загальнонаціональною публічною владою глобального суспільства (законодавчою, виконавчою і судовою), яка протистоїть окремим громадянам, їх об'єднанням, місцевим і регіонально - територіальним колективам і яка відзначається повнотою, єдністю, верховенством і незалежністю. Суверенітет *держави* втілюється в системі її суверенних прав, а також суверенних атрибутів (назва *держави*, столиця *держави*, державна мова) і символів (прапор *держави*, герб *держави*, гімн *держави*). Складниками державної організації в цьому розумінні виступають:

- власна територія як просторова сфера здійснення суверенної влади в межах державних кордонів;
- власне населення, юридично організоване за допомогою інституту громадянства в народ держави - суб'єкт її суверенної влади;
- власний уряд - уособлення сукупності інститутів суверенної влади, непідвладних будь-якій іншій *державі*.

Конкретні способи юридичного вирішення взаємозв'язку зазначених складових у рамках єдиного цілого розглядаються як елементи форми *держави*. Сучасні *держави* розрізняються між собою за формою урядування (республіки, монархії), формою устрою (унітарні, федерації, конфедерації), формою політичного режиму (парламентарні, президентські, напівпрезидентські, авторитарні, тоталітарні). *Держава* в цьому розумінні як „суспільство політичне” протистоїть „суспільству громадянському”, стосовно якого вона здійснює свою владу і виконує певне число функцій. Розрізняють у цілому дві функції *держави* - внутрішню і зовнішню - відповідно до двох основних напрямків її діяльності. Внутрішня - реалізується у внутрішньодержавних стосунках, зовнішня - у стосунках з іншими державами і міжнародними організаціями і спрямована на охорону національних інтересів на міжнародній арені. Ці функції далі конкретизуються щодо окремих сфер державної діяльності. Наприклад, у правничій діяльності *держави* традиційно розрізняють три функції: легіслативну (законодавчу), яка втілюється в прийнятті законів як загальних знеособлених норм, обов'язкових для всіх; виконавчу, яка полягає у виконанні прийнятих законів і управлінні *державою*; судову, яка складається з розгляду і вирішення колізій, що

виникають у процесі здійснення законів. У її суто політичній діяльності розрізняють функції загального волеформування і прийняття державних рішень, мобілізації, охорони, легітимації та деякі інші. В її економічній діяльності розрізняють три можливі функціональні „моделі”:

- повторного невтручання *держави* у сферу економіки („держави-арбітра”);
- державного регулювання економічної діяльності і безпосереднього здійснення *державою* якоїсь її частини („держави-інтервента”);
- взяття *державою* безпосередньо на себе основної економічної діяльності в суспільстві („тоталітарної держави”). До цього потрібно додати етноінтегруючу функцію *держави*, в рамках якої вона забезпечує цілісність нації, стимулює її єдність і культурний поступ, інтеграцію її окремих елементів в єдине соціальне ціле, здійснює її консолідацію, забезпечує нормальні зовнішні умови її існування і розвитку.

Суть *держави*, оцінка її реальної ролі в суспільстві мають різне трактування в контексті різних ідеологій, а тому суттєво різняться - від повного неприйняття *держави* як такої (анархізм) до визнання її як найбільш ефективного засобу досягнення певних ідеологічно обґрунтованих групових цілей. У християнсько-демократичних ученнях призначення *держави* вбачають в утвердженні християн, засад Євангелія. У трактуваннях соціал-демократії вона призначена активно контролювати розвиток соціально-економічної сфери з тим, щоб забезпечити загальне благополуччя („держава добробуту”). У марксистських інтерпретаціях *держава* розглядається як знаряддя економічно пануючого класу і поступового переходу до нового безкласового суспільства. Поняття *держава* слід відрізнити від поняття „державного утворення” - внутрішньодержавних структурних компонентів, які, не будучи самі по собі суверенними *державами*, мають деякі їх зовнішні ознаки (своя конституція, законодавча і виконавча влада; законодавство, деякі атрибути і символи) і користуються правами політичної автономії („штати”, „землі” й інші суб'єкти федерацій, автономні „провінції” чи „республіки” в унітарних *державках*, наприклад, Республіка Крим в Україні, „суверенні” республіки в Росії, автономні провінції в Іспанії тощо); а також від поняття „залежна держава”, яка є обмеженою у своїй правочинності на користь інших *держав* на основі міжнародного договору з нею (наприклад Ліхтенштейн).

Правова держава

Правова держава – тип держави, основними ознаками якої є зв'язаність правом, верховенство закону, поділ влади, правовий захист особи, юридична рівність громадянина і держави.

Доктрина *правова держава* становить складне, детально розроблене вчення, яке пояснює не тільки взаємодію держави і права як своєрідних і самостійних суспільних явищ, а й багатьох явищ у сфері політики, соціального управління, етики тощо. Зародження ідей, які стали складовими цієї доктрини, можна простежити вже в концепціях великих мислителів

античності (Платона, Аристотеля, Полібія, Цицерона) і середньовіччя в тій мірі, в якій у тогочасний історичний період відбувалося становлення, розвиток, впорядкування держав із різними формами правління, з перспективними і ефективними державно-правовими інститутами (парламент, суд присяжних, міське самоуправління та ін.). Уже в античну епоху було висунуто ідеї природного права - вчення про ідеальне, незалежне від держави право, що випливає з велінь розуму і природи людини. Формальне розуміння природних прав, свободи особи (свободи, яка передбачає певну незалежність від державної влади) остаточно сформулював у XVII ст. англ. філософ Д.Локк. Авторитетну трактовку принципу панування права було дано визначним представником англійського конституційного права А.Дайсі (панування права як перевага звичаєвого права на протидію впливу свавілля, рівність перед правом). У Франції перший період у дослідженні проблеми *правової держави* пов'язаний з іменами Ж.-Ж.Руссо (ідея народного суверенітету), Ш.Монтеск'є (теорія поділу влади). Ідея *правової держави* в Німеччині веде свій початок від праць І.Канта, І.Фіхте, Г.Гегеля, Р.Моля, Ф.Ю.Штала, Л.Штейна, Р.Гнейста, О.Майєра, О.Бера, П.Лабанда, Г.Єллінека.

Принцип зв'язаності держави правом передбачає, що державна влада, як влада організована правом, може здійснюватись лише в правових формах. Засобами зв'язування державної влади є:

- конституція як засіб формального обмеження діяльності державної влади;
- форми діяльності державної влади, які встановлені в конституції та інших законах;
- межі, що встановлюються закономірностями соціально-психологічного життя людей;
- громадянські свободи як об'єктивний обмежувач державної активності.

У *правовій державі* панівне становище повинен займати лише закон. Підзаконні акти, що суперечать законові, скасовуються або приводяться у відповідність із законом. За змістом закони не повинні виходити із правових меж, встановлених для втручання державної влади в особисте і суспільне життя. В основу конструкції *правова держава* покладено засаду поділу влади на законодавчу, виконавчу і судову. При цьому слід зауважити, що влада державна, як влада верховна, є єдиною і неподільною, розділити можна тільки функції. Державна влада, залежно від цілей, до яких вона прагне, і від форм, у яких вона діє, проявляється в різних функціях, із яких основними є законодавство, суд і управління. Характер відносин між громадянином і державою є ключовим питанням доктрини *правової держави*. У *правовій державі* досягається юридична рівність громадянина і держави. Державна влада визнає за особою не тільки обов'язки, а й певні права, претензії стосовно держави. Держава, підкоряючись праву, має як суб'єктивні права, так і обов'язки: але вона

має права лише остільки, оскільки має відповідні обов'язки населення, і відповідно має обов'язки лише в межах прав населення.

Повне здійснення всіх ідеалів *правової держави* неможливе. Держава в дійсності не може повністю відповідати формам, які виражені її законами. Самозбереження і розвиток держави не можуть бути забезпечені, якщо її діяльність обмежити функцією захисту права. Між державою і правом існує неминучий і постійний конфлікт. Дотримуватись правових норм змушує державу співвідношення соціальних сил всередині держави і поза нею, яке не може завжди триматись на одному рівні. Нестабільність у суспільстві зумовлює зміну співвідношення між владою держави і владою права в той чи інший бік. Критерієм для віднесення певної держави до держав правових слід визнати стабільність суспільства, оперативність державного врядування, відносну задоволеність громадян діяльністю держави.

Правова держава – тип держави, основними ознаками якої є зв'язаність правом, верховенство закону, поділ влади, правовий захист особи, юридична рівність громадянина і держави.

Доктрина *правова держава* становить складне, детально розроблене вчення, яке пояснює не тільки взаємодію держави і права як своєрідних і самостійних суспільних явищ, а й багатьох явищ у сфері політики, соціального управління, етики тощо. Зародження ідей, які стали складовими цієї доктрини, можна простежити вже в концепціях великих мислителів античності (Платона, Арістотеля, Полібія, Цицерона) і середньовіччя в тій мірі, в якій у тогочасний історичний період відбувалося становлення, розвиток, впорядкування держав із різними формами правління, з перспективними і ефективними державно-правовими інститутами (парламент, суд присяжних, міське самоуправління та ін.). Уже в античну епоху було висунуто ідеї природного права - вчення про ідеальне, незалежне від держави право, що випливає з велінь розуму і природи людини. Формальне розуміння природних прав, свободи особи (свободи, яка передбачає певну незалежність від державної влади) остаточно сформулював у XVII ст. англ. філософ Д.Локк. Авторитетну трактовку принципу панування права було дано визначним представником англійського конституційного права А.Дайсі (панування права як перевага звичаєвого права на протигагу впливу свавілля, рівність перед правом). У Франції перший період у дослідженні проблеми *правової держави* пов'язаний з іменами Ж.-Ж.Руссо (ідея народного суверенітету), Ш.Монтеск'є (теорія поділу влади.) Ідея *правової держави* в Німеччині веде свій початок від праць І.Канта, І.Фіхте, Г.Гегеля, Р.Моля, Ф.Ю.Штала, Л.Штейна, Р.Гнейста, О.Майера, О.Бера, П.Лабанда, Г.Єллінека.

Принцип зв'язаності держави правом передбачає, що державна влада, як влада організована правом, може здійснюватись лише в правових формах. Засобами зв'язування державної влади є:

- конституція як засіб формального обмеження діяльності державної влади;

- форми діяльності державної влади, які встановлені в конституції та інших законах;
- межі, що встановлюються закономірностями соціально-психологічного життя людей;
- громадянські свободи як об'єктивний обмежувач державної активності.

У *правовій державі* панівне становище повинен займати лише закон. Підзаконні акти, що суперечать законові, скасовуються або приводяться у відповідність із законом. За змістом закони не повинні виходити із правових меж, встановлених для втручання державної влади в особисте і суспільне життя. В основу конструкції *правова держава* покладено засаду поділу влади на законодавчу, виконавчу і судову. При цьому слід зауважити, що влада державна, як влада верховна, є єдиною і неподільною, розділити можна тільки функції. Державна влада, залежно від цілей, до яких вона прагне, і від форм, у яких вона діє, проявляється в різних функціях, із яких основними є законодавство, суд і управління. Характер відносин між громадянином і державою є ключовим питанням доктрини *правової держави*. У *правовій державі* досягається юридична рівність громадянина і держави. Державна влада визнає за особою не тільки обов'язки, а й певні права, претензії стосовно держави. Держава, підкоряючись праву, має як суб'єктивні права, так і обов'язки: але вона має права лише остільки, оскільки має відповідні обов'язки населення, і відповідно має обов'язки лише в межах прав населення.

Повне здійснення всіх ідеалів *правової держави* неможливе. Держава в дійсності не може повністю відповідати формам, які виражені її законами. Самозбереження і розвиток держави не можуть бути забезпечені, якщо її діяльність обмежити функцією захисту права. Між державою і правом існує неминучий і постійний конфлікт. Дотримуватись правових норм змушує державу співвідношення соціальних сил всередині держави і поза нею, яке не може завжди триматись на одному рівні. Нестабільність у суспільстві зумовлює зміну співвідношення між владою держави і владою права в той чи інший бік. Критерієм для віднесення певної держави до держав правових слід визнати стабільність суспільства, оперативність державного врядування, відносну задоволеність громадян діяльністю держави.

Інститут делегування повноважень: децентралізація та деконцентрація

Делеговане законодавство - система законодавчих норм і правил, завдяки застосуванню яких один орган публічної влади передає (делегує) частину своїх повноважень іншому органу як публічної влади, так і ні (наприклад, органом місцевого самоврядування органу самоорганізації населення). Механізм *делегованого законодавства*, був значно вдосконалений у 50-60-х роках, у часи загального підсилення ролі виконавчої влади („П'ята республіка” у Франції часів Шарля - де Голля та інші) з метою більш ефективного і оперативного здійснення законотворчого процесу. За сучасних умов *делеговане*

законодавство конституційно закріплене і діє в багатьох країнах Європи з парламентською та парламентсько-президентською формами державного правління, зокрема в Італії, Франції, Іспанії, Португалії та інших. *Делеговане законодавство* на найвищому рівні діяло в Україні протягом 1992-93 років, коли уряду було конституційно надано право видання декретів, що мали силу закону і діяли, якщо упродовж 10 днів з моменту їх видання Верховна Рада не накладала на них вето. У більшості тих країн, в яких застосовується *делеговане законодавство*, його механізм будується на основі спеціального закону, який обмежує право уряду на законодавче регулювання лише певного кола питань, як правило, соціально-економічного характеру, що не зачіпають конституційні основи державного ладу, територіального устрою, фундаментальних прав і свобод людини. При цьому уряд зобов'язаний чітко зазначити термін чинності законодавчого акта і коло питань, що ним регулюються.

Децентралізація (від латинського - заперечення, *centralis* - серединний, центральний) - управлінська політична система, покликана здійснювати владно значущі практичні рішення, що географічно чи організаційно перебувають поза межами безпосереднього впливу центральної влади; політичний процес, котрий передбачає делегування центральним урядом певних повноважень на місцевий рівень з метою оптимізації практичного вирішення питань загальнонаціональної ваги, а також втілення у життя специфічних регіонально-локальних програм.

За умови диференційованого підходу до *децентралізації*, розрізняють два типи останньої: адміністративний (бюрократичний) і демократичний. *Децентралізація адміністративна (інститути намісництва)* означає розширення компетенції місцевих адміністративних органів, які діють в межах цієї компетенції самостійно і до певної міри незалежно від центральної влади, хоча вищеназвані місцеві органи й призначаються центральним урядом. При відсутності використання елементів *демократичної децентралізації* цей тип означає по суті „не децентралізацію, а *деконцентрацію* влади” (М. Драгоманов). Для України поняття *деконцентрація* характеризується розширенням компетенції місцевих державних адміністрацій та структурних підрозділів центральних органів виконавчої влади, а *децентралізація* – делегуванням органами державної влади повноважень органам місцевого самоврядування.

Децентралізація в сучасному світі є органічним поєднанням окремих елементів вищезазначених типів, а також елементів централізму. Як правило, вона втілюється в неповторні моделі, що враховують історичний досвід і національні традиції певних держав. У федеративних державах (США, Німеччина, Швейцарія та інші) *децентралізація* полягає в поєднанні зовнішньої цілісності з внутрішньою різноманітністю на рівні місцевого самоврядування (штати, землі, кантони та інше з внутрішньою диференціацією форм і

розмаїттям у системах управління), а розподіл функцій і компетенції між федеральним урядом і місцевими структурами є суттєвим елементом у системі поділу і балансу влад. В унітарних державах (Франція, Швеція, Японія та інші) *децентралізація* втілюється засобом встановлення кількох адміністративних рівнів. Скажімо, у Швеції їх існує три (держава, лени, комуни), у Франції - чотири (держава, регіони, департаменти, комуни). Причому французька модель *децентралізації* (запроваджена 1982 році) за порівняно короткий термін дозволила досягти необхідної рівноваги між вищезазначеними адміністративними рівнями і водночас між центром (владою, призначеною в особі префекта) й місцевими органами (владою, обраною населенням) і таким чином подолати надмірну централізацію із збереженням унітарності.

Попри всі відмінності, притаманні різним моделям, *децентралізації* властиві спільні сутнісні ознаки, що водночас виступають її основоположними принципами: незалежність від форми державного устрою; чітке законодавче розмежування функцій та повноважень між різними рівнями управління; цілеспрямований розвиток розгалуженої системи місцевого самоврядування; невтручання держави у сферу суверенних прав земель, областей, регіонів („суверенітет народу”); подолання патерналізму через запровадження принципів діалогу і співпраці на різних рівнях соціального управління; самостійність місцевих органів влади у фінансовій сфері, фінансова підтримка органів місцевого і регіонального самоврядування з боку держави; законодавче закріплення горизонтальних і вертикальних взаємовідносин у сфері соціального управління. У сукупності вищезазначені принципи, в разі їхнього практичного втілення у життя, постійного розвитку і вдосконалення, забезпечують децентралізоване прийняття рішень, котре, як зафіксовано у „Всесвітній декларації місцевого самоврядування” (1985 року), „зменшує перевантаження центру, а також поліпшує та прискорює урядові дії, надає життєвості новим інститутам і збільшує ймовірність того, що створені служби за сприятливих умов підтримуватимуться та розвиватимуться”.

Особливості інститутів глави держави, парламентського, урядового і правосуддя в Україні

Тут вестимемо мову лише про владу, структура, повноваження та принципи діяльності якої визначаються Конституцією України та законами України.

Система публічної влади в Україні складається із двох компонентів: влади державної та влади самоврядування. Слід збагнути на цю відмінність, оскільки досі багато хто навіть із досить високих політиків чи державних чиновників не розуміють того, що місцеве самоврядування не є складовою державної влади: ст. 7 Конституції України вирізняє цю публічну інституцію, а основні принципи формування та діяльності органів місцевого самоврядування виписано в окремому розділі Конституції України – одинадцятому.

Характерною ознакою здійснення державної влади в демократичних країнах є її розподіл на три гілки: законодавчу, виконавчу та судову.

Законодавча влада реалізується парламентом, який ухвалює закони та через процедури парламентського контролю слідкує за їх виконанням.

Виконавча влада здійснюється урядом. У залежності від політичної системи тої чи іншої країни виконавчу владу в ній може очолювати як президент, так і прем'єр-міністр (керівник уряду).

Судова влада належить незалежній судовій системі, що уособлюється вищим судовим органом і головним завданням якої є однакове застосування законодавства на всій території держави.

Кожна гілка влади наділена власною компетенцією, а відмінний порядок формування, разом із певним взаємовпливом однієї гілки влади на іншу, створює так звану систему „стримувань і противаг”, яка не дає жодній із влад надмірно посилитись і підім'яти під себе іншу гілку влади (див. Додаток 4). Зрештою, співвідношення вищих органів державної влади в Україні – парламенту, уряду та Глави держави може бути змінено вже з 1 вересня 2005 року (або 1 січня 2006 року) згідно із Законом від 8 грудня 2004 року „Про внесення змін до Конституції України”.

Концентрацію влади лише в одній складовій чи в одному органі, як і надмірне посилення будь якої з гілок влади, незалежно від того, яким чином цього досягнуто (військовий переворот, революція, легальне законодавство, референдум тощо), можна характеризувати як диктатуру.

Зазвичай саме виконавча влада, яка потенційно є наймогутніша, найдужче схильна до свого посилення, проте історія знає приклади, коли надзвичайні повноваження, сконцентровані в парламенті, також ставали причиною диктатури парламенту.

Верховна Рада України

Єдиним органом законодавчої влади в Україні є парламент - Верховна Рада України (ст. 75 Конституції України).

Конституційний склад Верховної Ради України - чотириста п'ятдесят народних депутатів України, які обираються на основі загального, рівного і прямого виборчого права шляхом таємного голосування строком на чотири роки (а після набрання юридичної сили змін до Основного закону – на п'ять років). Народним депутатом України може бути громадянин України, який на день виборів досяг двадцяти одного року, має право голосу і проживає в Україні протягом останніх п'яти років. Не може бути обраним до Верховної Ради України громадянин, який має судимість за вчинення умисного злочину, якщо ця судимість не погашена і не знята у встановленому законом порядку (стаття 76 Конституції України).

Чергові вибори до Верховної Ради України відбуваються останньої неділі березня четвертого (а після набрання юридичної сили змін до Основного закону – п'ятого) року повноважень Верховної Ради України. Позачергові вибори до Верховної Ради України призначаються Президентом України і проводяться протягом шістдесяти днів з дня опублікування рішення про дострокове припинення повноважень Верховної Ради України. Порядок проведення виборів народних депутатів України встановлюється законом (стаття 77 Конституції України).

Народні депутати України обираються за змішаною (мажоритарно-пропорційною) системою (а після набрання юридичної сили змін до Основного закону – тільки за пропорційною системою).

Вибірчі системи. Світовий досвід

На сьогодні в світі є понад 200 держав із законодавчим органом, який формується шляхом періодичних виборів.

Традиційно найпоширенішою та найбільш простою і зрозумілою є *мажоритарна виборча система*. Сама назва говорить про те, що обраною вважається особа, яка отримала більшість голосів. Проте в світі існує кілька модифікацій цієї виборчої системи - їхні особливості зведено в таблицю.

Таблиця 4

| <i>Мажоритарна система</i> | |
|---|--|
| <i>Абсолютної більшості.</i> | <i>Відносної більшості.</i> |
| Обраним вважається кандидат, який отримав більше половини голосів виборців, що взяли участь у голосуванні. | Обраним вважається кандидат (кандидати), що отримав(-ли) більше голосів відносно інших кандидатів. |
| Застосовується в одномандатних округах. | Може застосовуватись як в одномандатних, так і в багатомандатних округах. |
| Якщо в першому турі ніхто з кандидатів не отримав більше половини голосів виборців, відбувається другий тур виборів, і в другому турі виборці голосують за одного з двох кандидатів, які набрали найбільшу серед усіх кандидатів більшість голосів виборців. У другому турі, як правило, для обрання абсолютної більшості голосів уже не треба. | Голосування відбувається в один тур. У багатомандатному окрузі обраними вважаються кандидати (відповідно до кількості мандатів в окрузі), які набрали максимальну, відносно інших кандидатів, кількість голосів. |

Пропорційна виборча система передбачає обрання депутатів за партійними списками в багатомандатному виборчому окрузі. В найпростішому випадку мандати між списками розподіляються пропорційно до кількості голосів виборців, поданих за списки.

Як і у випадку з мажоритарною виборчою системою, пропорційна виборча система має свої модифікації.

| <i>Пропорційна виборча система</i> | | | |
|---|--|---|---|
| <i>Пропорційна виборча система з голосуванням в єдиному національному багатомандатному окрузі</i> | | <i>Пропорційна виборча система з голосуванням у кількох багатомандатних округах, на які поділяється територія держави</i> | |
| <i>Відсутність бар'єру</i> | <i>Наявність прохідного бар'єру</i> | <i>Відсутність преференцій</i> | <i>Наявність преференцій</i> |
| До розподілу мандатів допускаються всі партійні списки, за які голосували виборці. | Встановлюється прохідний бар'єр (як правило, від 1% до 8%). До розподілу мандатів допускаються списки, за які подано голосів виборців більше за прохідний бар'єр. Голоси, подані за списки, що не змогли подолати бар'єру при розподілі мандатів, не враховуються. | Список кандидатів є закритим. Виборці голосують лише за список. Проходження чи не проходження кандидата зі списку залежить від його місця в списку, яке визначається партією. Виборці на це не впливають. | Голосуючи за список, виборець має право самостійно в бюлетені розставити кандидатів у списку на власний розсуд (преференції). Проходження того чи іншого кандидата із списку залежить від уподобань виборців. |

Змішана виборча система - поєднання мажоритарної та пропорційної системи для формування однопалатного парламенту чи однієї з палат двопалатного парламенту.

Як правило, половина складу парламенту чи палати обирається за мажоритарною, а половина – за пропорційною виборчою системою.

Апарат Верховної Ради України

Апарат Верховної Ради України є структурним підрозділом парламенту який складається із професійних працівників, які не є депутатами і які забезпечують виконання Верховною Радою України повноважень єдиного законодавчого органу України.

Структура Апарату доволі складна

Втім, щоб ефективно виконувати свої депутатські повноваження, досить розуміти роль найбільш важливих для законотворчої роботи служб та управлінь Апарату:

- *науково-експертна служба*, від якої залежить ставлення до законопроекту колег у комітеті, адже саме ця служба готує перший висновок щодо поданого законопроекту на предмет його конституційності, відповідності існуючому масиву законодавства, кваліфікованому чи ні викладу тексту;

- *юридичне управління*, де сконцентровано найкращі сили юристів Апарату Верховної Ради України, котрі готують висновки до кожного законопроекту, що виноситься на розгляд Верховної Ради України, „причісують” проголосовані законопроекти з точки зору юридичного змісту та логіки;

- *служба документального забезпечення*, від якої залежить забезпечення всіх депутатів необхідними проектами документів, пояснювальними записками до них тощо;

- *управління справами*, яке відає питаннями матеріального забезпечення депутата та його помічників-консультантів, обладнанням кабінетів, забезпечення депутатів транспортом, путівками на відпочинок тощо (див. Додатки 5-6).

Це найзагальніша інформація. Оскільки структура апарату не є сталою, назви управлінь, служб та відділів досить часто змінюються, детально не зупинятимемося на повноваженнях різних структурних підрозділів апарату, про це ви зможете повніше дізнатися якщо таки станете депутатом.

Що ж стосується секретаріатів Комітетів та Комісій Верховної Ради, то саме вони забезпечують усю роботу з підготовки законопроектів до їхнього розгляду. Від працездатності секретаріату Комітету залежить його продуктивність і продуктивність депутатів, котрі подають законопроекти.

До повноважень Верховної Ради України належить (ст. 85 Конституції, після набуття чинності змін до неї):

- внесення змін до Конституції України в межах і порядку, передбачених розділом XIII цієї Конституції;
- призначення всеукраїнського референдуму з питань, визначених статтею 73 цієї Конституції;
- прийняття законів;
- затвердження Державного бюджету України та внесення змін до нього, контроль за виконанням Державного бюджету України, прийняття рішення щодо звіту про його виконання;
- визначення засад внутрішньої і зовнішньої політики;
- затвердження загальнодержавних програм економічного, науково-технічного, соціального, національно-культурного розвитку, охорони довкілля;
- призначення виборів Президента України у строки, передбачені цією Конституцією;
- заслуховування щорічних та позачергових послань Президента України про внутрішнє і зовнішнє становище України;
- оголошення за поданням Президента України стану війни і укладення миру, схвалення рішення Президента України про використання Збройних Сил України та інших військових формувань у разі збройної агресії проти України;
- усунення Президента України з поста в порядку особливої процедури (імпичменту), встановленому статтею 111 цієї Конституції;
- розгляд і прийняття рішення щодо схвалення Програми діяльності Кабінету Міністрів України;

- призначення за поданням Президента України Прем'єр-міністра України, Міністра оборони України, Міністра закордонних справ України, призначення за поданням Прем'єр-міністра України інших членів Кабінету Міністрів України, Голови Антимонопольного комітету України, Голови Державного комітету телебачення та радіомовлення України, Голови Фонду державного майна України, звільнення зазначених осіб з посад, вирішення питання про відставку Прем'єр-міністра України, членів Кабінету Міністрів України;

- призначення на посаду та звільнення з посади за поданням Президента України Голови Служби безпеки України;

- здійснення контролю за діяльністю Кабінету Міністрів України відповідно до цієї Конституції та закону;

- затвердження рішень про надання Україною позик і економічної допомоги іноземним державам та міжнародним організаціям, а також про одержання Україною від іноземних держав, банків і міжнародних фінансових організацій позик, не передбачених Державним бюджетом України, здійснення контролю за їх використанням;

- прийняття Регламенту Верховної Ради України;

- призначення на посади та звільнення з посад Голови та інших членів Рахункової палати;

- призначення на посаду та звільнення з посади Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини; заслуховування його щорічних доповідей про стан дотримання та захисту прав і свобод людини в Україні;

- призначення на посаду та звільнення з посади Голови Національного банку України за поданням Президента України;

- призначення на посади та звільнення з посад половини складу Ради Національного банку України;

- призначення на посади та звільнення з посад половини складу Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення;

- призначення на посади та звільнення з посад членів Центральної виборчої комісії за поданням Президента України;

- затвердження загальної структури, чисельності, визначення функцій Служби безпеки України, Збройних Сил України, інших утворених відповідно до законів України військових формувань, а також Міністерства внутрішніх справ України;

- схвалення рішення про надання військової допомоги іншим державам, про направлення підрозділів Збройних Сил України до іншої держави чи про допуск підрозділів збройних сил інших держав на територію України;

- надання згоди на призначення на посаду та звільнення з посади Президентом України Генерального прокурора України; висловлення недовіри Генеральному прокуророві України, що має наслідком його відставку з посади;
- призначення на посади та звільнення з посад третини складу Конституційного Суду України;
- обрання суддів безстроково;
- дострокове припинення повноважень Верховної Ради Автономної Республіки Крим за наявності висновку Конституційного Суду України про порушення нею Конституції України або законів України; призначення позачергових виборів до Верховної Ради Автономної Республіки Крим;
- утворення і ліквідація районів, встановлення і зміна меж районів і міст, віднесення населених пунктів до категорії міст, найменування і перейменування населених пунктів і районів;
- призначення чергових та позачергових виборів до органів місцевого самоврядування;
- затвердження протягом двох днів з моменту звернення Президента України указів про введення воєнного чи надзвичайного стану в Україні або в окремих її місцевостях, про загальну або часткову мобілізацію, про оголошення окремих місцевостей зонами надзвичайної екологічної ситуації;
- надання законом згоди на обов'язковість міжнародних договорів України та денонсація міжнародних договорів України;
- затвердження переліку об'єктів права державної власності, що не підлягають приватизації, визначення правових засад вилучення об'єктів права приватної власності;
- затвердження законом Конституції Автономної Республіки Крим, змін до неї.

Верховна Рада України для проведення розслідування з питань, що становлять суспільний інтерес, утворює тимчасові слідчі комісії, якщо за це проголосувала не менш як одна третина від конституційного складу Верховної Ради України.

Контроль від імені Верховної Ради України за надходженням коштів до Державного бюджету України та їх використання здійснює Рахункова палата.

Верховна Рада України здійснює також інші повноваження, які відповідно до Конституції України віднесені до її відання”.

Народний депутат України має право на сесії Верховної Ради України звернутися із запитом до органів Верховної Ради України, до Кабінету Міністрів України, до керівників інших органів державної влади та органів місцевого самоврядування, а також до керівників підприємств, установ і організацій, розташованих на території України, незалежно від їх підпорядкування і форм власності.

Депутатське звернення – це викладена в письмовій формі пропозиція народного депутата, звернена до посадових осіб державних органів, керівників підприємств, установ та організацій, здійснити певні дії, дати офіційне роз'яснення чи викласти позицію з питань, віднесених до їх компетенції.

Депутатське звернення є обов'язковим для розгляду посадовими особами, яким воно адресовано, не більше 10 днів з моменту одержання. Якщо розгляд звернення з об'єктивних причин не може бути проведено у визначений термін, депутата повідомляють про це офіційним листом з викладенням мотивів продовження терміну розгляду. Максимальний, не може перевищувати 30 днів з моменту його одержання. Керівники органів державної влади та органів місцевого самоврядування, підприємств, установ і організацій зобов'язані повідомити народного депутата України про результати розгляду його запиту та депутатського звернення.

Верховна Рада України за пропозицією не менш як однієї третини народних депутатів України від її конституційного складу може розглянути питання про відповідальність Кабінету Міністрів України та прийняти резолюцію недовіри Кабінетові Міністрів України більшістю від конституційного складу Верховної Ради України, яка має наслідком відставку уряду.

Верховна Рада України для проведення розслідування з питань, що становлять суспільний інтерес, створює тимчасові слідчі комісії, якщо за це проголосувала не менш як одна третина від конституційного складу Верховної Ради України. Висновки і пропозиції тимчасових слідчих комісій не є вирішальними для слідства і суду.

Повноваження народного депутата України визначаються Конституцією та Законом „Про статус народного депутата України”.

Депутат має право вносити у Верховну Раду та її органи пропозиції з будь-яких питань, що входять до відання Верховної Ради та її органів, крім випадків, коли право внесення пропозиції закріплено Конституцією України за певним органом чи посадовою особою”.

Обов'язок депутата - брати участь в ухваленні законів. Не кажемо тут про участь у розробці законопроектів. Цим передусім займаються відповідні служби Кабінету Міністрів та Верховної Ради України, наукові заклади, спеціальні організації, засновані з цією метою самими депутатами, тощо. Хоч депутат згідно з законодавством є суб'єктом законодавчої ініціативи.

Право законодавчої ініціативи означає право визначених Конституцією органів та осіб виносити на розгляд Верховної Ради України проекти законодавчих актів, які підлягають обов'язковому розгляду в порядку, визначеному регламентом Верховної Ради України. Крім народних депутатів України, таке право належить *Президентові України*,

Кабінету Міністрів та Національному Банку. Останній, після набрання юридичної сили змін до Основного закону (ст. 93) таке право втратить.

Кожен депутат (крім Голови та Заступників Голови Верховної Ради України) має бути членом одного з комітетів Верховної Ради.

Після набуття чинності змін до Конституції, достроково повноваження народного депутата, обраного у 2006 році, достроково припиняються в разі невходження народного депутата України, обраного від політичної партії (виборчого блоку політичних партій), до складу депутатської фракції цієї політичної партії (виборчого блоку політичних партій) або виходу народного депутата України із складу такої фракції.

Президент України

Повноваження Президента визначаються Конституцією України. Порядок проведення виборів - Законом „Про вибори Президента України”.

Президент України є Главою держави і виступає від її імені. Президент України є гарантом державного суверенітету, територіальної цілісності України, додержання Конституції України, прав і свобод людини і громадянина (стаття 102 Конституції України).

Президент України обирається громадянами України на основі загального, рівного і прямого виборчого права шляхом таємного голосування строком на п'ять років. Президентом України може бути обраний громадянин України, який досяг тридцяти п'яти років, має право голосу, проживає в Україні протягом десяти останніх перед днем виборів років та володіє державною мовою (стаття 103 Конституції України).

Як видно із переліку повноважень Президента України (див. ст.106 Конституції України, до внесення і набуття юридичної сили змін до Основного закону від 08.12.04), його роль у системі влади держави була достатньо великою. Насправді - ще більшою, ніж це впливає власне із Конституції України.

Найперше слід звернути увагу на місце Президента в системі виконавчої влади. Формально Президент не є главою виконавчої влади, але і Прем'єр-міністр України, за Конституцією, не має статусу глави виконавчої влади, а лише “керує роботою” уряду (ст.114). Фактичний статус Президента як глави виконавчої влади підтверджується його виключним правом призначати і відправляти у відставку членів Кабінету Міністрів та голів держадміністрацій в областях та районах (згідно з чинним законодавством на час написання цього матеріалу).

Крім цього Президент утворює та ліквідує органи виконавчої влади. Особливо роль Президента значно зросла після обрання другого Президента України - Леоніда Кучми. У порівнянні з повноваженнями першого Президента - Леоніда Кравчука, повноваження його наступника були значно ширшими як щодо виконавчої влади, так і щодо влади судової і

навіть влади законодавчої: Президент призначає третину складу Конституційного Суду, утворює суди, здійснює перше призначення суддів на посаду. В умовах відсутності традицій незалежної судової влади це призводить до значного впливу Президента на всю систему судочинства.

Що стосується впливу на законодавчу владу, то і тут Президент Л.Кучма був надзвичайно сильний. Перш за все через право вето на ухвалені парламентом закони. Недостатньо кваліфіковано виписана норма частин 3 та 4 статті 94 Конституції України про обов'язковість підпису ухвалених законів призводила до того, що цілий ряд законів, які не подобалися Президенту, ним не підписуються, навіть незважаючи на формальне подолання депутатами президентського вето (проголосовані і підписані до зміни до ст. 94 Конституції покликані виправити цей недолік: такий закон набирає юридичної сили після підпису Голови Верховної Ради України та його офіційного оприлюднення).

До обмежень повноважень парламенту і народних депутатів, що ще більше схилило шальки терезів балансу влад в Україні на користь президентської влади, стали і ряд рішень Конституційного Суду України, які наводимо далі:

Витяги з окремих рішень Конституційного Суду України

1. Рішення Конституційного Суду України у справі за конституційним поданням Генеральної прокуратури України щодо офіційного тлумачення положень статті 86 Конституції України та статей 12, 19 Закону України „Про статус народного депутата України” (справа про запити народних депутатів України до прокуратури)

м. Київ, 11 квітня 2000 року

Справа № 119/2000

N 4-рп/2000

вирішив:

I. Положення частини першої статті 86 Конституції України, частини першої статті 12 та частин першої і другої статті 19 Закону України „Про статус народного депутата України” від 17 листопада 1992 року N 2790-ХП (2790-12) з наступними змінами і доповненнями в аспекті порушених у конституційному поданні Генеральної прокуратури України питань треба розуміти так:

1.1. Народний депутат України не має права звертатися до органів прокуратури і прокурорів з вимогами, пропозиціями чи вказівками у конкретних справах з питань підтримання державного обвинувачення в суді, представництва інтересів громадянина або держави в суді у випадках, визначених законом, нагляду за додержанням законів органами, які проводять оперативно-розшукову діяльність, дізнання і досудове слідство, нагляду за додержанням законів при виконанні судових рішень у кримінальних справах, при застосуванні інших заходів примусового характеру, пов'язаних з обмеженням особистої свободи громадян, а також до слідчих прокуратури з питань досудового слідства у конкретних кримінальних справах.

1.2. У разі надходження до органів прокуратури, прокурорів, слідчих прокуратури пропозицій, вказівок і вимог народних депутатів України у конкретних справах із зазначених у підпункті 1.1 питань, прокурори і слідчі прокуратури мають діяти з дотриманням вимог, передбачених Кримінально-процесуальним

кодексом України, Цивільним процесуальним кодексом України, Арбітражним процесуальним кодексом України та Законом України „Про прокуратуру”.

I. Рішення Конституційного Суду України у справі за конституційним поданням Президента України щодо відповідності Конституції України (конституційності) окремих положень Закону України „Про статус народного депутата України” в редакції Закону України „Про внесення змін і доповнень до Закону України „Про статус народного депутата України” від 25 вересня 1997 року (справа про статус народного депутата України).

м. Київ, 10 травня 2000 року

Справа N1-1/2000

N 8-рп/2000

вирішив:

I. Визнати такими що не відповідають Конституції України (254к/96-ВР) (є неконституційними) такі положення Закону України „Про статус народного депутата України” (2790-12) від 17 листопада 1992 року, в тому числі в редакції Закону України „Про внесення змін і доповнень до Закону України „Про статус народного депутата України” (548/97-ВР) від 25 вересня 1997 року (далі - Закону):

1) частини другої статті 24 Закону, за якими „народний депутат має право із залученням при необхідності своїх помічників-консультантів, представників об'єднань громадян, контрольних органів здійснювати контроль за розглядом одержаних пропозицій, заяв і скарг у державних органах та органах об'єднань громадян, на підприємствах, в установах і організаціях незалежно від форм власності і підпорядкування та брати особисту участь у їх розгляді”;

2) статті 18 Закону України „Про статус народного депутата України” в частині надання права народному депутатові України „брати участі у розгляді в органах державної влади будь-яких питань, що зачіпають інтереси громадян та організацій”; „перевіряти з власної ініціативи з залученням при необхідності представників державних органів і об'єднань громадян відомості про порушення закону, прав та інтересів громадян і організацій, що охороняються законом”;

3) частини першої статті 30 Закону щодо надання народним депутатам України переважного права виступати з питань його депутатської діяльності у друкованих засобах масової інформації, засновником яких виступають державні органи та органи місцевого самоврядування, по державному радіо та телебаченню; покладання на органи місцевого самоврядування обов'язків публікувати подані народним депутатом України матеріали;

4) частини сьомої статті 32 Закону, за якими „стосовно колишнього народного депутата протягом п'яти років після закінчення строку його повноважень неприпустимі дострокове розірвання трудового договору (контракту) у порядку дисциплінарного стягнення з ініціативи власника підприємства, організації, установи або уповноваженого ним органу, його скорочення, звільнення з військової служби, служби в органах Міністерства внутрішніх справ, Служби безпеки України - з ініціативи командування або ж виключення з колгоспу та іншого кооперативу, навчального закладу, пониження у посаді чи у званні без попередньої згоди Верховної Ради України”.

2. Положення Закону України „Про статус народного депутата України” (2790-12), що визнані неконституційними, втрачають чинність з дня ухвалення Конституційним Судом України цього Рішення.

Зрештою, після набуття чинності змін до Конституції, інститут президентства відчутно послабне, хоч Президент України і отримає додаткові повноваження для розпуску Верховної Ради України, якщо:

- 1) протягом одного місяця у Верховній Раді України не буде сформовано коаліцію депутатських фракцій відповідно до статті 83 цієї Конституції;
- 2) протягом шістдесяти днів після відставки Кабінету Міністрів України не буде сформовано персональний склад Кабінету Міністрів України;
- 3) протягом тридцяти днів однієї чергової сесії пленарні засідання не можуть розпочатися.

Рада Національної Безпеки та Оборони (ст.107 Конституції України)

Важливим інструментом ще більшого посилення впливу Президента на всі сфери державного життя можна вважати і такий конституційний орган як Рада Національної Безпеки та Оборони України (РНБО), який він очолює за посадою.

Відповідно до статті 107 Конституції України Рада національної безпеки і оборони є „координаційним органом з питань національної безпеки та оборони при Президентові України”. Цей орган „координує і контролює діяльність органів виконавчої влади у сфері національної безпеки”. Оскільки поняття „національної безпеки” надто широке та об’ємне, можна стверджувати, що повноваження Ради Національної Безпеки та Оборони є надзвичайно великі й, можливо, на сьогодні ще недостатньо застосовані, оскільки й так Президент має надзвичайно важливі важелі впливу на діяльність усієї виконавчої влади, про що йшлося вище(структура РНБО – див. Додаток 7).

З іншого боку, після видання Президентом України В.Ющенком Указу від 08.02.05 № 208 „Про деякі питання організації діяльності Ради національної безпеки і оборони України”, ряд політиків звинуватили Главу держави у делегуванні ним президентських повноважень Секретареві РНБО України П.Порошенку, у запровадженні тим самим де-факто посади Віце-Президента України. А лідер Компартії України П.Симоненко навіть заявив про намір опротестувати даний нормативно-правовий акт у суді. Першим практичним підтвердженням надзвичайного посилення Секретаря РНБО названо інцидент із звільненням з посади першого заступника Голови Служби безпеки України (СБУ) без відома О.Турчинова – Голови СБУ.

Секретаріат (до Указу Президента України В.Ющенка від 27.01.05 № 111 – *Адміністрація*) ***Президента*** не визначений конституційним органом. У п. 28 статті 106 Конституції України лише опосередковано йдеться про Секретаріат Президента, оскільки до повноважень Президента віднесено: створення „... для здійснення своїх повноважень консультативні, дорадчі та інші допоміжні органи і служби”. Тобто формально Секретаріат Президента не є владним органом і не має жодних владних повноважень за Конституцією України. Так вважав і кандидат в Президенти України В.Ющенко. Проте, Президент України В.Ющенко (одна і та ж особа), як з’ясувалося, по іншому бачить роль Адміністрації

Президента у системі влади в Україні. Відтак, обіцяні кардинальні зміни в цій установі звелися до зміни вивісок: Адміністрація Президента України стала Секретаріатом Президента України; Глава Адміністрації – Державним секретарем України, управління Адміністрації – службами Секретаріату. Більше того, Розпорядженням Президента України від 08.02.05 № 47 у структурі Секретаріату створено новий впливовий підрозділ – Кабінет Президента України.

Секретаріат Президента України найперше є „кадровою агенцією” для Президента, тобто органу, через який здійснюються практично всі кадрові призначення Президента. Тепер призначення заступників голів облдержадміністрацій, а може і не тільки їх, відбувається за погодженням із Державним секретарем України. На цю ж функцію, як видно із ситуації про звільнення першого заступника Голови СБУ претендує і Секретар РНБО.

Крім того, якщо розглянути Укази Президента, якими затверджуються різні Положення про окремі органи державної влади, можна зауважити: під Положеннями стоїть підпис Державного секретаря України (раніше - Глави Адміністрації Президента).

Про важливість Адміністрації Президента у системі української влади вказує структура самого Секретаріату Президента та інших дорадчих, консультативних органів при Президентові України, а фактично при Секретаріаті Президента. Все це і надалі дає підстави говорити про Секретаріат (як і раніше про Адміністрацію) як про альтернативний Кабінет Міністрів.

Кабінет Міністрів України. Центральні органи виконавчої влади. Місцеві державні адміністрації

Повноваження, порядок формування та діяльності Кабінету Міністрів України визначаються Конституцією України, Тимчасовим регламентом Кабінету Міністрів України.

Кабінет Міністрів України є вищим органом у системі органів виконавчої влади. Кабінет Міністрів України відповідальний перед Президентом України та підконтрольний і підзвітний Верховній Раді України у межах, передбачених у статтях 85, 87 Конституції України. Кабінет Міністрів України у своїй діяльності керується Конституцією і законами України, актами Президента України (стаття 113 Конституції України).

До складу Кабінету Міністрів України входять Прем'єр-міністр України, Перший віце-прем'єр-міністр, три віце-прем'єр-міністри, міністри. Прем'єр-міністр України призначається Президентом України за згодою більш ніж половини від конституційного складу Верховної Ради України (після набуття чинності змін до Конституції від 08.12.04, Прем'єр-міністр України призначатиметься Верховною Радою України за поданням Президента України за пропозицією коаліції депутатських фракцій чи депутатської фракції, що має більшість у парламенті). Персональний склад Кабінету Міністрів України

призначається Президентом України (після набуття чинності змін до Конституції від 08.12.04 – Верховною Радою України) за поданням Прем'єр-міністра України.

Прем'єр-міністр України керує роботою Кабінету Міністрів України, спрямовує її на виконання Програми діяльності Кабінету Міністрів України, схваленої Верховною Радою України. Прем'єр-міністр України входить із поданням до Президента України про утворення, реорганізацію та ліквідацію міністерств, інших центральних органів виконавчої влади в межах коштів, передбачених Державним бюджетом України на утримання цих органів (стаття 114 Конституції України).

Оскільки в Україні досі нема закону про Кабінет Міністрів України, а Конституція України недостатньо регулює найбільш важливі питання співпраці Кабінету Міністрів України з Верховною Радою України, Кабінету Міністрів України та Секретаріату Президента, Кабінету Міністрів України з обласними державними адміністраціями, то можна зробити висновок, що український уряд не є достатньо автономним політичним органом держави і визначальний вплив на його склад та на його діяльність має саме Президент України. Вплив парламенту на уряд є значно менший, що підтвердили події останніх років. Визначальним тут є два основних положення: всі ключові кадрові призначення та звільнення в Уряді віднесені до компетенції Президента. Навіть призначення Прем'єра, яке здійснюється за згодою Верховної Ради України, не є збалансованим відповідною процедурою його звільнення, яку віднесено виключно до компетенції Президента. Те ж саме стосується процедури звільнення будь-якого міністра, який може бути звільнений зі своєї посади Президентом без згоди на це Прем'єра.

Відсутність впливу на склад Уряду з боку Верховної Ради України веде також до відсутності підтримки Уряду з боку Верховної Ради України з окремих питань законодавчої діяльності.

Попри такий стан справ на юридичному рівні депутати і політичні фракції Верховної Ради України фактично мають щільні взаємини з Урядом і конкретними міністерствами. Це пояснюється необхідністю урядовців враховувати повноваження Верховної Ради України в прийнятті законів та бюджету. Тому доводиться зважати на можливості депутата чи фракції вплинути на перебіг обговорення урядової пропозиції щодо законопроекту. Те саме можна сказати про взаємовпливи комітетів Верховної Ради України і галузевих міністерств, що перебувають у сфері законодавства, за яке відповідальний той чи інший комітет Верховної Ради України. Адже комітет може ініціювати слухання щодо виконання того чи іншого закону, запросивши на розгляд питання керівництво міністерства чи відомства. Такі слухання можуть мати серйозні наслідки для працівників міністерства у разі їхньої невідповідності чи за конфронтації з членами комітету.

З іншого боку, виконання депутатом своїх повноважень часто неможливе без вирішення конкретних проблем свого виборчого округу через відповідні дії міністерства або відомства. Тому стосунки між депутатами й працівниками міністерств та відомств набувають характеру взаємно перейнятливості, певних взаємозобов'язань. Головне - відчувати дистанцію, не переступати межу, за якою може чатувати звинувачення у корупції. Після набуття чинності змін до Конституції від 08.12.04 ситуація повинна змінитися.

Кабінет Міністрів України в межах своєї компетенції видає постанови і розпорядження, які є обов'язковими до виконання. Акти Кабінету Міністрів України підписує Прем'єр-міністр України. Нормативно-правові акти Кабінету Міністрів України, міністерств та інших центральних органів виконавчої влади підлягають реєстрації в порядку, встановленому законом.

Актами центральних органів виконавчої влади (міністерств, державних комітетів та органів виконавчої влади зі спеціальним статусом) як правило є накази.

Обласні та районні державні адміністрації є виконавчими органами загальної компетенції відповідно на території області та району. Незважаючи на стрімке зменшення частки державної власності в економіці України, роздержавлення цілих галузей промисловості, повноваження місцевих райдержадміністрацій, їхній чисельний склад, залишаються достатньо високими (до речі, у випадку позитивного рішення Конституційного суду по законопроекті 3207-1 „Про внесення змін до Конституції”, повторного схвалення його більше як 300 народними депутатами України, інститут райдержадміністрацій перестане існувати).

Місцева державна адміністрація є місцевим органом виконавчої влади і входить до системи органів виконавчої влади. Місцева державна адміністрація в межах своїх повноважень здійснює виконавчу владу на території відповідної адміністративно-територіальної одиниці, а також реалізовує повноваження, делеговані їй відповідною радою (ст. 1 Закону „Про місцеві державні адміністрації”. Щоправда, після внесення змін до законодавства про органи місцевого самоврядування (відповідний законопроект 3207-1 ухвалений Верховною Радою України 8 грудня 2004 року у пакеті із іншими законами), районним та обласним радам має бути дозволено формувати власні виконавчі органи, а отже відпаде необхідність делегувати власні повноваження відповідно районним та обласним держадміністраціям).

Склад місцевих державних адміністрацій формують голови місцевих державних адміністрацій. У межах бюджетних асигнувань, виділених на утримання відповідних місцевих державних адміністрацій, їх голови визначають структуру місцевих державних адміністрацій. Примірні переліки управлінь, відділів та інших структурних підрозділів

місцевих державних адміністрацій, а також типові положення про них затверджуються Кабінетом Міністрів України (стаття 5 Закону „Про місцеві державні адміністрації”).

Місцеві державні адміністрації очолюють голови обласних та районних місцевих державних адміністрацій. Голови місцевих державних адміністрацій призначаються на посаду Президентом України за поданням Кабінету Міністрів України на строк повноважень Президента України (після набуття юридичної сили задекларованими поправками до законодавства призначення здійснюватиме Уряд).

Кандидатури на посади голів обласних державних адміністрацій на розгляд Кабінету Міністрів України вносяться Прем'єр-міністром України. Кандидатури на посади голів районних державних адміністрацій на розгляд Кабінету Міністрів України вносяться головами відповідних обласних державних адміністрацій. На кожен посаду вноситься одна кандидатура.

У разі відхилення Президентом України поданої кандидатури відповідно Прем'єр-міністр України чи голова обласної державної адміністрації вносять на розгляд Кабінету Міністрів України нову кандидатуру.

Голови місцевих державних адміністрацій набувають повноважень з моменту призначення (стаття 8 Закону „Про місцеві державні адміністрації”).

Повноваження місцевих державних адміністрацій визначаються законом про місцеві державні адміністрації. Зокрема у ст.13 Закону України „Про місцеві державні адміністрації” говориться:

До відання місцевих державних адміністрацій у межах і формах, визначених Конституцією і законами України, належить вирішення питань:

- 1) забезпечення законності, охорони прав, свобод і законних інтересів громадян;
- 2) соціально-економічного розвитку відповідних територій;
- 3) бюджету, фінансів та обліку;
- 4) управління майном, приватизації та підприємництва;
- 5) промисловості, сільського господарства, будівництва, транспорту зв'язку;
- 6) науки, освіти, культури, охорони здоров'я, фізкультури і спорту, сім'ї жінок, молоді та неповнолітніх;
- 7) використання землі, природних ресурсів, охорони довкілля;
- 8) зовнішньоекономічної діяльності;
- 9) оборонної роботи та мобілізаційної підготовки;
- 10) соціального захисту, зайнятості населення, праці та заробітної плати.

Місцеві державні адміністрації вирішують й інші питання, віднесені законами до їх повноважень.

Місцеві державні адміністрації в межах, визначених Конституцією і законами України, здійснюють на відповідних територіях державний контроль за:

- 1) збереженням і раціональним використанням державного майна;
- 2) станом фінансової дисципліни, обліку та звітності, виконанням державних контрактів і зобов'язань перед бюджетом, належним і своєчасним відшкодуванням шкоди, заподіяної державі;
- 3) використанням та охороною земель, лісів, надр, води, атмосферного повітря, рослинного і тваринного світу та інших природних ресурсів;
- 4) охороною пам'яток історії та культури, збереженням житлового фонду;
- 5) додержанням виробниками продукції стандартів, технічних умов та інших вимог, пов'язаних з її якістю та сертифікацією;
- 6) додержанням санітарних і ветеринарних правил, збиранням, утилізації і захороненням промислових, побутових та інших відходів, додержанням правил благоустрою;
- 7) додержанням архітектурно-будівельних норм, правил і стандартів;
- 8) додержанням правил торгівлі, побутового, транспортного, комунального обслуговування, законодавства про захист прав споживачів;
- 9) додержанням законодавства з питань науки, мови, реклами, освіти, культури, охорони здоров'я, материнства та дитинства, сім'ї, молоді та неповнолітніх, соціального захисту населення, фізичної культури і спорту;
- 10) охороною праці та своєчасною і не нижче визначеного державою мінімального розміру оплатою праці;
- 11) додержанням громадського порядку, правил технічної експлуатації транспорту та дорожнього руху;
- 12) додержанням законодавства про державну таємницю та інформацію (стаття 16 Закону „Про місцеві державні адміністрації“).

P.S. Схематично структуру органів державної виконавчої влади зображено у Додатках.

Судова система і статус прокуратури в Україні

Судочинство в Україні здійснюється Конституційним судом України та судами загальної юрисдикції. Делегування функцій судів, а також привласнення цих функцій іншими органами чи посадовими особами не допускається.

Юрисдикція судів поширюється на всі відносини, що виникають у державі. Створення надзвичайних судів не допускається.

Статус та повноваження Конституційного Суду визначаються Конституцією України, порядок формування, діяльності - Законом України „Про Конституційний Суд

України”. Конституційний Суд України є єдиним органом конституційної юрисдикції в Україні. Конституційний Суд України вирішує питання про відповідність законів та інших правових актів Конституції України і дає офіційне тлумачення Конституції України та законів України (ст. 147 Конституції України). Конституційний Суд України складається з вісімнадцяти суддів Конституційного Суду України. Президент України, Верховна Рада України та з’їзд суддів України призначають по шість суддів Конституційного Суду України. Суддею Конституційного Суду України може бути громадянин України, який на день призначення досяг сорока років, має вищу юридичну освіту і стаж роботи за фахом не менш як десять років, проживає в Україні протягом останніх двадцяти років та володіє державною мовою. Суддя Конституційного Суду України призначається на дев’ять років без права бути призначеним на повторний строк. Голова Конституційного Суду України обирається на спеціальному пленарному засіданні Конституційного Суду України зі складу суддів Конституційного Суду України шляхом таємного голосування лише на один трирічний строк (ст. 148 Конституції України).

До повноважень Конституційного Суду України належить (ст. 150 Конституції України):

1. Вирішення питань про відповідність Конституції України (конституційність):

- законів та інших правових актів Верховної Ради України;
- актів Президента України;
- актів Кабінету Міністрів України;
- правових актів Верховної Ради Автономної Республіки Крим.

Ці питання розглядаються за зверненнями: Президента України; не менш як сорока п’яти народних депутатів України; Верховного Суду України; Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини; Верховної Ради Автономної Республіки Крим.

2. Офіційне тлумачення Конституції України та законів України.

3. питань, передбачених цією статтею, Конституційний Суд України ухвалює рішення, які є обов’язковими до виконання на території України, остаточними і не можуть бути оскаржені.

Конституційний Суд України за зверненням Президента України або Кабінету Міністрів України дає висновки про відповідність Конституції України чинних міжнародних договорів України або тих міжнародних договорів, що вносяться до Верховної Ради України для надання згоди на їхню обов’язковість. За зверненням Верховної Ради України Конституційний Суд України дає висновок щодо додержання конституційної процедури розслідування і розгляду справи про усунення Президента України з посади в порядку імпичменту (ст. 151 Конституції України).

Закони та інші правові акти за рішенням Конституційного Суду України визнаються неконституційними повністю чи в окремій частині, якщо вони не відповідають Конституції України або якщо була порушена встановлена Конституцією України процедура їх розгляду, ухвалення або набрання ними чинності. Закони, інші правові акти або їхні окремі положення, що визнані неконституційними, втрачають чинність з дня ухвалення Конституційним Судом України рішення про їхню неконституційність. Матеріальна чи моральна шкода, завдана фізичним або юридичним особам актами і діями, що визнані неконституційними, відшкодовується державою у встановленому законом порядку (ст. 152 Конституції України).

Конституційний Суд України є органом конституційної юрисдикції, який фактично отримав повноваження правотворчості. Нині серед юристів-конституціоналістів точаться дебати стосовно цього, проте факти - річ уперта. Рішення Конституційного Суду є остаточними і підлягають виконанню усіма органами, посадовими особами, фізичними та юридичними особами.

Систему судів загальної юрисдикції відповідно до Конституції України складають місцеві суди, апеляційні суди, касаційний суд, вищі спеціалізовані суди, Верховний Суд України.

Місцеві суди діють у межах району, міста (крім міст районного підпорядкування), району в місті, декількох районів чи району та міста одночасно, якщо інше не передбачено законом.

Апеляційні суди діють в Автономній Республіці Крим, областях, містах Києві та Севастополі, якщо інше не передбачено законом.

Апеляційний суд України діє у складі 3-х палат:

- судова палата у цивільних справах;
- судова палата у кримінальних справах;
- військова судова палата.

Касаційний суд України діє також у складі 3-х палат:

- судова палата у цивільних справах;
- судова палата у кримінальних справах;
- військова судова палата.

Військові суди належать до загальних судів і здійснюють правосуддя у Збройних Силах України та інших військових формувань, утворених відповідно до закону.

Верховний суд України є найвищим судовим органом у системі судів загальної юрисдикції України і забезпечує однакове застосування законодавства цими судами в порядку, встановлюваному законодавством України.

Верховний Суд України діє в складі 4 палат:

- судової палати у цивільних справах;

- судової палати у кримінальних справах;
- судової палати у господарських справах;
- судової палати в адміністративних справах.

Для розгляду організаційних питань роботи Верховного Суду України утворюється Президія Верховного Суду України.

Перше призначення на посаду професійного судді строком на п'ять років здійснюється Президентом України. Всіх інших суддів, окрім суддів Конституційного Суду України, обирає Верховна Рада України безстроково, в порядку, встановленому законом. Голова Верховного Суду України обирається на посаду та звільняється з посади шляхом таємного голосування Пленумом Верховного Суду України в порядку, встановленому законом (ст. 128 Конституції України).

Верховний Суд України:

- у межах своїх повноважень переглядає у касаційному порядку рішення судів загальної юрисдикції та справи за нововиявленими обставинами у порядку, встановленому процесуальним законом, а також розглядає справи, віднесені до його компетенції Конституцією та законами України;

- вивчає і узагальнює судову практику, аналізує судову статистику і дає роз'яснення судам у питаннях застосування законодавства, що виникають при розгляді судових справ;

- вирішує в межах своїх повноважень питання, що впливають з міжнародних договорів України;

- здійснює інші повноваження, надані йому законом.

Вища рада юстиції є колегіальним, незалежним органом, відповідальним за формування високопрофесійного суддівського корпусу, здатного кваліфіковано, сумлінно та неупереджено здійснювати правосуддя на професійній основі, а також за прийняття рішень стосовно порушень суддями і прокурорами вимог щодо несумісності та у межах своєї компетенції про їх дисциплінарну відповідальність.

Строк повноважень членів Вищої ради юстиції, крім тих, хто входить до її складу за посадою, становить шість років.

Відповідно до Конституції України Вища рада юстиції складається з двадцяти членів.

Верховна Рада України, Президент України, з'їзд суддів України, з'їзд адвокатів України, з'їзд представників юридичних вищих навчальних закладів та наукових установ призначають до Вищої ради юстиції по три члени, всеукраїнська конференція працівників прокуратури - двох членів Вищої ради юстиції.

До складу Вищої ради юстиції входять за посадою Голова Верховного Суду України, Міністр юстиції України, Генеральний прокурор України.

Вища рада юстиції:

- 1) вносить подання Президенту України про призначення суддів на посади або про звільнення їх з посад;
- 2) розглядає справи і приймає рішення стосовно порушення суддями і прокурорами вимог щодо несумісності;
- 3) здійснює дисциплінарне провадження стосовно суддів Верховного Суду України і суддів вищих спеціалізованих судів;
- 4) розглядає скарги на рішення про притягнення до дисциплінарної відповідальності суддів апеляційних та місцевих судів, а також прокурорів (ст. 3 Вищої ради юстиції).

Спеціалізованими є господарські, адміністративні та інші суди, визначені як спеціалізовані.

Місцеві господарські суди розглядають справи, що виникають з господарських правовідносин та інші справи, віднесенні процесуальним законом до їх підсудності.

Місцеві адміністративні суди розглядають адміністративні справи, пов'язані з правовідносинами у сфері державного управління та місцевого самоврядування (справи адміністративної юрисдикції), крім справ адміністративної юрисдикції у сфері військового управління, розгляд яких здійснюють військові суди

Місцевий суд є судом першої інстанції, розглядає кримінальні та цивільні справи, а також справи про адміністративні правопорушення.

Підсудність окремих категорій справ місцевим судам, а також порядок їх розгляду визначаються процесуальним законом.

Суди загальної юрисдикції утворюються і ліквідовуються Президентом України відповідно до Закону України „Про судоустрій України” за поданням Міністра юстиції України, погодженим з Головою Верховного Суду України або Головою вищого спеціалізованого суду.

Народні засідателі – громадяни України, які у випадках, визначених процесуальним законом, вирішують у складі суду справи разом із професійними суддями, забезпечують згідно з Конституцією України безпосередню участь народу у здійсненні правосуддя. Народні засідателі під час здійснення правосуддя користуються усіма правами судді.

При апеляційних судах, вищих спеціалізованих судах (Вищий господарський суд України, Вищий адміністративний суд України) та Конституційному суді України діють президії (до них входять голова відповідного суду, його заступники та інші судді), кількісний склад яких визначається рішенням загальних зборів відповідних судів.

Пленум вищих спеціалізованих судів діє у складі всіх суддів вищого спеціалізованого суду і голів відповідних апеляційних судів.

Пленум Верховного Суду України діє у складі Голови Верховного Суду України, його заступників, голів судових палат, секретаря Пленуму Верховного Суду України та суддів Верховного Суду України, кількісний склад яких визначається Пленумом.

Пленум Верховного Суду України обирає, відповідно до Регламенту (ним же затвердженим), голову Верховного Суду України і не більше, як два строки підряд.

Президія Верховного Суду України діє у складі Голови Верховного Суду України, його заступників, голів судових палат, секретаря Пленуму Верховного Суду України та суддів Верховного Суду України, кількісний склад яких визначається Пленумом Верховного Суду України.

Перше призначення на посаду професійного судді строком на п'ять років здійснює Президент України на підставі рекомендації відповідної кваліфікаційної комісії суддів за поданням Вищої ради юстиції.

Усі інші судді обираються безстроково Верховною Радою України на підставі рекомендації Вищої кваліфікаційної комісії суддів України за поданням Голови Верховного Суду України, голови відповідного вищого спеціалізованого суду (господарського чи адміністративного).

Судді військових судів перебувають на військовій службі і входять до штатної чисельності Збройних Сил України

У системі судоустрою України діють:

- кваліфікаційні комісії суддів загальних судів;
- кваліфікаційна комісія суддів військових судів;
- кваліфікаційні комісії суддів відповідних спеціалізованих судів;
- Вища кваліфікаційна комісія суддів України.

Кваліфікаційні комісії суддів загальних судів здійснюють свою діяльність у центрах апеляційних округів, усі інші кваліфікаційні комісії здійснюють свою діяльність у місті Києві.

Строк повноважень кваліфікаційних комісій суддів становить три роки з дня їх утворення.

Кваліфікаційні комісії суддів діють у складі 11 членів, які мають вищу юридичну освіту:

- 6 суддів, обраних відповідно до Закону України „Про судоустрій України”(конференціями суддів відповідних судів);
- 2 особи від Міністерства юстиції;

- 2 особи, уповноважені відповідною обласною (Київською міською) радою за місцем знаходження кваліфікаційної комісії суддів;

- 1 особа від Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини.

Вища кваліфікаційна комісія суддів України діє у складі 13 членів, які мають вищу юридичну освіту. До її складу входять:

- 7 суддів, обраних відповідно до Закону України „Про судоустрій України” (З’їздом суддів);

- 2 особи, призначені Верховною Радою України;

- 2 особи, призначені Президентом України;

- 1 особа від Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини;

- 1 особа від Міністерства юстиції України.

Для вирішення питань внутрішньої діяльності судів в Україні діє суддівське самоврядування, тобто самостійне колективне вирішення зазначених питань професійними судьями.

Прокуратура являє собою систему органів, які діють від національного до районного рівня. Конституція України 1996 року передбачила зміну місця прокуратури в системі органів влади України, а доки не ухвалено нового законодавства про цей орган, залишається в силі та структура прокуратури та ті повноваження, що передбачені нині чинним законом „Про прокуратуру”. Більше того, після набуття чинності змін до Конституції від 08.12.04 (доповнення ст.121 п. 5), прокуратурі конституційно буде повернуто право загального нагляду за додержанням прав і свобод людини і громадянина.

Прокуратура України становить єдину систему, на яку покладаються:

- 1) підтримання державного обвинувачення в суді;

- 2) представництво інтересів громадянина або держави в суді у випадках, визначених законом;

- 3) нагляд за додержанням законів органами, які проводять оперативно-розшукову діяльність, дізнання, досудове слідство;

- 4) нагляд за додержанням законів при виконанні судових рішень у кримінальних справах, а також при застосуванні інших заходів примусового характеру, пов’язаних із обмеженням особистої свободи громадян (ст. 121 Конституції України).

Прокуратуру України очолює Генеральний прокурор України, який призначається на посаду за згодою Верховної Ради України та звільняється з посади Президентом України. Верховна Рада України може висловити недовіру Генеральному прокуророві України, що має наслідком його відставку з посади. Строк повноважень Генерального прокурора України - п’ять років (ст. 122 Конституції України).

Структуру Генеральної прокуратури України та Положення про її структурні підрозділи затверджує Генеральний прокурор України.

У Генеральній прокуратурі України утворюється колегія у складі Генерального прокурора України (голова), його першого заступника, заступників прокурора Автономної Республіки Крим, інших керівних працівників органів прокуратури. Персональний склад колегії затверджується Верховною Радою України за поданням Генерального прокурора України. Генеральна прокуратура України разом з Міністерством внутрішніх справ України та іншими заінтересованими міністерствами та відомствами, за погодженням з Міністерством статистики України, розробляє систему та методику єдиного обліку і статистичної звітності про злочинність, розкриття і розслідування злочинів (ст. 14 Закону „Про прокуратуру”).

Генерального прокурора України у разі невідповідності Указу Президента України законам України у передбаченому законом порядку звертається з поданням до Конституційного Суду України.

Рішення Прем'єр-міністра України, постанови і розпорядження Кабінету Міністрів України, правові акти, прийняті Верховною Радою Автономної Республіки Крим, її Президією та іншими органами Верховної Ради Автономної Республіки Крим, правові акти Уряду та інших органів виконавчої влади Автономної Республіки Крим, які суперечать чинному законодавству, можуть бути опротестовані Генеральним прокурором України. Протест вноситься до того органу, який видав незаконний акт, а в разі відхилення протесту прокурор звертається з поданням до Президента України або Конституційного Суду України.

Генеральний прокурор України може вносити подання до Верховної Ради України з питань, що потребують тлумачення закону (ст. 10 Закону „Про прокуратуру”).

Генеральний прокурор України:

- 1) спрямовує роботу органів прокуратури і здійснює контроль за їхньою діяльністю;
- 2) призначає першого заступника, заступників Генерального прокурора України, керівників структурних підрозділів, головного бухгалтера, інших працівників Генеральної прокуратури України;
- 3) затверджує структуру і штатну чисельність підпорядкованих органів прокуратури, розподіляє кошти на їхнє утримання;
- 4) призначає за погодженням з Верховною Радою Автономної Республіки Крим прокурора Автономної Республіки Крим;

5) призначає заступників прокурора Автономної Республіки Крим, прокурорів областей, міст Києва і Севастополя, їхніх заступників, міських, районних, міжрайонних, а також прирівняних до них інших прокурорів;

6) відповідно до законодавства визначає порядок прийняття, переміщення та звільнення прокурорів, слідчих прокуратури та інших спеціалістів, за винятком осіб, призначення яких не передбачено цим Законом;

7) відповідно до законів України видає обов'язкові для всіх органів прокуратури накази, розпорядження, затверджує положення та інструкції;

8) присвоює класні чини згідно з Положенням про класні чини працівників прокуратури. Вносить подання Президенту України про присвоєння класних чинів державного радника юстиції 1, 2 і 3 класів.

Вказівки Генерального прокурора України з питань розслідування є обов'язковими для виконання всіма органами дізнання і попереднього слідства.

Накази та інші акти Генерального прокурора України нормативного характеру в разі невідповідності їх Конституції або іншим законам України можуть бути скасовані Верховною Радою України або відповідним судом у порядку, передбаченому законом, а також Генеральним прокурором України (ст. 15 Закону „Про прокуратуру”).

Після відповідних рішень Конституційного Суду вплив народних депутатів на пришвидшення розгляду деяких справ правоохоронними органами і самою прокуратурою значно послабшав. А ось звернень від виборців не поменшало, навіть навпаки - побільшало. У цій ситуації доцільніше вирішувати справи виборців не через звернення до прокуратури, а через судовий розгляд у цивільному процесі. Це стало реальністю після відповідного рішення Конституційного Суду України про підсудність судам загальної юрисдикції усіх справ, де йдеться про можливі порушення прав гарантованих Конституцією, а також після результатів розгляду у Печерському райсуді м.Києва „справи Гонгадзе”, де матір загиблого журналіста, попри відмову Генеральної прокуратури, визнано потерпілою стороною.

Місцеве самоврядування в Україні

На рівні областей та в містах Києві та Севастополі, які мають спеціальний статус, діють як органи державної влади в особі місцевих органів центральних органів виконавчої та судової влади, так і інші органи публічної влади - органи місцевого самоврядування.

Місцеве самоврядування – право територіальної громади – жителів міста, селища та села чи добровільного об'єднання у сільську громаду жителів кількох сіл – самостійно вирішувати питання місцевого значення в межах Конституції і законів України.

Обласні та районні ради є органами місцевого самоврядування, представляють спільні інтереси територіальних громад сіл, селищ, міст, у межах повноважень, визначених Конституцією України, Законом України „Про місцеве самоврядування в Україні” та іншими законами, а також повноважень, переданих їм сільськими, селищними, міськими радами (ст. 10 Закону „Про місцеве самоврядування в Україні”).

Особливості формування обласних та районних рад впливають з їхнього специфічного статусу. Адже відповідно до українського законодавства обласні та районні ради не є самостійними органами місцевого самоврядування, оскільки територіальні громади району та області не наділені правом самоврядування. Тому ці ради за своєю природою є органами, що мають представляти спільні інтереси на районному рівні - сільрад та міст районного значення, а на обласному рівні - районів та міст обласного значення. Відповідно до їхньої такої природи відбуваються вибори депутатів районної та обласної рад.

Встановлення чисельності депутатів районної/обласної ради регламентовано ст. 16 закону „Про вибори депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим, місцевих рад та сільських, селищних та міських голів”:

Загальний склад сільської, селищної, міської, районної у місті, районної, обласної ради має становити при чисельності:

- до 3 тисяч виборців - від 16 до 26 депутатів;
- до 5 тисяч виборців - від 20 до 30 депутатів;
- до 20 тисяч виборців - від 30 до 36 депутатів;
- до 50 тисяч виборців - від 30 до 46 депутатів;
- до 100 тисяч виборців - від 36 до 50 депутатів;
- до 250 тисяч виборців - від 40 до 60 депутатів;
- до 500 тисяч виборців - від 50 до 76 депутатів;
- до 1 мільйона виборців - від 60 до 90 депутатів;
- до 2 мільйонів виборців - від 76 до 120 депутатів;
- понад 2 мільйони виборців - від 76 до 150 депутатів.

Загальний склад Верховної Ради Автономної Республіки Крим визначається Конституцією Автономної Республіки Крим.

Згідно зі змінами до Конституції від 08.12.05 депутати сільської, селищної, міської районної та обласної рад (ст.141) обиратимуться терміном на п'ять років.

У зв'язку з прийняттям Закону „Про вибори депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим, місцевих рад та сільських, селищних, міських голів” депутати міських, районних у містах, районних, обласних рад та Верховної Ради Автономної Республіки Крим обиратимуться за пропорційною системою, якщо законодавство не зазнає змін).

Виходячи з особливостей нинішньої системи виборів до районних та обласних рад, можна стверджувати, що ця система є найбільш сприятлива саме для тих, кого найкраще знають у відповідному населеному пункті чи районі. Кандидати за звичай - диктори місцевого телебачення, міські голови, керівники найбільших підприємств чи лікарень. З ними можуть позмагатися й лідери місцевих партійних громадських організацій, якщо їхні організації справді чисельні та впливові. Здолати ж сходження в депутати обласної ради, наприклад, у місті обласного значення кандидатів, який не має стартової популярності або про якого в місті просто мало знають, у край важко.

Попри обмежені повноваження районних/обласних рад роль депутата у раді та й у відповідному населеному пункті чи районі може бути доволі значна, оскільки закон „Про статус депутатів місцевих рад” регулює загальні принципи діяльності депутата незалежно від повноважень самої ради. Тому застосування депутатом районної/обласної ради інструменту депутатського звернення чи депутатського запиту може бути неабияк ефективне.

Сільські, селищні, міські ради є органами місцевого самоврядування, що представляють відповідні територіальні громади та здійснюють від їхнього імені та в їхніх інтересах функції і повноваження місцевого самоврядування, визначені Конституцією України, Законом України „Про місцеве самоврядування в Україні” та іншими законами. На сьогодні за законом „Про вибори депутатів місцевих рад та сільських, селищних, міських голів” депутати місцевих рад населених пунктів обираються на основі мажоритарної виборчої системи відносної більшості в одномандатних виборчих округах.

(У зв'язку з розглядом у Верховній Раді України нового закону про місцеве самоврядування порядок висунування кандидатів у місцеві депутати та й сама виборча система можуть бути суттєво змінені).

У будь-якому випадку поки що вибори до місцевих рад є найбільш відкритими та демократичними і саме тут кується воля до перемоги й напрацьовується досвід політичної і просто публічної роботи, що є неоціненним не тільки для політичної кар'єри, а й для успішного просування в системі державної служби чи бізнесу.

Виконавчими органами сільських, селищних, міських, районних у містах (у разі їх створення) рад є їхні виконавчі комітети, відділи, управління та інші створювані радами виконавчі органи.

Виконавчі органи сільських, селищних, міських, районних у містах рад є підконтрольними і підзвітними відповідним радам, а з питань здійснення делегованих їм повноважень органів виконавчої влади - також підконтрольними відповідним органам виконавчої влади (ст. 11 Закону „Про місцеве самоврядування в Україні”).

Повноваження виконкому є досить широкі. У Законі „Про місцеве самоврядування в Україні” вони виписані за галузевим принципом у главі 2. Ось деякі з найбільш важливих повноважень:

- підготовка програм соціально-економічного та культурного розвитку сіл, селищ, міст, цільових програм з інших питань самоврядування, подання їх на затвердження ради, організація їхнього виконання; подання раді звітів про хід і результати виконання цих програм;

- подання до районних, обласних рад необхідних показників та внесення пропозицій до програм соціально-економічного та культурного розвитку відповідно районів та областей, а також до планів підприємств, установ та організацій незалежно від форм власності, розташованих на відповідній території, з питань, пов'язаних із соціально-економічним та культурним розвитком території, задоволенням потреб населення;

- складання проекту місцевого бюджету, подання його на затвердження відповідної ради, забезпечення виконання бюджету; щоквартальне подання раді письмових звітів про хід і результати виконання бюджету;

- підготовка і подання відповідно до районних, обласних рад необхідних фінансових показників і пропозицій щодо складання проектів районних і обласних бюджетів;

- здійснення в установленому порядку фінансування видатків з місцевого бюджету; підготовка і внесення на розгляд ради пропозицій щодо порядку та умов відчуження комунального майна, проектів місцевих програм приватизації та переліку об'єктів комунальної власності, які не підлягають приватизації; організація виконання цих програм; подання раді письмових звітів про хід та результати відчуження комунального майна;

- управління закладами освіти, охорони здоров'я, культури, фізкультури і спорту, оздоровчими закладами, які належать територіальним громадам або передані їм, молодіжними підлітковими закладами за місцем проживання, організація їхнього матеріально-технічного та фінансового забезпечення; забезпечення здобуття неповнолітніми повної загальної середньої освіти; створення необхідних умов для виховання дітей, молоді, розвитку їхніх здібностей, трудового навчання, професійної орієнтації, продуктивної праці учнів; сприяння діяльності дошкільних та позашкільних навчально-виховних закладів, дитячих, молодіжних та науково-просвітницьких організацій;

- сприяння роботі творчих спілок, національно-культурних товариств, асоціацій, інших громадських та неприбуткових організацій, які діють у сфері охорони здоров'я, культури, фізкультури і спорту, роботи з молоддю;

- підготовка і подання на затвердження ради проектів місцевих програм охорони довкілля, участь у підготовці загальнодержавних і регіональних програм охорони довкілля; встановлення за рахунок власних коштів і благодійних надходжень додаткових до встановлених законодавством гарантій щодо соціального захисту населення;
- державна реєстрація місцевих благодійних організацій і фондів, інших неприбуткових організацій.

Сільський, селищний, міський голова є головною посадовою особою територіальної громади відповідно села (добровільного об'єднання в одну територіальну громаду жителів кількох сіл), селища, міста.

Сільський, селищний, міський голова очолює виконавчий комітет відповідної сільської, селищної, міської ради, головує на її засіданнях (стаття 1 Закону „Про місцеве самоврядування в Україні”).

Сільський, селищний, міський голова обирається відповідною територіальною громадою на основі загального, рівного, прямого виборчого права шляхом таємного голосування строком на чотири роки в порядку, визначеному законом, здійснює свої повноваження на постійній основі (ст. 12 Закону „Про місцеве самоврядування в Україні”).

Передусім слід зауважити, що, як і у випадку з парламентом, справедливим для повноважень місцевої ради є те, що вони поділяються на три важливі групи: *установчі, нормотворчі та контрольні*. Проте, на відміну від Верховної Ради, місцева рада ухвалює не закони, а рішення, які мають характер місцевого нормативного акту (в багатьох країнах світу їх називають місцевими законами).

Оскільки місцеві нормативні акти ухвалюються виключно радою і виключно на її пленарному засіданні, то роль депутата місцевої ради в цьому процесі більш ніж значна. Тому кожному, хто збирається стати депутатом місцевої ради, слід ознайомитися з фундаментальною функцією місцевої ради - нормотворчістю.

Нормотворчі функції органів місцевого самоврядування відповідно до ст. 59 Закону “Про місцеве самоврядування в Україні” здійснюються шляхом прийняття ними правових актів (рішень), обов’язкових до виконання на території.

За загальними принципами права *законним є те рішення, яке прийняте:*

- ✓ *уповноваженим органом,*
- ✓ *повноважним органом,*
- ✓ *у межах його компетенції,*
- ✓ *з дотриманням встановленої процедури.*

Рішення також має бути оприлюднене. Неоприлюднене рішення не є чинне й виконанню не підлягає.

Уповноваженими органами, що здійснюють нормотворчі функції місцевого самоврядування, є ради та їхні виконавчі комітети.

Повноважним органом є орган, повноваження якого визнані й не припинені на момент ухвалення ним рішення.

Відповідність ради статусу повноважного представницького органу місцевого самоврядування визначається дотриманням порядку її утворення (ч.1-2 ст. 141 Конституції України, ст. 45 Закону України „Про місцеве самоврядування в Україні”, Законом України „Про вибори депутатів місцевих рад та голів сіл, селищ і міст”, ст. 3 Закону України „Про статус депутатів місцевих Рад народних депутатів”.

Рада повинна бути обрана населенням території у відповідності з діючим законом.

До неї повинно бути обрано не менш як дві третини депутатів від складу, встановленого радою попереднього скликання.

Термін повноважень даного складу ради на момент прийняття нею того чи іншого рішення не повинен бути закінчений.

Повноважність (правомочність, правоспроможність) виконавчого комітету ради визначається дотриманням порядку його утворення.

За ст. 51 Закону „Про місцеве самоврядування в Україні” його кількісний і персональний склад має бути затверджений легітимною радою за поданням легітимного голови і відповідати вимогам, встановленим законом, щодо заборони включення до його складу окремих категорій осіб, зокрема, депутатів цієї ради, крім її секретаря. Виконавчий комітет правомочний здійснювати свої функції, в тому числі й нормотворчі, до моменту обрання іншого виконавчого комітету радою наступного скликання.

Статтею 26 визначено повноваження рад як представницьких органів місцевого самоврядування. Серед них нормотворчими, зокрема, є:

- затвердження статуту територіальної громади,
- прийняття регламенту ради,
- встановлення чисельного складу самої ради та її органів,
- наділення тих чи інших утворень окремими власними повноваженнями,
- затвердження різних програм розвитку території,
- регулювання земельних відносин на території,
- затвердження місцевого бюджету,
- утворення позабюджетних фондів і встановлення положень про них,
- встановлення місцевих податків і зборів й надання пільг щодо їхньої сплати,
- вирішення питань адміністративно-територіального устрою території,
- затвердження правил з питань благоустрою,
- встановлення місцевої символіки.

Окремими нормотворчими функціями Закон „Про місцеве самоврядування в Україні” наділяє і виконавчі органи місцевого самоврядування. До них належать:

- встановлення тарифів оплати послуг, що надаються населенню комунальними підприємствами (п. 2 ст.28)
- встановлення порядку використання прибутку комунальних підприємств (п.2 ст. 29)
- встановлення режиму роботи комунальних підприємств (п.9 ст. 30)
- затвердження маршрутів і графіків руху комунального транспорту (п.10 ст.30)
- визначення порядку примусового вилучення земель (п.5 ст. 31)
- встановлення режиму використання та забудови земель (п.7 ст. 31).

Голови сіл, селищ та міст нормотворчими функціями місцевого самоврядування не наділені.

Ради можуть приймати рішення з будь-яких питань своєї компетенції лише на сесійних пленарних засіданнях (ч.2 ст. 59). Такі засідання є правомочними, якщо в них бере участь більше половини депутатів від загального складу ради (ч.11ст. 46). Сесію ради, її пленарне засідання відкриває і веде місцевий голова. Однак сесія вважатиметься правомочною і тоді, коли її засідання відкриє і вестиме секретар ради (якщо голова не може або відмовляється це робити) або один із депутатів цієї ради (якщо не можуть або відмовляються це робити і голова, й секретар).

Пропозиції щодо питань на розгляд ради можуть вноситися головою, постійними комісіями, депутатами, виконавчим комітетом ради, головою місцевої державної адміністрації, головою регіональної ради, загальними зборами громадян. Рішення щодо включення внесеної пропозиції до порядку денного пленарного засідання ради приймається шляхом голосування. Це рішення як процедурне вважається прийнятим, якщо за нього проголосувала більш ніж половина присутніх депутатів (у Законі ця норма не вказана; такі норми передбачаються регламентом ради, який затверджується радою відповідно до ч.1 п.1 ст. 26, ч.13 ст., 46 Закону).

Пропозиція для внесення до порядку денного ради питання унормування того чи іншого боку місцевого життя, як правило, супроводжується розробленим проектом нормативного документа і проектом рішення ради з цього питання. Зі зворотного боку документа вказується, від імені якої особи або структури здійснюється його подання.

Всі ці проекти вважаються належним чином підготовленими, якщо вони попередньо розглянуті виконавчим комітетом і (або) галузевою постійною комісією ради за участю працівників відповідного галузевого відділу виконавчого комітету та інших фахівців.

Проекти місцевих програм соціально-економічного і культурного розвитку, цільових програм з інших питань, місцевого бюджету, інші проекти, підготовка і внесення яких на розгляд ради відповідно до Закону покладається на виконавчі органи місцевого

самоврядування, попередньо розглядаються виконавчим комітетом ради, який приймає рішення щодо внесення цих проектів на розгляд.

Постійні комісії ради діють на підставі ст. 47 Закону, регламенту ради, положення про постійні комісії ради, що приймається радою на підставі ч. 13 ст. 46 Закону. Засідання комісії скликає і веде голова цієї комісії, а за його відсутності або неможливості ним виконувати свої повноваження ці функції здійснює заступник голови або секретар комісії (ст. 47). Засідання комісії є правомочним, якщо в ньому бере участь не менш як половина від загального складу комісії.

Для вивчення питань, розробки проектів рішень ради постійна комісія може створювати підготовчі комісії, робочі групи із залученням представників громадськості та фахівців. Питання, що належать до відання кількох постійних комісій, можуть розглядатися ними спільно або окремо.

За результатами вивчення і розгляду питань постійні комісії готують висновки і рекомендації, які приймаються більшістю голосів від загального складу комісії і підписуються головою комісії, а в разі його відсутності - заступником голови або секретарем комісії.

Проект рішення ради має пройти процедуру узгодження з галузевими відділами виконавчого комітету, юридичним підрозділом та секретарем ради або виконавчого комітету. Це дозволить краще узгодити його з діючим законодавством. Проте він може бути внесений на розгляд ради і у випадку відмови цих структур і посадових осіб погодити проект.

Голова або інший головуючий вносить питання на розгляд ради в тому порядку, в якому вони затверджені в порядку денному засідання ради.

Розгляд проектів розпочинається доповіддю з цього питання, яку робить, як правило, ініціатор подання або уповноважена ним особа. Доповідач обґрунтовує підстави для прийняття запропонованих рішень і їхній зміст. Після доповіді доповідач може відповісти на запитання депутатів.

Потім зі співповіддю виступає голова постійної комісії, що вивчала це питання, або якийсь член комісії, уповноважений нею, і оголошує висновок комісії та її рекомендації щодо змісту запропонованих проектів або доцільності їх прийняття взагалі. Він також може відповісти на запитання депутатів.

Далі має бути проведено обговорення питання (ст. 59), в якому беруть участь депутати та голова ради. Можуть бути заслухані фахівці та представники громадськості. Тривалість обговорення та тривалість одного виступу визначається регламентом ради. Учасники обговорення, висловлюючи свою думку, можуть вносити пропозиції щодо проекту рішення ради, що розглядається, та його змісту. Після закінчення часу обговорення

головуючий ставить на голосування питання про взяття даного проекту рішення за основу. В разі позитивних результатів голосування по чергово, в порядку їх надходження, ставляться на голосування пропозиції, внесені під час обговорення. Після цього ставиться на голосування пропозиція про прийняття рішення в цілому.

Порядок розгляду питань на пленарному засіданні ради не обумовлений законом. Він регулюється на сьогодні ustalеними звичаєвими нормами, які закріплюються в регламенті ради.

Рішення ради вважається прийнятим, якщо за нього проголосувала більшість від загального складу депутатів ради з урахуванням голосу голови. Рішення підписується головою або іншою на законних підставах головуючою на засіданні особою. Рішення ради нормативно-правового характеру набирає чинності з дня його офіційного оприлюднення, якщо самим рішенням ради не передбачений пізніший термін введення його в дію.

Слід пам'ятати, що будь-яка місцева рада повинна мати свій власний регламент. Регламент має бути достатньо детальним і регулювати всі питання організації роботи ради, її комісій (можливо також ухвалення спеціального положення про комісії чи про кожен конкретну комісію), а також депутатських груп.

Важливість повноцінного регламенту повинні розуміти як депутати, так і міський голова. Для депутатів це дуже важливо, особливо в частині включення питань до порядку денного, захисту інтересів меншості, представлення позиції власних виборців. Доволі часто в умовах, коли регламент не досить чітко регулює ці питання, депутати фактично перетворюються у статистів, які тільки й те роблять, що голосують за питання, включені до порядку денного головою чи виконкомом.

В цій ситуації міський голова, на перший погляд, має перевагу від такого куцого регламенту, проте ця перевага уявна, оскільки діє лише доти, поки депутати не захочуть звільнити міського голову з посади. Тоді вже для міського голови відсутність чіткої регламентації процедури увільнення його з посади в регламенті призводить до того, що він може бути звільнений будь-коли, причому оскаржити таке рішення в судовому порядку практично неможливо. Як пересторога цього - сумний досвід голів кількох міст обласного значення з різних регіонів України: усі вони були легко усунені зі своїх посад депутатами передовсім тому, що в регламенті не було чітких процедур такого усунення.

Депутат місцевої ради - особа, обрана виборцями на підставі закону про вибори депутатів місцевих рад; особа - член місцевої ради, яка наділена законами про місцеве самоврядування та статус депутата місцевої ради відповідною компетенцією.

Депутат в одній особі поєднує кілька начал: він - представник виборців, які його обрали до ради; представник громади в цілому, оскільки є членом ради; представник певної

політичної структури, що висувала його як кандидата в депутати, - на основі її передвиборчої програми він провадив власну виборчу кампанію.

Правовий статус депутата місцевої ради визначається на сьогодні двома законами: „Про місцеве самоврядування в Україні” від 21.05.1997 року та „Про статус депутатів місцевих рад народних депутатів” від 04.02.1994 року, із змінами та доповненнями і з урахуванням рішення Конституційного Суду .

Крім знання цих основних законів кожен депутат має бути ознайомлений із ще кількома принципово важливими законами:

- „Про систему оподаткування”;
- „Про бюджетну систему”;
- „Про поставки продукції для державних потреб”;
- „Про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти”;
- Декрет Кабінету Міністрів України „Про місцеві податки і збори”.

Депутати місцевих рад є представниками тих, хто їх обирає. Існує два погляди щодо представництва:

1) виборний член місцевої ради - своєрідний *делегат* своїх виборців, й з огляду на це він мусить робити те, чого хочуть виборці;

2) член ради - *довірена особа*, яка обирається завдяки своїм особистим якостям керівника та здатності приймати ефективні рішення, а після обговорення питання з іншими депутатами - відповідні висновки та дієві рішення.

На практиці, однак, важко зустріти *делегатів* і *довірених осіб* у „чистому” вигляді. Члени рад повинні мати свою позицію, іноді діючи відповідно до побажань виборців, а іншим разом роблячи те, що вони вважають за найкраще.

Депутати місцевих рад часто обираються на посаду завдяки голосам певних категорій населення (працюють на одному підприємстві; представляють професійні об'єднання громадян (вчителів, лікарів) та інші групи населення (об'єднання людей похилого віку, молоді, інвалідів). Кожна група населення покладає конкретні сподівання на члена міської ради. Проте всі групи мають і спільні сподівання, й вимоги до діяльності свого депутата. Деякі зі спільних очікувань можна визначити таким чином:

- *Як безпосередній представник депутат зобов'язаний представляти інтереси своїх виборців.*
- *Депутат повинен відповідати на запитання виборців, надавати необхідну інформацію і мати зворотній зв'язок із виборцями.*
- *Депутат повинен допомагати виборцям у вирішенні проблем, що виникають у стосунках з місцевим виконавчим комітетом, розбираючи кожне окреме питання.*
- *Депутат має допомагати виборцям, які за нього голосували.*

РОЗДІЛ III. Ефективні засоби впливу громадськості на прийняття рішень органами державної влади та місцевого самоврядування

Звернення громадян як вплив громадськості на публічні органи влади

Питання практичної реалізації громадянами України наданого їм Конституцією України права вносити в органи державної влади, об'єднання громадян відповідно до їх статуту пропозиції про поліпшення їх діяльності, викривати недоліки в роботі, оскаржувати дії посадових осіб, державних і громадських органів регулюється Законом України “Про звернення громадян”. Закон забезпечує громадянам України можливості для участі в управлінні державними і громадськими справами, для впливу на поліпшення роботи органів державної влади і місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, для відстоювання своїх прав і законних інтересів та відновлення їх у разі порушення.

Так, громадяни України мають право звернутися до органів державної влади, місцевого самоврядування, об'єднань громадян, підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, засобів масової інформації, посадових осіб відповідно до їх функціональних обов'язків із зауваженнями, скаргами та пропозиціями, що стосуються їх статутної діяльності, заявою або клопотанням щодо реалізації своїх соціально-економічних, політичних та особистих прав і законних інтересів та скаргою про їх порушення.

Особи, які не є громадянами України і законно знаходяться на її території, мають таке ж право на подання звернення, як і громадяни України, якщо інше не передбачено міжнародними договорами.

Що є зверненням громадян?

Під зверненнями громадян слід розуміти викладені в письмовій або усній формі пропозиції (зауваження), заяви (клопотання) і скарги.

Пропозиція (зауваження) - звернення громадян, де висловлюються порада, рекомендація щодо діяльності органів державної влади і місцевого самоврядування, депутатів усіх рівнів, посадових осіб, а також висловлюються думки щодо врегулювання суспільних відносин та умов життя громадян, вдосконалення правової основи державного і громадського життя, соціально-культурної та інших сфер діяльності держави і суспільства.

Заява (клопотання) - звернення громадян із проханням про сприяння реалізації закріплених Конституцією та чинним законодавством їх прав та інтересів або повідомлення про порушення чинного законодавства чи недоліки в діяльності підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, народних депутатів України, депутатів місцевих рад, посадових осіб, а також висловлення думки щодо поліпшення їх діяльності. Клопотання

- письмове звернення з проханням про визнання за особою відповідного статусу, прав чи свобод тощо.

Скарга - звернення з вимогою про поновлення прав і захист законних інтересів громадян, порушених діями (бездіяльністю), рішеннями державних органів, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій, об'єднань громадян, посадових осіб.

Що підлягає оскарженню?

До рішень, дій (бездіяльності), які можуть бути оскаржені, належать такі у сфері управлінської діяльності, внаслідок яких:

- порушено права і законні інтереси чи свободи громадянина (групи громадян);
- створено перешкоди для здійснення громадянином його прав і законних інтересів чи свобод;
- незаконно покладено на громадянина які-небудь обов'язки або його незаконно притягнуто до відповідальності.

Вимоги до звернення

Звернення адресуються органам державної влади і місцевого самоврядування, підприємствам, установам, організаціям незалежно від форм власності, об'єднанням громадян або посадовим особам, до повноважень яких належить вирішення порушених у зверненнях питань.

У зверненні має бути зазначено прізвище, ім'я, по батькові, місце проживання громадянина, викладено суть порушеного питання, зауваження, пропозиції, заяви чи скарги, прохання чи вимоги.

Звернення може бути усним (викладеним громадянином і записаним посадовою особою на особистому прийомі) чи письмовим, надісланим поштою або переданим громадянином до відповідного органу, установи особисто чи через уповноважену ним особу, якщо ці повноваження оформлені відповідно до чинного законодавства.

Звернення може бути подано як окремою особою (індивідуальне), так і групою осіб (колективне).

Письмове звернення повинно бути підписано заявником (заявниками) із зазначенням дати.

Звернення, оформлене без дотримання цих вимог, повертається заявникові з відповідними роз'ясненнями не пізніше як через десять днів від дня його надходження, крім випадків, передбачених частиною першою статті 7 Закону України "Про звернення громадян".

Якою має бути мова звернень і рішень та відповідей на них?

Громадяни мають право звертатися до органів державної влади, місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, об'єднань громадян, посадових осіб українською чи іншою мовою, прийнятною для сторін.

Звернення, оформлені належним чином і подані у встановленому порядку, підлягають обов'язковому прийняттю та розгляду.

Забороняється відмова в прийнятті та розгляді звернення з посиланням на політичні погляди, партійну належність, стать, вік, віросповідання, національність громадянина, незнання мови звернення.

Якщо питання, порушені в одержаному органом державної влади, місцевого самоврядування, підприємствами, установами, організаціями незалежно від форм власності, об'єднаннями громадян або посадовими особами зверненні, не входять до їх повноважень, воно в термін *не більше п'яти днів* пересилається ними за належністю відповідному органу чи посадовій особі, про що повідомляється громадянину, який подав звернення. Якщо звернення не містить даних, необхідних для прийняття обґрунтованого рішення органом чи посадовою особою, воно в той же термін повертається громадянину з відповідними роз'ясненнями.

Забороняється направляти скарги громадян для розгляду тим органам або посадовим особам, дії чи рішення яких оскаржуються.

Які звернення не підлягають розгляду та вирішенню?

Письмове звернення без зазначення місця проживання, не підписане автором (авторами), а також таке, з якого неможливо встановити авторство, визнається анонімним і розгляду не підлягає.

Не розглядаються повторні звернення одним і тим же органом від одного і того ж громадянина з одного і того ж питання, якщо перше вирішено по суті, а також ті звернення, терміни розгляду яких передбачено статтею 17 Закону України “Про звернення громадян”, та звернення осіб, визнаних судом недієздатними.

Рішення про припинення розгляду такого звернення приймає керівник органу, про що повідомляється особі, яка подала звернення.

Забороняється переслідування громадян і членів їх сімей за подання звернення до органів державної влади, місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, об'єднань громадян, посадових осіб за критику у зверненні їх діяльності та рішень.

Ніхто не може бути примушений до подання власного чи підписання колективного звернення або участі в акціях на підтримку звернень інших осіб чи організацій.

Не допускається розголошення одержаних із звернень відомостей про особисте життя громадян без їх згоди чи відомостей, що становлять державну або іншу таємницю, яка

охороняється законом, та іншої інформації, якщо це порушує права і законні інтереси громадян. *Не допускається з'ясування даних про особу громадянина, які не стосуються звернення.* На прохання громадянина, висловлене в усній формі або зазначене в тексті звернення, не підлягає розголошенню його прізвище, місце проживання та роботи. Ця заборона не поширюється на випадки повідомлення інформації, що міститься у зверненні, особам, які мають відношення до вирішення справи.

Дія Закону не поширюється на порядок розгляду заяв і скарг громадян, встановлений кримінально-процесуальним, цивільно-процесуальним і трудовим законодавством.

Діловодство щодо звернень громадян ведеться в порядку, який встановлюється Кабінетом Міністрів України.

Органи державної влади і місцевого самоврядування, підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, об'єднання громадян, засоби масової інформації, їх керівники та інші посадові особи в межах своїх повноважень зобов'язані:

- об'єктивно, всебічно і вчасно перевіряти заяви чи скарги;
- на прохання громадянина запрошувати його на засідання відповідного органу, що розглядає його заяву чи скаргу;
- відмінити або змінювати оскаржувані рішення у випадках, передбачених законодавством України, якщо вони не відповідають закону або іншим нормативним актам, невідкладно вживати заходів до припинення неправомірних дій, виявляти, усувати причини та умови, які сприяли порушенням;
- забезпечувати поновлення порушених прав, реальне виконання прийнятих у зв'язку з заявою чи скаргою рішень;
- письмово повідомляти громадянина про результати перевірки заяви чи скарги і суть прийнятого рішення;
- вживати заходів щодо відшкодування у встановленому законом порядку матеріальних збитків, якщо їх було завдано громадянину в результаті ущемлення його прав чи законних інтересів, вирішувати питання про відповідальність осіб, з вини яких було допущено порушення, а також на прохання громадянина не пізніше як у місячний термін довести прийняте рішення до відома органу місцевого самоврядування, трудового колективу чи об'єднання громадян за місцем проживання громадянина;
- у разі визнання заяви чи скарги не достатньо обґрунтованою, роз'яснити порядок оскарження прийнятого за нею рішення;
- не допускати безпідставної передачі розгляду заяв чи скарг іншим органам;
- особисто організовувати та перевіряти стан розгляду заяв чи скарг громадян, вживати заходів до усунення причин, що їх породжують, систематично аналізувати та інформувати населення про хід цієї роботи.

У разі необхідності та за наявності можливостей розгляд звернень громадян покладається на посадову особу чи підрозділ службового апарату, спеціально уповноважені здійснювати цю роботу, в межах бюджетних асигнувань. Це положення не відмінює вимоги частини дев'ятої статті 19 Закону України “Про звернення громадян”.

Звернення розглядаються і вирішуються у термін не більше одного місяця від дня їх надходження, а ті, які не потребують додаткового вивчення, - невідкладно, але не пізніше п'ятнадцяти днів від дня їх отримання. Якщо в місячний термін вирішити порушені у зверненні питання неможливо, керівник відповідного органу, підприємства, установи, організації або його заступник встановлюють необхідний термін для його розгляду, про що повідомляється особі, яка подала звернення. При цьому загальний термін вирішення питань, порушених у зверненні, не може перевищувати сорока п'яти днів.

На обґрунтовану письмову вимогу громадянина термін розгляду може бути скорочено від встановленого цією статтею терміну.

Звернення громадян, які мають встановлені законодавством пільги, розглядаються у першочерговому порядку.

Звернення народного депутата України та депутата місцевої ради розглядається у 10-денний термін (відповідно п.5 ст.15 Закону України “Про статус народного депутата України” та п.2 ст.13 Закону України “Про статус депутатів місцевих рад”. Вказані терміни можуть бути продовжені, про що повідомляється заявника, але не більше ніж на один місяць.

Запит народного депутата України підлягає розгляду в 15-денний строк.

Органи державної влади, місцевого самоврядування, підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, об'єднання громадян, посадові особи розглядають звернення громадян, не стягуючи плати.

Керівники та інші посадові особи органів державної влади, місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, об'єднань громадян зобов'язані проводити особистий прийом громадян.

Прийом проводиться регулярно у встановлені дні та години, у зручний для громадян час, за місцем їх роботи і проживання. Графіки прийому доводяться до відома громадян.

Порядок прийому громадян в органах державної влади, місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах, організаціях незалежно від форм власності, об'єднаннях громадян визначається їх керівниками.

Усі звернення громадян на особистому прийомі реєструються. Якщо вирішити порушені в усному зверненні питання безпосередньо на особистому прийомі неможливо, воно розглядається у тому ж порядку, що й письмове звернення. Про результати розгляду громадянину повідомляється письмово або усно - за бажанням громадянина.

Вищі посадові особи держави - Президент України, Голова Верховної Ради України, Прем'єр-міністр України - здійснюють прийом у встановленому ними порядку.

Відповідальність посадових осіб за порушення законодавства про звернення громадян

Особи, винні у порушенні Закону України “Про звернення громадян”, несуть цивільну, адміністративну або кримінальну відповідальність, передбачену законодавством України.

У разі задоволення скарги орган або посадова особа, які прийняли неправомірне рішення щодо звернення громадянина, відшкодовують йому завдані матеріальні збитки, пов'язані з поданням і розглядом скарги, обґрунтовані витрати, понесені у зв'язку з виїздом для розгляду скарги на вимогу відповідного органу, і втрачений за цей час заробіток. Спори про стягнення витрат розглядаються в судовому порядку.

Громадянину на його вимогу і в порядку, встановленому чинним законодавством, можуть бути відшкодовані моральні збитки, завдані неправомірними діями або рішеннями органу чи посадової особи при розгляді скарги. Розмір відшкодування моральних (немайнових) збитків у грошовому виразі визначається судом.

Подання громадянином звернення, яке містить наклеп і образи, дискредитацію органів державної влади, органів місцевого самоврядування, об'єднань громадян та їхніх посадових осіб, керівників та інших посадових осіб підприємств, установ і організацій незалежно від форм власності, заклики до розпалювання національної, расової, релігійної ворожнечі та інших дій, тягне за собою відповідальність, передбачену чинним законодавством.

Витрати, зроблені органом державної влади, місцевого самоврядування, підприємством, установою, організацією незалежно від форм власності, об'єднанням громадян, засобами масової інформації у зв'язку з перевіркою звернень, які містять завідомо неправдиві відомості, можуть бути стягнуті з громадянина за рішенням суду.

Контроль за дотриманням законодавства про звернення громадян відповідно до своїх повноважень здійснюють Верховна Рада України, народні депутати України, Президент України, Кабінет Міністрів України, Уповноважений з прав людини Верховної Ради України, Верховна Рада Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські, районні, районні в містах Києві та Севастополі державні адміністрації, сільські, селищні, міські ради та їх виконавчі комітети, депутати місцевих рад, а також міністерства, інші центральні органи виконавчої влади щодо підпорядкованих їм підприємств, установ та організацій.

Нагляд за дотриманням законодавства про звернення громадян здійснюється Генеральним прокурором України та підпорядкованими йому прокурорами. Відповідно до

наданих їм чинним законодавством повноважень вони вживають заходів до поновлення порушених прав, захисту законних інтересів громадян, притягнення порушників до відповідальності.

Форми прямої демократії

(за Законом України „Про місцеве самоврядування в Україні)

Досить часто доводиться чути, що міський голова чи відповідальні особи виконкому не ведуть прийому громадян, відмовляються вислуховувати скарги представників цілих верств міської громади, а депутати, боячись гніву того ж міського голови, також уникають зустрічей з виборцями, які домагаються вирішення болючої для них проблеми.

Коли міський голова, міська рада не хочуть братися за вирішення питань громади - громада має взятися за них. Проте виключно в рамках закону.

Закон „Про місцеве самоврядування в Україні” містить три статті, які в разі їх умілого застосування можуть стати важливим інструментом впливу громади на місцеву владу, оскільки саме вони дають можливість громаді безпосередньо бути почутою міським головою чи радою.

Це статті 8,9,13 Закону „Про місцеве самоврядування в Україні”:

Стаття 8. Загальні збори громадян

1. Загальні збори громадян за місцем проживання є формою їх безпосередньої участі у вирішенні питань місцевого значення.

2. Рішення загальних зборів громадян враховуються органами місцевого самоврядування в їх діяльності.

3. Порядок проведення загальних зборів громадян за місцем проживання визначається законом та статутом територіальної громади.

Стаття 9. Місцеві ініціативи

1. Члени територіальної громади мають право ініціювати розгляд у раді (в порядку місцевої ініціативи) будь-якого питання, віднесеного до відання місцевого самоврядування.

2. Порядок внесення місцевої ініціативи на розгляд ради визначається представницьким органом місцевого самоврядування або статутом територіальної громади.

3. Місцева ініціатива, внесена на розгляд ради у встановленому порядку, підлягає обов'язковому розгляду на відкритому засіданні ради за участю членів ініціативної групи з питань місцевої ініціативи.

4. Рішення ради, прийняте з питання, внесеного на її розгляд шляхом місцевої ініціативи, обнародується в порядку, встановленому представницьким органом місцевого самоврядування або статутом територіальної громади.

Стаття 13. Громадські слухання

1. Територіальна громада має право проводити громадські слухання - зустрічатися з

депутатами відповідної ради та посадовими особами місцевого самоврядування, під час яких члени територіальної громади можуть заслуховувати їх, порушувати питання та вносити пропозиції щодо питань місцевого значення, що належать до відання місцевого самоврядування.

2. Громадські слухання проводяться не рідше одного разу на рік.

3. Пропозиції, які вносяться за результатами громадських слухань, підлягають обов'язковому розгляду органами місцевого самоврядування.

4. Порядок організації громадських слухань визначається статутом територіальної громади.

Щоправда, законодавець не виписав механізму, згідно з яким територіальна громада мала б можливість практично реалізувати ці права суб'єкта місцевого самоврядування (на загальні збори громадян, громадські слухання та місцеві ініціативи). Проблемне питання, до прийняття закону про загальні збори громадян, може вирішити місцева рада шляхом прийняття статуту територіальної громади чи відповідних тимчасових положень. На жаль, для цього часто потрібна активна громадська позиція територіальної громади.

Референдум і плебісцит як форми народного волевиявлення

З метою забезпечення народовладдя і безпосередньої участі громадян в управлінні державними та місцевими справами в Україні проводяться референдуми.

Порядок підготовки і проведення всеукраїнського та місцевих референдумів регулюється Конституцією України, Законом України „Про всеукраїнський та місцеві референдуми”, а також іншими законодавчими актами України.

Закон України „Про всеукраїнський та місцеві референдуми” було ухвалено ще 1991 року, тому він по деяких своїх нормах не відповідає нинішній Конституції, хоч є чинним і підлягає застосуванню.

Референдум — це голосування населення всієї держави (загальнодержавний референдум) або певної частини її населення (місцевий референдум) з метою вирішення найважливіших питань державного та суспільного життя. Референдум і вибори мають загальний метод здійснення голосування, але різняться своїм предметом. Вибори проводяться для визначення особи, яка, на думку більшості виборців, найбільш гідна обіймати виборну посаду. Завданням референдуму є вирішення важливих питань, не пов'язаних із наданням юридичної сили мандатам якихось осіб. Це можуть бути затвердження, зміна чи скасування законів, вирішення проблем територіального устрою в межах держави тощо.

У науковій літературі та в законотворчій практиці поряд з терміном „референдум” інколи застосовується термін „плебісцит”. У багатьох випадках їхній зміст рівнозначний. Але між ними вбачають і відмінність, яка полягає в тому, що референдум регламентується

нормами конституційного права певної держави і його предметом може бути досить широке коло питань. Підстави й порядок проведення плебісциту в основному врегульовуються міжнародно-правовими актами, і його предметом у більшості випадків є вирішення територіальних спорів між різними державами.

За юридичними наслідками референдуми можна класифікувати як *зобов'язальні (імперативні)* і *консультативні*. Рішення, прийняте за результатами зобов'язального референдуму, має юридичне обов'язкове значення, а у випадку консультативного референдуму воно такого значення не має і сприймається як політична порада. Проте хоча така порада не має юридичної сили, об'єктивно державні органи не можуть не враховувати народне волевиявлення на референдумі. Зокрема, розділ тринадцятий Конституції України визначає механізм внесення змін до Основного закону України, невід'ємною складовою якого з ряду питань є і референдум.

Обов'язковий референдум — це референдум, проведення якого є обов'язковим для вирішення визначених конституцією проблем.

Відповідно до ст. 73 Конституції України, обов'язковим є всеукраїнський референдум для вирішення питань щодо зміни території України. В інших країнах предметом обов'язкового референдуму визначаються, скажімо, затвердження статутів автономних територій (Іспанія), затвердження Конституції та змін до неї, розв'язання протиріч між палатами парламенту (Швейцарія) тощо.

Якщо ж *референдум* визначається як один із можливих, але необов'язкових способів вирішення певних питань, то він *називається факультативним*. Це може стосуватися, приміром, затвердження законів, міжнародних угод.

Попри те, що референдум розглядається як форма виявлення волі народу, світова державно-правова практика свідчить про юридичну і політичну недоцільність вирішення певних питань референдумом. Звідси конституції деяких держав забороняють виносити на референдум певне кою питань. У більшості випадків це стосується законів і рішень, пов'язаних із фінансово-бюджетними проблемами, наданням громадянства, амністіями, помилуваннями та з деяких інших проблем.

Такий підхід має реальні підстави. Якщо уявити, наприклад, ситуацію, в якій проект бюджету відхиляється референдумом, то для розгляду нового його проекту необхідний новий референдум. І це може повторюватися кілька разів. Крім того, проведення референдуму потребує витрати значних коштів, а організація — певного часу. Отже, кінець кінцем, держава може залишитися без затвердженого бюджету.

Конституція України (ст. 74) встановлює, що в нашій державі не допускається проведення референдумів щодо законопроектів з питань податків, бюджету та амністії.

Всеукраїнський референдум може призначатися Верховною Радою або Президентом України, але тільки в межах, визначених Конституцією повноважень. Так, Верховна Рада уповноважена призначити всеукраїнський референдум для вирішення питань про зміну території держави. Президент має право призначити його щодо затвердження закону про внесення змін до розділів I. III. XIII Конституції, а також проголошує референдум за народною ініціативою.

Ініціатива щодо проведення референдуму визнається народною, а отже, обов'язковою до втілення в життя, якщо відповідна вимога виходить не менш як від 3 млн. громадян України, які мають право голосу. Аби ця ініціатива відображала прагнення народу України, Конституція встановлює, що підписи під вимогою про призначення референдуму повинні бути зібрані не менш як у 2/3 областей і не менш як по 100 тис. підписів у кожній з них. Такий порядок надає певним групам громадян України, що мають право голосу, та різним громадським об'єднанням можливість спробувати реалізувати свої політичні ідеї в разі протидії з боку державних структур завдяки наданню через референдум цим ідеям всенародної підтримки.

Конституційним називається *референдум*, внаслідок якого змінюється, приймається або відхиляється Конституція. Якщо ці питання вирішуються стосовно до звичайного закону, то *референдум* називається *законодавчим*.

Громадський контроль: реальність і перспектива

На жаль, зміст державної політики в реалізації громадянами України своїх конституційних прав і свобод у здійсненні громадського контролю за діяльністю органів державної влади, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій, їх посадових осіб, суб'єктів господарювання незалежно від організаційно-правових форм та форм власності законодавчо ще не врегульовано. Проте, і це відрядно, такий законопроект було внесено до Верховної Ради України, і він навіть пройшов етап першого читання.

Громадський контроль - це організаційно оформлена діяльність громадян України з контролю за відповідністю діяльності об'єктів громадського контролю нормам Конституції України, законів України, інших актів законодавства та за дотриманням ними державної дисципліни.

Об'єктами громадського контролю є органи державної влади, органи місцевого самоврядування, підприємства, установи, організації, їх посадові особи, суб'єкти господарювання незалежно від організаційно-правових форм та форм власності.

Під державною дисципліною розуміється точне і неухильне дотримання об'єктами громадського контролю посадових обов'язків, встановлених законодавством правил поведінки, діяльності, стосунків, а також своєчасне і у повному обсязі виконання ними державних завдань і зобов'язань.

Суб'єкти громадського контролю - всеукраїнські громадські об'єднання, їх структурні підрозділи, метою яких є організація громадського контролю у межах, визначених Конституцією та цим Законом.

Правовою базою діяльності громадського контролю є Конституція України, відповідний закон та інші акти законодавства, прийняті відповідно до них.

Основними принципами громадського контролю мають стати:

- 1) визнання пріоритету прав і свобод людини та громадянина;
- 2) соціальна справедливість і гуманізм;
- 3) законність;
- 4) гласність діяльності громадського контролю;
- 5) взаємна відповідальність держави, її органів і громадянина.

Основними завданнями громадського контролю мають стати:

1) недопущення або усунення раніше допущених порушень Конституції України, законів України, інших актів законодавства, державної дисципліни об'єктами громадського контролю;

2) визначення ступеню суспільного ризику і безпеки, обумовлених здійснюваною чи запланованою діяльністю об'єктів громадського контролю;

3) організація комплексної юридично і науково обґрунтованої оцінки дій об'єктів громадського контролю на їх відповідність Конституції України, законам України, іншим актам законодавства;

4) активна участь у підвищенні правової освіти населення;

5) розвиток у громадян почуття відповідальності за стан всього суспільства.

Предметом діяльності громадського контролю мають стати:

1) дії чи бездіяльність об'єктів громадського контролю у випадках, коли мають місце порушення норм Конституції України, законів України, інших актів законодавства;

2) наявність обґрунтованих сумнівів у відповідності дій об'єктів громадського контролю Конституції України, законам України, іншим актам законодавства;

3) випадки, коли є обґрунтованою загроза безпеці суспільства і держави внаслідок здійснюваної або запланованої діяльності об'єктів громадського контролю.

Відповідно:

- суб'єкти громадського контролю беруть участь у визначенні основних критеріїв життєвого рівня, прожиткового мінімуму, а також мінімальних розмірів заробітної плати, пенсій, соціальних виплат, політики ціноутворення, розробці соціальних програм, спрямованих на створення умов, які забезпечують гідне життя та вільний розвиток людини, її соціальний захист;

- держава забезпечує додержання прав і законних інтересів суб'єктів громадського контролю, а також визнає їх право на здійснення громадського контролю в межах, встановлених законодавством; сприяє навчанню кадрів громадського контролю, підвищенню рівня їх фахових знань.

З метою визначення ступеню суспільного ризику та безпеки у діяльності об'єктів громадського контролю суб'єкти громадського контролю мають право повідомляти через засоби масової інформації про проведення оцінки такої діяльності, прогнозування її наслідків для широких верств населення, а також про її результати.

З метою забезпечення прозорості своєї діяльності та врахування громадської думки суб'єкти громадського контролю проводять громадські слухання з питань, які мають важливе суспільне значення і торкаються широких верств населення.

Про результати своєї діяльності, вжиті заходи суб'єкти громадського контролю інформують громадськість через свої структурні підрозділи та засоби масової інформації.

Суб'єкти громадського контролю, їх структурні підрозділи та уповноважені особи (громадські контролери) матимуть право:

1) здійснювати громадський контроль за дотриманням Конституції України, законів України, інших актів законодавства та державної дисципліни всіма об'єктами громадського контролю, у тому числі громадський контроль з питань, які віднесені чинним законодавством до компетенції профільних громадських організацій (профспілкових, екологічних тощо);

2) здійснювати громадський контроль за виконанням державних програм суспільного розвитку та виконанням суспільно важливих рішень, прийнятих об'єктами громадського контролю;

3) здійснювати громадський контроль за дотриманням державної дисципліни, збереженням та ефективним використанням державної власності, недопущенням проявів тяганини і бюрократизму;

4) надавати юридичну та консультаційну допомогу громадянам при підготовці конституційних звернень відносно офіційних тлумачень законів України відповідно до вимог чинного законодавства;

5) брати участь у проведенні, у тому числі за своєю ініціативою, самостійно або спільно із спеціально уповноваженими державними органами, перевірок інформації про порушення об'єктами громадського контролю Конституції України, законів України, інших актів законодавства, в тому числі стосовно цільового використання коштів бюджетів всіх рівнів, а також дотримання стандартів, норм і правил, встановлених у визначеному законами порядку;

6) вносити до об'єктів громадського контролю пропозиції про заходи щодо усунення порушень чинного законодавства та державної дисципліни;

7) одержувати від об'єктів громадського контролю у встановленому законодавством про звернення громадян порядку інформацію, що стосується їх діяльності, крім інформації, яка законодавчо визнається державною або комерційною таємницею;

8) проводити громадську експертизу проблемних з точки зору відповідності закону управлінських рішень, прогнозу закону управлінських рішень, прогнозувати їх наслідки, визначати причини негативних наслідків управлінських рішень, інформувати про висновки експертизи громадськість, державні органи або посадових осіб вищого рівня чи контролюючі державні органи;

9) проводити громадську екологічну експертизу, оприлюднювати її результати і передавати їх державним органам або посадовим особам вищого рівня чи контролюючим державним органам для прийняття рішень;

10) за поданням своїх керівних органів залучатися у якості спостерігачів до роботи у спеціальних експертних, консультативних та наглядових радах, спеціальних комісіях, створених органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування з питань, які пов'язані із завданнями громадського контролю;

11) у встановленому законодавством порядку оскаржувати неправомірні дії і рішення об'єктів громадського контролю, які стосуються фізичних або юридичних осіб;

12) подавати позови до суду в інтересах громадян, їх об'єднань щодо захисту їх законних прав та інтересів, відшкодування збитків, заподіяних їм об'єктами громадського контролю;

13) отримувати допомогу правоохоронних органів у разі, якщо виникає загроза безпеці уповноважених осіб суб'єктів громадського контролю (громадських контролерів) або чиниться протидія виконанню ними обов'язків;

14) проводити громадську експертизу проектів законів і нормативно-правових актів щодо їх відповідності нормам цього Закону і подавати висновки відповідним органам для їх узгодження з нормами цього Закону;

15) для висвітлення своєї діяльності, бути засновниками засобів масової інформації та здійснювати видавничу діяльність;

16) здійснювати іншу не заборонену чинним законодавством діяльність.

Форми громадського контролю, підстави для провадження справ та проведення перевірок:

1. *Поточний контроль* дій об'єктів громадського контролю щодо їх відповідності нормам Конституції України, законів України, інших актів законодавства та державної дисципліни здійснюється шляхом моніторингу їх поточної діяльності і аналізу його

результатів або шляхом контрольних (рейдових) перевірок профільними підрозділами суб'єкта громадського контролю. Матеріали, одержані на підставі аналізу або перевірок, передаються для прийняття рішення профільній контрольній комісії суб'єкта громадського контролю відповідного рівня.

Профільна контрольна комісія за результатами поточного контролю ухвалює відповідний акт реагування, в якому рекомендуються заходи по усуненню виявлених недоліків. В разі наявності правопорушень матеріали поточного контролю передаються правоохоронним органам.

2. Перевірка за зверненнями громадян.

Звернення громадян подаються на розгляд суб'єкта громадського контролю у письмовій формі протягом року після виявлення порушень їх конституційних прав або законних інтересів.

Суб'єкти громадського контролю не розглядають звернень, які належать до розгляду судами, зупиняють вже розпочатий розгляд, якщо громадянином подано позов, заяву або скаргу до суду.

Перевірка за зверненнями громадян проводиться територіальними відділеннями суб'єктів громадського контролю, їх профільними підрозділами, пунктами громадського контролю на підприємствах, в установах і організаціях, громадськими контролерами на підставі аргументованої інформації про порушення об'єктами громадського контролю норм Конституції України, законів України, інших актів законодавства та державної дисципліни. У разі необхідності для перевірки інформації, що міститься у зверненні громадянина, створюється спеціальна комісія, до складу якої можуть залучатися представники об'єктів громадського контролю, органів державної влади, органів місцевого самоврядування, суб'єктів підприємницької діяльності та фахівці відповідних галузей.

3. Громадська експертиза проводиться суб'єктами громадського контролю з проблемних з точки зору відповідності Конституції України, законам України, іншим актам законодавства питань діяльності об'єктів громадського контролю, які мають суспільне значення, або до розв'язання яких громадськість виявляє великий інтерес.

Громадська експертиза здійснюється незалежною групою фахівців (експертною радою), яка працює на підставі положення, затвердженого вищим керівним органом суб'єкта громадського контролю. Результатом громадської експертизи є висновок, який скріплюється підписами всіх членів експертної ради.

4. Громадські слухання проводяться щодо проблем важливого суспільного значення, дій чи намірів об'єктів громадського контролю, що торкаються широких верств населення, з метою визначення обґрунтованості цих дій та намірів, врахування різних точок зору для прийняття оптимального рішення.

Актами реагування суб'єктів громадського контролю щодо порушень норм Конституції України, законів України, інших актів законодавства та державної дисципліни об'єктами громадського контролю мають бути:

- 1) постанови профільної контрольної комісії суб'єкта громадського контролю;
- 2) подання профільної контрольної комісії суб'єкта громадського контролю до органів державної влади, органів місцевого самоврядування чи господарюючих суб'єктів;
- 3) висновки громадської експертизи.

Публічний протест

Протест політичний - одна з форм вияву незгоди окремої особи чи певної соціальної спільноти з пануючим політичним курсом або рішенням вищих органів влади в державі (законодавчих, виконавчих, судових), а також стосовно тих чи інших соціальних явищ, політичних дій.

Як правило, *протест політичний* здійснюється у формі звернення до органів влади та її представників або апелювання до громад, думки з метою подолання негативних, на погляд протестуючих, суспільних явищ:

- у законодавчо визнаних (легітимних) формах, тобто таких, що є невід'ємною частиною прав і свобод людини;
- у екстремістських (нелегітимних) формах.

У першому випадку *протест політичний* реалізується через використання свободи слова, друку, зборів, мітингів, страйків, вуличних процесій і демонстрацій. У другому - *протест політичний* виливається в акції, що виходять за межі, передбачені конституцією, наприклад у різні форми громадянської непокори. Якщо екстремістські прояви протесту набувають масового характеру і загрожують безпеці громадян, функціонуванню органів державної влади, територіальній цілісності держави або ставлять під загрозу конституційний лад, це може призвести до введення надзвичайного стану. В інших випадках екстремістські форми протесту припиняються відповідно до вимог, передбачених законом, правоохоронними і адміністративними органами.

Вирішення проблеми *політичним протестом* є одним з індикаторів змісту і форми правління, а також розвитку політичної культури громадян. Відповідно до цього, ставлення до нього може коливатися від повної заборони *політичних протестів* в авторитарних державах до фактичної легітимації проявів анархістського типу при зміні форм державного устрою. Єдиним критерієм легітимації будь-яких проявів протесту в правовій державі, незалежно від його змісту, є його відповідність конституції і чинному законодавству.

Здається, уже відшуміли багатолюдні мітинги й демонстрації кінця 80-х- початку 90-х, голодування та пікетування студентів, шахтарів, комуністів, УНА-УНСО. Проте й нині, коли опозиції не вдається бути почутою, всі ці форми публічних акцій стають знову і знову

здіяними.

Наче б і резонанс від подібних акцій не такий уже й значний, як років 10 тому, проте й нині це надзвичайно актуально.

З яких причин виникають протестні публічні акції? (Тут не йдеться про акції парадні, що відбуваються на майдані Незалежності у свята чи в Дні міста, або ті, що їх організовує місцева влада на підтримку Президента чи референдуму).

Людей виштовхує на вулиці безвихідь: науковцям не виплачують зарплати, у студентів забрали право пільгового проїзду, попри екологічні норми будують заправку на міському пляжі, місяцями не вивозять сміття з базару тощо. Причин може бути безліч, важливих чи несуттєвих, проте для учасників публічної акції усе це - крик душі: вислухайте нас, допоможіть!

Що більше таких протестних публічних акцій, то менш демократичною виглядає влада і тим менше вона зважає на голос меншості. Організуючи публічну акцію в своєму місті, селі чи селищі, варто пам'ятати кілька важливих правил українського законодавства, що утримують від юридичної (аж до кримінальної) відповідальності.

Перше: право на публічні протестні акції є конституційним правом і підлягає судовому захисту.

Конституція надає право громадянам проводити мирні збори, мітинги, походи, демонстрації, їх учасники не повинні мати зброї. Про проведення цих акцій повинні завчасно сповіщатися органи виконавчої влади чи органи місцевого самоврядування. Обмеження щодо реалізації цього права може встановлюватися лише судом з метою забезпечення національної безпеки та громадського порядку. Завдяки цьому праву громадяни можуть вільно обговорювати актуальні питання державного і суспільного розвитку, протестувати проти будь-яких обмежень демократії або негативних проявів у політиці, проти порушення їхніх прав (стаття 39 Конституції України).

Друге: в Україні нема власного закону, який би регулював правовідносини щодо реалізації права на мирні збори та маніфестації, що впливає з нашої Конституції.

Ще й досі правовідносини тут регламентуються Указом Президії Верховної Ради СРСР „Про порядок організації і проведення зборів, мітингів, вуличних походів і демонстрацій в СРСР” (№9306-XI). Крім того варто наголосити, що згаданий указ видано ще 28 липня 1988 року. Відповідно до перехідних положень Конституції України закони та інші нормативні акти, прийняті до набуття чинності нині діючої Конституції, є чинними у частині, що не суперечить Конституції України. Але ж цей указ видано 13 років тому, за цей час реалії життя змінилися, багато моментів, актуальних на сьогодні, не регулюються цим указом.

Указ встановлював „дозвільний характер” щодо організації таких публічних акцій.

Тобто перед тим як розпочати публічну акцію (мітинг, демонстрацію, пікетування тощо), слід заручитись дозволом від місцевого органу влади:

Про проведення зборів, мітингу, вуличного походу або демонстрації робиться заява у виконавчий комітет відповідної місцевої ради. Заява подається в письмовій формі не пізніше як за десять днів до намічуваної дати їх проведення. У заяві зазначаються мета, форма, місце проведення заходу або маршрути руху, час його початку і закінчення, передбачувана кількість учасників, прізвища, імена, по батькові уповноважених (організаторів), місце їх проживання і роботи (навчання), дата подачі заяви.

Виконавчий комітет місцевої ради розглядає заяву і повідомляє уповноваженим (організаторам) про прийняте рішення не пізніше як за п'ять днів до часу проведення заходу, зазначеного в заяві. Виконавчий комітет має право при потребі запропонувати тим, хто звернувся із заявою, інші час і місце проведення заходу. Рішення може бути оскаржено у вищому виконавчому і розпорядчому органі у порядку, встановленому чинним законодавством.

Виконавчий комітет місцевої ради забезпечує необхідні умови для проведення зборів, мітингу, вуличного походу або демонстрації.

Збори, мітинги, вуличні походи і демонстрації проводяться відповідно до цілей, зазначених у заяві, а також у визначені строки і в обумовленому місці. При проведенні таких масових заходів уповноважені (організатори) та учасники зобов'язані додержувати законів та зберігати громадський порядок. Учасникам забороняється мати при собі зброю, спеціально підготовлені або пристосовані предмети, які може бути використано проти життя і здоров'я людей, для заподіяння матеріальної шкоди державним, громадським організаціям і громадянам.

Державні і громадські організації, службові особи, а також громадяни не мають права перешкоджати зборам, мітингам, вуличним походам і демонстраціям, які проводяться з додержанням встановленого порядку.

Виконавчий комітет місцевої ради забороняє збори, мітинг, вуличний похід або демонстрацію, якщо мета їх проведення суперечить Конституції або загрожує громадському порядку і безпеці громадян (дана правова норма, на сьогодні не чинна, оскільки не відповідає Конституції. Все інше застосовується на практиці до сьогодні).

Збори, мітинги, вуличні походи, демонстрації повинні бути припинені на вимогу представників органів влади, якщо не було подано заяву, винесено рішення про заборону, а також при порушенні порядку їх проведення, виникненні небезпеки для життя і здоров'я громадян, порушенні громадського порядку.

Інформацію щодо порядку організації та проведення мітингів та демонстрацій наведено тут для того, аби ви знали: досі в Україні - і досить часто - намагаються

використовувати саме цей указ повним обсягом для недопущення публічних акцій, не вигідних владі.

Проте слід пам'ятати, що Конституція є актом прямої дії і, відповідно до її норм, для проведення мітингу чи демонстрації потрібен не *дозвіл* влади, а лише *повідомлення* влади про проведення акції. Якщо орган влади вважає, що таку акцію слід заборонити, то саме він звертається до суду про встановлення *заборони* акції.

Ці питання врегульовано ПЛЕНУМОМ ВЕРХОВНОГО СУДУ УКРАЇНИ (Постанова № 9 від 01.11.96 „Про застосування Конституції України при здійсненні правосуддя”).

Третє: пам'ятайте про наслідки!

Якщо вами та вашими колегами уже прийнято рішення про проведення публічної масової акції, оскільки всі інші способи вичерпано, потурбуйтеся про те, щоб ваша акція відбулася організовано: щоб у вас були люди, які б підтримували порядок, щоби хтось не приніс на акцію зброю, щоб транспаранти та інші друковані чи мальовані візуальні матеріали не були відверто образливі й не містили наклепницьких чи неперевірених матеріалів, оскільки це після акції може стати підставою для цивільних судових позовів про відшкодування моральної шкоди.

Наприклад, коли на ваших плакатах буде написано „Міського голову - у відставку” чи „Міського голову - до суду”, то це не кримінал; коли ж ви напишете „Міський голова - злодій та хабарник” - це вже зовсім інше. Довести це здатен лише суд, отже можете мати серйозні проблеми.

Не варто займатись і такими протиправними діями, як перекриття автодоріг чи залізничної колії, оскільки це також загрожує серйозною відповідальністю.

Не слід розпочинати бійку із силами правопорядку. Коли мітинг чи демонстрація носять мирний характер, їх не має права ніхто розганяти, тим більше застосовувати спецобладнання (кйики, газ, зброю).

Коли ж публічна акція виходить з-під контролю, вступають у дію зовсім інші юридичні норми й правоохоронці можуть застосувати весь свій арсенал засобів, що може призвести навіть до людських втрат.

Пам'ятайте про це, організовуючи будь-який публічний захід протесту!

PS. Коли книга була підготовлена до друку, Верховна Рада України 341 депутатським голосом схвалила закон про проведення зборів, мітингів, вуличних походів та демонстрацій. Залишається чекати якою ж буде реакція Президента України?

Лобіювання як соціальне явище

Лобі, лобізм (від англ. – кулуари) – група людей, що здійснюють вплив, тиск при розгляді питань в публічних органах (державних та місцевого самоврядування) в інтересах окремих груп, закладів, осіб і т.д.

Отже, *лобіювання* – це організація та здійснення тиску на органи публічної влади в інтересах окремих груп, закладів, осіб і т. д, з метою прийняття чи відхилення тих чи інших нормативно-правових актів.

У сучасному демократичному суспільстві існує безліч різних добровільних об'єднань людей (груп інтересів), які намагаються довести свої вимоги до владних структур. Одні з них використовують економічні важелі, інші діють менш помітно у коридорах влади. Найпоширенішою формою впливу цих організованих груп інтересів на органи влади є лобіювання. У розвинених країнах Заходу лобісти є штатом висококваліфікованих фахівців, здатних зібрати необхідну інформацію і схилити органи влади до ухвалення рішення на користь тієї групи, інтереси якої вони представляють. Часто лобісти виконують роль посередників у різного роду угодах між групами інтересів і політичних діячів, у тому числі законодавцями і урядовцями, тим самим суттєво впливаючи на формування політичного курсу країни.

Таким чином, лобізм займає важливе місце в механізмі демократії. Однак специфікою лобістського впливу є його потенційна непрозорість: і у можновладця, і у лобіста виникає спокуса облаштувати домовленість із максимально прийнятним результатом - а врахування вимог закону чи зважання на позицію громадськості можуть вимагати додаткових витрат. Тому настільки тонкою є межа між лобізмом як прийнятним механізмом для демократії, і корупцією як злочинним зловживанням своїм владним становищем задля особистої вигоди. І тому, відповідно, нагальною є потреба законодавчого регулювання лобізму, надання йому контрольованого з боку суспільства річища.

Термін походить від англійського слова "lobby", що означає вестибюль, передпокій, кулуари. Політичного відтінку це слово набуло в 19 столітті в США.

У той час міністри і сенатори у вестибюлях готелів, де вони відпочивали, часто зустрічалися з різними людьми, вислуховували їхні прохання і обіцяли - найчастіше не безкорисливо, а за гроші - виконати обіцянку. Так термін “лобіювання” став позначати покупку голосів за гроші.

В Англії така політика довгий час вважалася негідною, тому слово ввійшло в лексичний фонд лише в 20 столітті, згодом його запозичали й інші країни. “Лобізм” - термін, що позначає розгалужену систему контор і агентств чи монополій, організованих груп при законодавчих органах, що здійснюють тиск (аж до підкупу) на законодавців і чиновників з метою прийняття рішень (певних законопроектів, отримання урядових замовлень, субсидій)

в інтересах організацій, які ці групи представляють. Саме слово "лобізм" неоднозначно оцінюється у суспільстві, має як легальний, так і "тіньовий" зміст. Якщо говорити про другий зміст, то, як правило, термін "лобізм" тут набуває суто негативного значення, нерідко є синонімом поняттям "блат", "протекціонізм", "підкуп" або покупки голосів у корисливих чи вузькопартійних інтересах на шкоду інтересів іншим, насамперед суспільним.

Крайнім виразом негативного лобіювання можуть виступати незаконний тиск на представників влади, хабарництво, корупція, за допомогою яких приймаються управлінські рішення в інтересах певних груп осіб. Негативне ставлення до лобізму формується саме внаслідок такої практики "впливу" на управлінське рішення. Зрозуміло, це лише одна сторона медалі, що показує не тільки силу і можливості різних соціальних структур, але й уразливі, слабкі "місця" влади.

У позитивному значенні лобізм характеризується як здорове, нормальне, життєво необхідне явище, що виступає як інституція демократичного процесу. Адже лобізм як система організаційного оформлення, вираження і представництва різноманітних і групових інтересів - настільки ж невід'ємний елемент суспільства, як і наявність у ньому цих різноманітних групових інтересів, кожний з яких наполегливо прагне привернути до себе увагу влади. Лобізм у цьому сенсі є форма законного впливу "груп тиску" на управлінські рішення державних органів з метою задоволення інтересів певних соціальних структур (організацій, асоціацій, територіальних утворень, шарів суспільства тощо).

Лобізм дуже жорстко пов'язаний з політичною владою. Можна навіть вивести таку закономірність: лобізму більше там, де більше реальної влади. Лобізм - ознака влади, її специфічна риса. І навпаки, він не буде виявлятися там, де влада відсутня чи де вона виступає лише як номінальна сила. Лобізм як повноцінна інституція з'являється тоді, коли вже наявні дві необхідних умови:

- виникає велике різноманіття інтересів у суспільстві унаслідок його соціальної диференціації, розшарування, "спеціалізації";

- розширюється доступ до влади на основі політичного плюралізму, що характерно насамперед для демократичних режимів.

У зв'язку з тим, що влада об'єктивно не може задовольнити одночасно і якнайповніше усі інтереси, виникає проблема черговості, пріоритету задоволення тих чи інших інтересів. Звідси закономірним є прагнення різних груп і шарів суспільства впливати на поведінку держави з метою переорієнтації політики на свою користь, стимулювати її приймати вигідні для них управлінські рішення. У США, де лобізм широко використовується, виділяють такі форми лобізму:

- виступи на слуханнях у комітетах Конгресу з викладом позицій зацікавлених сторін;

- складання проектів законів і пропозицій для внесення їх на обговорення парламенту;

- організація пропаганди і кампанії “тиску з місць” (потоки листів, телеграм, телефонних дзвінків на адресу законодавців;

- особисті візити впливових місцевих виборців до своїх депутатів тощо.

Для ефективнішої реалізації цілей лобізму в США є розвинені матеріальні структури. По-перше, практично усі великі корпорації, підприємницькі союзи, професійні асоціації, громадські і різні спеціалізовані організації мають у своєму складі особливі підрозділи, що займаються тільки лобістською діяльністю, і які налічують до декількох десятків і навіть сотень чоловік (як правило, колишні радники, сенатори, міністри, чиновники, юристи і інші фахівці, що мають міцні зв'язки, відповідні здібності і якості). По-друге, зацікавлені групи, особливо монополії, активно користуються послугами найманих лобістів, у ролі яких найчастіше виступають впливові юридичні, пропагандистські і консультативні (професійно-лобістські) фірми чи їх провідні співробітники. Нарешті, нерідко створюються організації типу підприємницьких, професійних чи громадських (за членством та іншими ознаками, але цілком чи переважно лобістських за призначенням) структур.

Лобізм може виявлятися в різних сферах і відповідно мати різні види. Наприклад, у залежності від того, у якій галузі влади “вирішується питання”, можна виділити законодавче, виконавче і судове лобіювання.

Умовно можна говорити, що лобізм існує і у засобах масової інформації, які у зв'язку з їхнім могутнім впливом на свідомість і поведінку людей у сфері політики обґрунтовано вважаються “четвертою гілкою влади”. Сам же лобізм (на Заході, у США, зокрема) є досить престижним видом діяльності, дехто називає його “п'ятою гілкою влади”.

У залежності від того, в якому управлінському рішенні досягаються цілі лобіювання, воно може поділятися на правотворче (лобізм у законодавчих органах через нормативні акти), правозастосовуюче (лобізм через акти застосування права) і правоінтерпретаційне (лобізм через акти тлумачення права).

У залежності від характеру інтересу, що “протискається”, можна виділити політичне, соціальне, економічне, фінансове, правове й інше лобіювання.

У залежності від часу дії буває “одноразовий” і постійний лобізм.

У залежності від того, на якому рівні влади відбувається лобіювання, воно може класифікуватися на загальнодержавне (здійснюється в системі вищих органів державної влади і управління) і місцеве (здійснюється в земельних або республіканських, крайових, обласних, районних органах).

У залежності від того, на чию користь “вирішується питання”, лобіювання може класифікуватися як:

- *лобіювання різних соціальних структур*: громадських організацій, рухів, партій, груп, прошарків (профспілки, антивоєнні і екологічні рухи, підприємницькі союзи і т.д.). Наприклад, у США літні громадяни об’єднуються в асоціації, які захищають їхні права, здійснюють лобістську діяльність у Конгресі, організують кампанії на користь чи проти тих чи інших заходів, що стосуються їхніх інтересів;

- *відомче лобіювання* - це лобізм у міністерствах, відомствах, державних органах;

- *регіональне лобіювання* - цей вплив на владу з боку представників земель, республік, країв, областей, районів і інших місцевих утворень;

- *іноземне лобіювання* - це вплив закордонних “груп тиску” або національних громад на ті чи інші державні органи з метою домогтися від них певних рішень. Так, значне місце в структурах американського суспільства займають лобі єврейське, польське, арабське і ін. Усі вони, у силу своїх можливостей, намагаються “проштовхувати” інтереси національних громад і країн, вихідцями яких є.

Найдієвіші важелі при цьому - гроші, преса, голоси виборців, які “переплавляються” у вплив. Вихідці з України - емігранти і їхні нащадки - складають за чисельністю одну з помітних національних меншин у США. Однак про українське лобі як таке в США говорити складно. Що ж стосується самої України, то в ній лобіювання іноземних інтересів на сьогодні ведеться більш активно, аніж своїх власних.

Лобізм має важливе значення для різних сфер життя суспільства. При цьому він вносить у життєдіяльність будь-якого суспільства як позитивні, так і негативні наслідки. Зупинимося на основних “плюсах” і “мінусах” лобізму. “Плюси” лобізму:

- по-перше, впливаючи на управлінські рішення, лобізм змушує “триматися у формі” органи державної влади і управління, у певному значенні конкурує, змагається з ними, додає їм велику динаміку і гнучкість. За умов поділу влади, кожна з гілок влади може використовувати те чи інше лобі у своїх інтересах. Так, у Конгресі США законодавці офіційно співпрацюють з лобістськими кадрами визначених зацікавлених груп, що, безперечно, тільки підсилює позиції законодавчої влади;

- по-друге, лобізм виступає інструментом самоорганізації громадянського суспільства, за допомогою якого мобілізується суспільна підтримка чи опозиція певному законопроекту, здійснюється вплив на політику. Лобізм у цій ситуації є свого роду суперником бюрократії. Враховуючи також те, що держава за умов становлення ринкових відносин усе більше і більше поступається своїми позиціями у сфері захисту інтересів різних соціальних груп і шарів, цей вакуум мусить бути заповнено відповідними структурами громадянського суспільства;

- по-третє, лобізм створює можливості для забезпечення інтересів меншості, бо виступає як специфічна форма прояву політичного плюралізму;

- по-четверте, лобізм утілює свій принцип свободи соціальних недержавних структур - асоціацій, громадських організацій, суспільних верств і т. ін. За допомогою лобіювання вони самі намагаються вирішувати свої проблеми, маючи певний вибір шляхів і засобів такого рішення;

- по-п'яте, цей засіб застосовується як своєрідне соціально-політичне стимулювання, спрямоване на прискорення упровадження певних цілей і інтересів, на спонукання до конкретних дій. При такому підході лобізм виступає як спосіб активізації певних процесів і явищ у сфері політики;

- по-шосте, він дозволяє розширювати інформаційну й організаційну базу прийнятих рішень і набагато пильніше звернути увагу на певні "кричущі" проблеми. Лобісти забезпечують органи державної влади потоком інформації з того чи іншого питання, що виноситься на парламентське слухання, інформують законодавців про те, що відбувається на відповідних соціальних рівнях. Тому вони більше схожі у цьому випадку на торговців інформацією. Через лобіювання інтересам різних груп і шарів надається гострої злободенності, актуальності, соціальної значимості, а владні структури переконують у необхідності пріоритетного, оперативного і повнішого їх задоволенні. Лобіювання виступає у вигляді системи аргументації, механізму підготовки і прийняття відповідних актів;

- по-сьоме, лобізм можна розглядати як інструмент взаємодії представницької і виконавчої влади. Поділ влади не протиставляє їх одна одній, а має робочий характер. Тому взаємодопомога міністерських лобістів і депутатських комітетів часто приносить користь, часто вона позбавлена корисливого інтересу і цілком укладається в рамки нормального політичного життя;

- по-восьме, лобізм можна оцінювати і як ширший засіб досягнення компромісу, спосіб взаємного урівноваження і примирення між собою різноманітних інтересів. Загальновизнано, що лобістські групи, що відстоюють часто діаметрально протилежні інтереси своїх "господарів" (державних, класових, приватних і т.п.), як це не дивно, на перший погляд, сприяють збереженню свого роду рівноваги різних сил, пошуку точок дотику і досягненню консенсусу при прийнятті управлінських рішень, адже, зрештою, стрижень лобізму - це взаємовигідне співробітництво.

Лобізм має й досить серйозні "мінуси":

- по-перше, він може стати інструментом пріоритетного задоволення іноземних інтересів на шкоду інтересам вітчизняним, як приклад, згадаємо події навколо "АвтоЗАЗ-DAEWOO";

- по-друге, лобізм виступає іноді провідником неправового впливу (тиску) на державні органи. Тут уже треба говорити про його види (хабарництво, корупцію тощо), що підточують фундамент влади;

- по-третє, лобізм може служити фактором розвитку і захисту бюрократії, місництва, великодержавного і регіонального шовінізму тощо, підсилювати крайні форми задоволення “спеціальних інтересів”;

- по-четверте, лобізм таїть у собі чималу небезпеку “розмивання” народовладних підвалин суспільства, перетворення демократичних інституцій у потужний інструмент окремих владних груп;

- по-п'яте, лобістські заходи виступають за певних умов і у формі прояву соціальної несправедливості. Як показує соціальна практика деяких західних держав, результативність лобізму великого бізнесу незрівнянно вища (головним чином у виді фінансово-матеріальних можливостей), ніж у інших груп і структур. Така ситуація, що повторюється постійно, здатна дестабілізувати ситуацію, дисбалансувати інтереси, сприяти зростанню напруженості;

- по-шосте, лобізм найчастіше блокує дійсно потрібні управлінські рішення, перешкоджає задоволенню суспільно корисних інтересів, сприяючи здійсненню інтересів чиновницьких;

- по-сьоме, цей засіб іноді істотно заважає стабільній і оперативній державній політиці, тому що його може бути спрямовано, наприклад, на постійний перерозподіл бюджету, на часту зміну пріоритетів, на посилення позицій однієї гілки влади при одночасному ослабленні іншої тощо;

- по-восьме, лобізм може використовуватися і з “найпрозаїчнішими” цілями - як інструмент збагачення окремих прошарків, еліт.

Лобізм як такий - це існування могутніх груп людей при владі, які вдаються до всіх можливих заходів для перерозподілу матеріальних ресурсів і благ на свою користь. Лобізм, як і будь-який інший соціальний засіб, може бути застосований або на благо всьому суспільству (у кінцевому рахунку, звичайно), або у вузькопартійних, вузькогрупових і інших “вузьких” інтересах. Усе залежить від соціально-економічного, політичного і культурного тла, від обставин, що можуть наділити лобізм як плюсами, так і мінусами. Для того, щоб він приносив користь всьому суспільству, необхідні відповідні умови: реальна дія демократичних інституцій і норм, економічна і політична стабільність, свобода засобів масової інформації, стабільне громадянське суспільство і тощо. Тільки за наявності такого набору факторів збільшуються шанси на використання лобізму у суспільних інтересах.

За умов же економічної, політичної і духовної кризи, перехідних періодів, непередбачуваності, коли кожен прошарок, клас, група прагнуть “вирвати шмат” саме зараз, лобізм виходить з цивілізованих меж і набуває більше мінусів, аніж плюсів.

Глибокі зміни в нашому суспільстві привели до бурхливого формуванню нових організованих, у тому числі корпоративних, інтересів, до наростаючої практики лобізму, у першу чергу з боку підприємницьких структур і різних громадських об'єднань. Слід зазначити, що це явище було характерно і для радянського суспільства, правда, існувало в специфічній формі. При слабких демократичних традиціях і нормах цю важливу соціальну інституцію було деформовано, лобізм проявився у формах, властивих авторитарному суспільству.

Жорсткість і однолінійність командно-адміністративних структур, практично безмежне всевладдя партійно-державного апарату і його чиновників підмінили лобізм відомчістю, корупцією, “телефонним правом”. Відповідно, зрівнялівка і номенклатурні, соціалістично-утопічні ідеї і їх реалізація на практиці перешкоджали поширенню цивілізованого лобізму, не дозволяли йому “розгорнутися”.

В українському суспільстві вже оформилися різні види лобізму. Особливо можна виділити законодавче і виконавче лобіювання. Так, починаючи з виборів до Верховної Ради 1994 року, підприємці мають численне представництво у депутатському корпусі, а весна 1998 року ознаменувалася обранням більше 120 депутатів, пов'язаних з підприємництвом. Парадоксально, але наявність такої численної групи незначною мірою позначилось на захисті приватної власності і торгівлі, зниженні податкових ставок чи відміні податків, що є невинуватим тягарем для підприємництва (ПДВ, податку на прибуток, відрахувань у різні фонди тощо).

В Україні лобіювання відбувається, в основному, на користь певних галузей економіки (паливно-енергетична, нафтопереробна) або окремих підприємств (згадуваний “АвтоЗАЗ”, Запорізький алюмінієвий завод тощо).

Лобіювання по-українськи є звернення Президента до депутатів або його присутність при розгляді певного законопроекта на сесії Верховної Ради. Наскільки такий спосіб є дієвим, можна судити взявши до уваги чисельність так званої “пропрезидентської” фракції в парламенті і число її ситуативних союзників. Що стосується лобізму у виконавчих структурах, то можна сказати, що в Україні саме в органах виконавчої влади всіх рівнів сьогодні найчастіше здійснюється лобіювання. Це пов'язано з тим, що кардинальні питання в нашій країні законодавчою владою поки ще зважуються рідко. Фактично це відбувається через президентські укази і постанови Уряду, що відіграють домінуючу роль у системі правового регулювання і мають пряму дію. Особливо тут виділяється лобіювання в Адміністрації Президента України. Соціальна практика в Україні, Росії, Білорусі і значною мірою у інших экс-республіках найяскравіше демонструє негативну сторону лобізму. “Сьогодні лобізм, - пише А. Луговська, - пронизує всі структури влади від верху до низу. Ніким і нічим не контрольований, нахабний і дикий, він став у Росії реальною владою”.

Приватний бізнес, змінюючи структуру економіки, змінює і форми лобіювання своїх проєктів в органах влади, доводячи їх до витончених злочинів і прямого підкупу. Якщо раніше в умовах адміністративно-командної системи управління незаперечно “перше місце” в обмеженому лобістському змаганні займали галузеві лобі, то тепер, усе більше і більше - торговельно-фінансовий капітал, нерідко в тісному союзі з міжгалузевими кланово-мафіозними об’єднаннями.

Умови роздержавлення, приватизації, переділу власності різко активізували негативну і злочинну лобістську діяльність. Навіть на найнижчих рівнях виконавчої влади і апарату (голови райрад, чиновники податкової служби, міліції, пожежної охорони, архітектури, енергонагляду, озеленення і безліч інших служб) узяли на озброєння практику не вирішувати справи, що стосуються проблем приватного бізнесу, інакше, як за допомогою стягненням з підприємців підношень, подарунків та інших способів “негативного” лобіювання.

Є, звичайно, поодинокі спроби дисидентської поведінки окремих сміливців, і навіть зухвалі спроби останніх апелювати до судових органів. Однак, якщо підприємець діє у районному масштабі і не має надійних зв’язків на вищих рівнях, то на майбутній лобістській кар’єрі такого підприємця у цьому районі чи районі міста (і в кількох сусідніх) можна поставити хрест. Не завжди рятує ситуацію можлива ротація чиновницького складу виконавчих органів, оскільки з радянської практики останній запозичив такі корисні риси, як живучість, взаємозамінність на різних щаблях у різних установах, організаціях широке коло зв’язків.

Можна сперечатися, чи є така досить складна і заплутана система відносин лобізмом чи прямою організованою злочинністю, корупцією, державним рекетом чи чимось іншим, однак важливішим є той факт, що у посттоталітарних країнах, де громадянське суспільство традиційно слабе, знищене або відсутнє, на перший план виходить корпоративізм азіатського типу - феодальні патерналістсько-кланові суспільні відносини, які корінням своїми сягають азіатського середньовіччя: фактична безправність бізнесменів на фоні фактичного всевладдя чиновників. Збитки від такого лобізму (вірно названого “дикого”), у якого немає окреслених законом рамок, визначити неможливо. І коли чиновник одночасно є і депутатом, і представником лобістського угруповання, провести в його діях грань між протекціонізмом, лобізмом і корупцією дуже складно.

У зв’язку з тим, що лобізм створює широкий “спектр” можливих наслідків, він, безумовно, має потребу в упорядкуванні, юридичному оформленні. Суспільство і держава повинні спільно брати участь у налагодженні механізмів трансформації негативних моментів лобіювання в позитивні, у використанні ефективних інструментів мінімізації шкідливих результатів від лобізму й у нарощуванні позитивних, утвердженні цивілізованих його основ.

Безперечно, краще створювати легальні форми для лобіювання з метою контролю. Разом з тим треба розуміти, що абсолютного контролю над цим явищем досягти неможливо. Лобізм є багатограним, утілюється найчастіше в унікальних, спонтанно і ситуативно створюваних формах.

У різних країнах, через своєрідність демократичного будівництва, існуючих інституцій і норм, намагаються знайти свої шляхи у вирішенні проблеми упорядкування лобістської діяльності. Однак закордонна практика наочно свідчить, що наявні способи оформлення діяльності лобістських груп поки ще не дозволяють вирішити питання про те, як ефективно контролювати їх, не накладаючи в той же час зайвих обмежень на суспільство, що потребує і активно прагне до вільного розвитку свого потенціалу. Очевидно, Україні і, принаймні, європейським екс-республікам і тут доведеться піти не завжди звіданими шляхами, спиратися на свій історичний досвід, культуру і життєвий уклад, на свої національні традиції. Разом з тим важливо враховувати і наявний світовий досвід. Було б корисно у державно-правовому механізмі України створити діючу систему захисту корінних інтересів населення, особливо його соціальне уразливих шарів. Це вимагає, з одного боку, формування в парламентській практиці повноцінного інституту лобізму, що дозволяє забезпечити в прийнятих законах своєрідної рівноваги сил, балансу протилежних інтересів в українському суспільстві, що швидко розвивається, тобто відображення в нормах закону компромісного рішення. З іншого боку, доцільно заснувати при парламенті спеціальну службу (на зразок Дослідницької служби Конгресу США), що, на противагу лобістському підходу, надавала б законодавцю вільний від будь-яких оцінок матеріал, що необхідний для адекватного відображення в законі різноманітних соціальних інтересів. Здається, що в будь-якому випадку спеціальний закон про лобізм нам теж не завадить. Саме в ньому можна буде установити різноманітні юридичні засоби, що упорядковують лобістські процеси. На практиці ще довгий час навряд чи вдасться вітчизняному лобізму стати одним з ефективних інструментів формування демократичної політики. Високий рівень корумпованості, бюрократизм істотно впливають на методи лобістської діяльності. Крім того, суспільна свідомість в Україні, маючи глибокі корені в общинній і соціалістичній психології, поки що сприймає лобізм із великими труднощами, а слово “лобіст” найчастіше використовується як лайливе, з аморально-кримінальним відтінком. На даному етапі в лобізмі вбачають лише одну сторону - негативну. Однак, якщо ми вирішили формувати громадянське суспільство, то від лобізму нікуди подітися, бо він виступає своєрідним супутником демократії.

Побудова коаліцій

Коаліція – об'єднання незалежних організацій, які підтримують загальну мету щодо здійснення соціальних змін та об'єднують свої зусилля для досягнення цієї мети, зберігаючи при цьому автономність, при наявності загального координуючого органу.

Коаліціям притаманні як співпраця, так і динамічні тертя, конфлікти. Вони можуть бути як тривалими, так і короткочасними, переслідуючи одну чи кілька цілей. Наприклад: зміна політики чи законодавства.

Партнерство – це процес, в результаті якого кілька організацій офіційно засвідчують довготривалу угоду для досягнення спільної конкретної мети. Організації зберігають повну автономність. Наприклад: реалізація проекту.

Об'єднання – термін, що застосовується до асоціації організацій-членів, метою яких є централізація загальних взаємовигідних функцій. Як наслідок, організації добровільно погоджуються на делегування частини своїх повноважень єдиному надорганізаційному органу. Наприклад: об'єднання Християнських асоціацій молодих людей.

Кандидати неспроможні досягти перемоги на наступних виборах без підтримки різноманітних груп виборців. Між іншим, перемога здобувається спільними кандидатами у депутати від ряду партій тоді, коли вони визнають і діють на основі таких моментів, які їх об'єднують та забезпечують підтримку з боку різних груп виборців. Цей процес відомий як коаліційний розвиток.

Якщо ви ще не маєте списку організацій, які представляють виборців, що вас цікавлять, або прагнуть розв'язати певну проблему - складіть його. Спілкуючись з цими організаціями, ви дістанете можливість охопити більшу кількість груп виборців вашого округу. Інформацію про них ви можете дістати із різних джерел. Розпочніть із запису назв тих організацій, які на встановлену дату налагодили з вами контакт. Можливо це будуть організації місцевих національних меншин, групи ветеранів війни та праці або некомерційні установи, з представниками яких ви зустрічалися, працюючи над спільною проблемою.

Не нехуйте інформацією, що міститься у телефонних та інших довідниках під такими заголовками, як добровільні товариства, асоціації, профспілки, церкви або громадські організації та об'єднання.

У місцевій бібліотеці ви, напевно, можете скористатися довідниками або енциклопедіями, де міститься інформація про національні групи та меншини у вашій місцевості. З такого гатунку довідникової літератури ви можливо дізнаєтесь про мету діяльності тієї або іншої організації, кількість її членів, газети та бюлетені, які вони друкують. Якщо там містяться номери телефонів та адреси, уточніть їх.

Склавши список відповідних організацій, попросіть партійного активіста або волонтера розпочати необхідну аналітичну роботу. Зателефонуйте до кожної організації і до назви, адреси та номера телефону, запитайте про таку інформацію:

- прізвища осіб (службовців), відповідальних за контакти організації;
- тип організації (некомерційна, асоціація, громадська, клуб місцевої громади тощо);
- склад членів;

- мета діяльності (відповідно до статуту);
- газети, бюлетені тощо, які вони друкують, їх тираж;
- свята або дати, які для них мають значення та відмічаються урочистими заходами (особливо, якщо це групи національних або етнічних меншин);
- головні заходи, що плануються на поточний рік - фестивалі громади, політичні семінари, щорічні конференції тощо;
- політичний характер організації, якщо такий існує;
- якщо це велика організація, то яких кандидатів та з яких мотивів вона підтримувала останнім часом;
- чи влаштовує організація щорічні зустрічі з виборними посадовцями або кандидатами, чи справедливо були представлені обидві партії, члени якої партії переважали на зустрічі?

Така інформація допоможе вам оцінити політичну спрямованість організації, особливо тоді, коли про це не робилося офіційних заяв.

Тепер у вас накопилось досить інформації, щоб дозволити собі розпочати процес ув'язування або, принаймні, пошуку сфер зближення ваших цілей з основними цілями, що переслідують основні групи виборців вашого округу.

Щоб дістати підтримку своїх позицій, законодавчих дій або вашої кандидатури з боку цих організацій, ви маєте виявити “зв'язок, що поєднує” вас з кожною із цих груп. Представники та члени груп виборців, так само як і всі виборці, мають переконатися, що у вас турботи спільні і що ви є саме тією особою, яка виражатиме їх інтереси.

У цьому й полягає мета розбудови коаліції. Конкретна тактика, яку ви використовуєте для досягнення цієї мети, складає зміст вашої програми коаліційного розвитку.

Коли ви складете перелік напрямків діяльності та заходів, що мають значення для кожної з основних груп виборців, складіть календар заходів. Він матиме подвійну користь: у вас та ваших помічників буде досить часу, щоб заздалегідь підготувати захід (тобто, спланувати свою присутність або виступ під час заходу); він допоможе поліпшити процес складання розкладу. Наприклад, якщо вас запросили виступити перед студентами університету, а в цей самий час велика національна меншина запланувала своє спільне зібрання, то у такому разі у вас буде час змінити свій розклад і відвідати обидва заходи.

Наявність календаря заходів також допоможе суміщати свою діяльність. Наприклад, вам потрібно відвідати захід, спонсорований групою ваших прибічників. Вам також відомо, що того ж самого дня десь поруч жінки-підприємці влаштовують своє щомісячне зібрання. Як у члена Комісії з питань виробництва та праці місцевої Ради у вас виникає бажання виступити перед групою з промовою з питань законодавства, що зачіпає проблеми

підприємництва. Так от, замість того, щоб кожного разу їхати в округ на кожен захід, ви скористаєтеся нагодою збігу двох обставин та зустрінетеся з виборцями, що мають для вас особливе значення.

Нарешті календар заходів дозволить вам мати досить часу, щоб спланувати таку діяльність та заходи з основними групами виборців, які заслуговували б на увагу з боку засобів інформації.

Як посадовець, що переобирається, ви, можливо, уже зустрічалися з представниками однієї або декількох груп особливого інтересу. Це групи, які дістають форму союзу різних коаліційних груп, що об'єдналися навколо однієї спільної проблеми - звично чуттєвого або емоційного характеру. Незважаючи на те, чи є постійною або тимчасовою така коаліція, її "сила" обумовлюється просто кількісним складом, що дозволяє досягти змін у межах політичної системи.

Групи особливого інтересу різняться між собою у залежності від характеру населення та проблем кожного району. Це можуть бути фермери, організатори професіональних спілок, міліціонери, пожежники і т.д.

Доводячи свою "силу кількістю", такі групи, як правило, об'єднують свої ресурси і часто виглядають високо організованими, добре фінансованими та активними під час виборчих кампаній у досягненні своєї конкретної мети.

Для досягнення своєї мети групи особливого інтересу використовують різноманітні методи. Інколи їх представники прагнуть зустрітися з вами, щоб нагадати про кількість виборців, які поділяють їх думку. Вони також пильно стежать за вашою позицією та позицією ваших виборців, інформують останніх за допомогою бюлетенів або прямого листування.

Якщо ви займаєте "неправильну" позицію з обстоюваного ними питання, члени цієї групи особливого інтересу вдаються до різноманітних засобів, щоб переконати вас змінити вашу позицію. Наприклад, проти вас може бути розгорнута агресивна телефонна або листова кампанія, і ваш офіс заповнюється телефонними дзвінками та завалюється листами виборців. Такого ґатунку тактика може бути використана під час виборів як на вашу підтримку, так і проти вас. Саме з цієї причини групи спеціального інтересу користуються поганою репутацією.

Деякі важливі компоненти розвитку коаліції

1. Сприятливі політичні, економічні та місцеві умови.
2. Наявність групи людей в організаціях, відданих ідеї досягнення визначеної мети.
3. Здатність лідерів організацій зробити можливий відповідний внесок для досягнення мети.

4. Володіння керівництвом достатньою компетенцією для досягнення визначених цілей.

Переваги коаліції

1. Мобілізація колективних дій.
2. Захист спільних інтересів, які в одиночку відстояти майже не можливо.
3. Вихід на якісно новий рівень публічної діяльності.
4. Заручення більшою підтримкою громадян.
5. Спільне використання наявних у всіх суб'єктів коаліції ресурсів.
6. Більша ймовірність знайти підтримку серед громадськості.
7. Ріст довіри до організацій.
8. Обмін практичним досвідом між організаціями.
9. Надійніший захист своїх членів.
10. Покращання зв'язків з регіонами (через наявність структурних підрозділів організацій в різних регіонах).
11. Зменшення напруги, конфліктів між організаціями.
12. Координація дій дозволить підвищити ефективність функціонування організацій, краще зрозуміти потреби суспільства тощо.

Недоліки коаліції

1. Ділити з іншими впливи і славу.
2. Колективна відповідальність.
3. Часткова втрата автономії в діях.
4. Уповільнене реагування на події в суспільстві, через необхідність узгодження дій. Ускладнення прийняття рішень.
5. Ймовірність необхідності відмови від частини власних інтересів задля збереження коаліції. Амбіційність.
6. Можливість виникнення конфліктів, пов'язаних з реалізацією іншої, власної мети, вибором методів її досягнення. Додаткові витрати.
7. Ймовірність стати жертвою прихованих планів одного чи кількох учасників коаліції тощо.

Типи прихильності:

Прагматичний (пошук ресурсів та розширення впливу):

1. Отримати щось для своєї організації чи тих, кого представляє.
2. Отримати вигоду власне для себе як особистості.
3. Підняття іміджу організації.
4. Домогтися надійнішого захисту, власного чи членів організації.
5. З метою отримання інформації, розширення контактів тощо.

Ідеологічний (альтруїзм: відданість ідеологічним та моральним цінностям):

1. Реалізація певних політичних чи релігійних поглядів.
2. Зробити щось для загальної користі.
3. Виконання своїх громадянських обов'язків тощо.

Рівні прихильності

1. високий/низький;
2. короткотривалий/довготривалий;
3. початковий/постійний.

Ступінь прихильності

1. Пріоритетний напрямок.
2. Розгляд співпраці як один із напрямків діяльності організації.
3. Зацікавленість.
4. Співпраця тільки для вигляду.
5. Співпраця вимушена: політично чи під дією інших чинників.

Навики, необхідні для успішної коаліції

1. Вміння знаходити баланс пріоритетів.
2. Вміння направляти внесок та уміння кожного на виконання загального плану дій.
3. Здатність гасити конфлікти.
4. Наполегливість і терпіння.
5. Толерантність.
6. Глобальне бачення та вміння об'єднувати.

Принципи успішної коаліції

1. Злагожденість дій.
2. Бажання досягти мети.
3. Відкритість організацій.
4. Корисність.
5. Колегіальність.
6. Поєднання інтересів.
7. Підзвітність і відповідальність.

Умови успішної коаліції

1. Наявність чіткого плану дій.
2. Взаємоповага.
3. Наявність кадрів в керівництві з відповідними якостями.
4. Чітке розмежування прав та обов'язків.
5. Зрозумілість позиції коаліції для громадськості.
6. Добровільність участі.
7. Достатність ресурсів.

РОЗДІЛ IV. Політичні партії та вибори

Роль партій у демократичному суспільстві

До засад репрезентативної функції в демократичній системі належить саме існування партій. Представництво народу, що є джерелом політичної влади, здійснюється тільки завдяки виборам представників. Для цього все ще потрібні політичні партії. В усякому разі, навряд чи можна уявити собі, що враховуючи попередній історичний досвід людства - інші політичні організації могли б краще, дієвіше та повніше, ніж партії, представляти інтереси народу. Це не означає, що політичні партії завжди виконують своє завдання настільки добре, що опиняються поза будь-якою критикою. Констатується лише той факт, що їм немає на сьогодні переконливої альтернативи.

Сучасна демократія може існувати тільки у вигляді представницької демократії. Представництво свідчить про те, що громадянин шляхом виборів на певний час передає владу до рук довірених осіб та партій. З цього випливає, що делегування влади, легітимованої виборами, не обіймає делегування, а тим самим представлення певних соціальних відносин або політичних інтересів індивідуума. Депутат, котрий балотується від своєї партії та обирається, репрезентує у парламенті разом з іншими обраними депутатами сам народ. Народ - це більше, ніж лише активний та пасивний електорат. Сюди належать ще й діти та люди похилого віку. Він охоплює цілі генерації. Тому виборці діють від імені народу та представляють його. Внаслідок виборів демократична еліта на певний відрізок часу одержує повноваження ухвалювати політичні рішення для народу. Суперечки про те, що являє собою істинна та справжня воля народу - типове явище у плюралістичному суспільстві. Тому в демократичному парламенті важливо не стільки з'ясувати волю усього народу, скільки шляхом укладення компромісу поєднати інтереси різних суспільних та політичних сил.

Чіткого визначення поняття „партія” немає. Той факт, що в цьому контексті йдеться про виборчі об'єднання, спілки, рухи, політичні об'єднання, товариства, акції чи блоки, пояснює проблематику визначення поняття. Про саму політичну партію можна говорити лише у тому випадку, якщо мова йде про організації, які поставили собі за мету справляти постійний вплив на формування політичної волі й тому потребують стабільних організаційних структур та програмних висловлювань. Характерною рисою політичної партії є участь у виборах для утримання в своїх руках безпосередньої влади та впливу. Показовою ознакою політичної діяльності та існування політичної партії є участь у формуванні політичної волі, яка здійснюється через людей та структури шляхом ідейного впливу та здійснення влади у різних сферах. Мета партії не може бути самотійно реалізована в межах

своєї власної організації. Члени партії повинні обіймати керівні позиції у політичній системі, аби вплив, який партія прагне мати, набув реального характеру.

Особливо слід наголосити на історичному досвіді, на підставі якого політичні партії повинні мати парламентський простір дії, щоб виконати свої завдання. Сучасні партії виникли лише на тлі парламентської системи. Це важливо знати, бо зараз в багатьох країнах (наприклад, у Латинській Америці) зменшується роль партій у політичних системах за рахунок міцної президентської структури. Партії, які служать тільки для того, щоб посадити кандидатів на посади, не мають можливості виконати свою репрезентативну функцію. Вони не можуть обійтися без постійної парламентської діяльності, незалежно від того, чи вони підтримують уряд, чи перебувають в опозиції. Вони повинні в будь-який спосіб постійно та впливово брати участь у процесі формування політичної волі. Придатним полем діяльності для цього є парламент. Через це в будь-якому разі треба у межах модернізації та демократизації вимагати проведення реформи політичних систем для того, щоб створити бодай рівновагу між президентською владою та парламентським контролем або ж навіть забезпечити невелику перевагу парламенту.

Участь у *формуванні політичної волі* - це головне завдання партій. Що розуміється під цим? Формування політичної волі здійснюється у межах демократичного ладу. Змагання між ідеями призводить до плюралістичного обміну думками. Політика має розв'язувати головні принципові питання співіснування та конфліктів. Розв'язання конфліктів відбувається відповідно до правил прийняття рішень більшістю. Крім того, існують правила досягнення домовленості та взаєморозуміння. Норми та способи утворення компромісів набувають тому великої значущості.

Ті, хто прагне досягти впливу на формування політичної волі, повинні мати те, що хочуть запропонувати. Саме тому є важливими політичні програми партій. Вони мають представити концепції та знаряддя, за допомогою яких партії хочуть здійснити на практиці свій політичний вплив. Ті, хто здійснює політичну владу, потребують орієнтирів для того, щоб через реалізацію влади перетворити її на соціальну та політичну дійсність.

Ідеї упорядкування, що пропонуються партією для формування суспільства, економіки та політичної системи, набувають тут центрального значення. Процес формування політичної волі - це цілий цикл і зворотний зв'язок з народом. Інтереси та вплив виникають у найрізноманітніших точках. Їхня дія стикається з прийнятністю, підтримкою, суперечностями та неприйняттям суспільства. З цього динамічного процесу виростає широка мережа зв'язків, політичних комунікацій та рішень. Різні ролі та компетенції всередині партій та поза ними взаємодіють із здатністю інтегрувати інтереси, ідеї та здобути завдяки цьому більшість голосів.

Хоча привілеї партій полягають у вирішальному визначенні процесу формування політичної волі і є характерною ознакою демократичного принципу представництва, не можна не враховувати межу цього принципу. Партії мають значний вплив на парламент та уряд. Обидва інститути підпорядковуються партіям і формуються ними. Подібний вплив партій на органи правосуддя та управління, навпаки, не припускається. Партійні рішення аж ніяк не означають панування партій над державою, суспільством або окремими частинами суспільства (наприклад, засобами масової інформації). Вибори зобов'язують партії поводитися відповідно до існуючої системи. Для цього вони потребують легітимації. Звичайно, це важливе питання вимагає постійного обговорення та суспільного контролю.

Інша функція, що її виконують партії, — це вплив на формування *громадської думки*. При цьому є відмінність між оприлюдненою думкою та громадською думкою. Оприлюднена думка (телебачення, радіо, газети) часто створює видимість, ніби вона відображає думку суспільства. Почасти це, можливо, й правильно, але претензія на загальність в цьому розумінні неправомірна. Дуже важко при цьому з'ясувати, що ж таке громадська думка. Звичайно, вона перебуває під впливом засобів масової інформації, різних партій та громадських спілок. Партії навіть зобов'язані впливати на формування громадської думки. Це завдання пов'язане з публічним характером партій. Громадськість має бути інформована про програми, політичних діячів, проекти, концепції та перспективи партій. При цьому виникає плюралістичне публічне змагання, і не лише під час виборчих кампаній. У країнах, де відбуваються процеси трансформації, для урядових партій виявилось дуже невігідним, коли до населення не надходила постійно та у широкому обсязі інформація про труднощі, перешкоди, небезпеку, також і про успіхи, перспективи й реальні строки проведення змін; через це населення не може орієнтуватися.

Участь у формуванні громадської думки стає дедалі важливішим полем діяльності для партій. Політика робиться людьми. Політичний діяч - центральна постать у політиці. Тому від особистих якостей політиків залежить дуже багато. Політика потребує видатних та здатних переконувати лідерів. Уміння керувати означає, що політичний діяч має такі людські й ділові якості, аби з допомогою свого авторитету й компетентності бути спроможним доступною мовою і з високою мірою правдивості роз'яснити населенню становище. Подібні властивості не з'являються самі собою звідкілясь, їх треба набути. Навчання керівних кадрів становить необхідний елемент роботи партій. Можливості впливу партій тим ширші, чим вища кваліфікація керівних кадрів, що висуваються партією на різних рівнях. Це завдання включає і навчання кандидатів на політичні посади. Засобом, що відповідає цьому завданню, є політична освіта.

Треба ще коротко згадати труднощі та проблеми, з якими стикаються партії. Партії та політики не всюди мають особливу популярність. Ця тенденція відчувається в усьому

світі. Має партія популярність чи не має - це, мабуть, емоційне питання. Воно набуває вагомості, коли під сумнівом опиняється прийнятність партій як інституту, що стабілізує демократію. З цієї причини слід також указати на деякі проблеми, з якими стикаються партії.

По-перше, варто було б згадати феномен надмірних запитів та вимог до політики.

Часто вживається поняття політики, яке робить політичною темою все, що громадяни вимагають від держави і на вирішення чого чекають. Таким чином, втрачається власна відповідальність громадян. Розуміння того, на що здатна політика, дуже диференційоване. Сильне духовне та власницьке мислення генерує глибоке незадоволення. Провина за незадоволення покладається на політику. Коли вимоги до політики, якими б надмірними вони не були, не можуть бути задоволені, за це відповідає політика. Це й є надмірні вимоги до політики та її діячів.

Сьогодні політика має розтлумачувати людям досить складну систему з надзвичайно важкими проблемами. Оскільки простих рішень немає, важко пояснити громадянам пов'язані з цим процеси. Крім того, у суспільстві, орієнтованому на досягнення кращих результатів, політика також оцінюється відповідно до цих мірок. Проте, як вимірювати успіх у політиці? Професійні політики та депутати переважно дуже ретельні люди. Справляє велике враження, скільки вони встигають зробити протягом одного тижня у парламенті, виборчому окрузі, в комітетах, органах влади та інших місцях. Однак громадськість майже не помічає цієї роботи і аж ніяк не ставиться до неї з повагою. Напевно, надто глибоким є упередження проти всієї політики та її діячів. Це сумний факт, адже не визнається і не приймається та суспільна праця, що має суттєве значення для подальшого стану суспільних справ.

Причиною цього може бути ще й те, що громадянин сприймає політику лише частково. Його сприйняття дуже суб'єктивне. Політика - це для населення тільки дрібна частка його життя. Громадянин не хоче в такій мірі бути політизований. Тому відсутній інтерес до широкого сприйняття політики у правильних масштабах. Громадянам заважає те, що їм не подобається. Це можна спостерігати під час дебатів у парламенті. Справедливо те, що дебати не обов'язково ведуться за вивченими та прийнятними правилами культури політичних суперечок. Однак політичні дискусії розглядаються у занадто негативному світлі: *той, хто веде суперечку, шкодить і заважає*, - не думаючи про те, що політичні дебати необхідні для досягнення рішень та компромісів. Конкуренція між політичними діячами, котрі прагнуть досягти певного статусу, не оцінюється з тією неупередженістю, яка робить можливим справжнє змагання для виявлення кращого кандидата на посаду. З'являється підозра про відтирання чи напад на когось, не солідарне або нелояльне ставлення до когось. Всі партії потребують персональних альтернатив. Відкрите змагання між людьми, таке, що відповідає правилам політичної етики, необхідне. Політиці та партіям потрібний широкий прошарок лідерів.

Ця група необхідна, бо потреба у політичному керівництві існує завжди і на багатьох рівнях. Вона приваблива ще й тому, що з політичним керівництвом пов'язані влада, вплив і визнання, а також, мабуть, і критика, й можливість втрати впливу, визнання. Партії підлягають критиці, тому що вони демонструють замало компетенції при ухваленні рішень, їм закидають те, що при доборі кадрів не виявляється ґрунтовність та відповідальність. Посадові особи втратили, з огляду на ці дорікання, контакт з суспільством. Безволля при ухваленні рішень - це другий пункт критики. Набагато вагомим є докір за претензію на всемогутність без контролю. Про партії складається враження, ніби вони всемогутні і тому усюди втручаються. Це стосується формування суспільного життя, так само як і інших сфер, де партії з більшими зусиллями можуть виявити активність. Прикладом можуть бути засоби масової інформації. Партії надто схильні до екстенсивного втручання до царини, важливої для їхніх публічних дій. Такого доручення їм ніхто не давав. В цьому випадку спостерігається критика з приводу дефіциту демократії та легітимації.

Критичним пунктом для партій є *фінансування політики*. Політичні партії потребують солідного фінансування. Допускається часткове фінансування за рахунок державних коштів у межах відшкодування витрат за виборчі кампанії. Проте партії повинні створити солідну базу своїх фінансів. При цьому треба уникнути враження, що власний інтерес надто яскраво виражений. Діячі партій покликані бути помірними при фінансовому забезпеченні депутатських місць, партій та фракцій. Саме фінансування політики підлягає уважному нагляду та критиці.

Це деякі з тих сфер, в яких мають рухатися партії. Таким чином, їхнє значення для представницької демократії не применшується. У суспільствах, що перебувають у процесі перетворень, а також і в тих, де конфлікти виникають внаслідок дедалі комплекснішого, зростаючого розподілу праці й технічного поступу, мають бути знайдені нові й адекватні форми управління. Відповідати завданням управління - якісно новий виклик партіям. Таке завдання може виконати лише народна партія. Партії в цьому контексті одержують складне завдання виразно наголошувати свої політичні цілі, об'єднувати різноманітні соціальні й економічні інтереси, а також реалізовувати їх у рамках державної політики. Але й цього не досить. Це завдання треба виконати й виправдати перед критично настроєним населенням. В часи політичних переломів, де потрібний новий спосіб мислення та дій, виникають нові завдання.

Політиці треба вчитися. Знання про політику і особливо про демократичні правила та уявлення про цінності становлять предмет навчання. Тому політична освіта належить до важливих цілей суспільства, що реалізуються у школах, університетах, партіях, профспілках, церквах та спілках. Політична освіта має на меті створення умов для розуміння та активної політичної участі у демократії. Перше завдання - пробудити інтерес до політики. Що таке

політика і як вона діє у демократичній системі - ці питання вивчаються за допомогою освітньої роботи, так само як і головна мета збереження та поглиблення демократії.

Зайняті політичною освітою люди мають думати про те, як поєднати особисту ініціативу та представлення інтересів індивіда з загальним благом. Виховання власної відповідальності за умови політичної свободи на тлі суспільного плюралізму викликає необхідність випробувати взаємодію між індивідуальним простором свободи, особистою відповідальністю та солідарним товариством. Свобода і солідарність тісно пов'язані між собою. Той, хто претендує на індивідуальну свободу, винний суспільству частку солідарності. Суспільство у перспективі не може вижити, якщо його члени не присвячують частини своїх сил та можливостей загальній справі. Той, хто представляє виключно особисті інтереси, руйнує мережу соціальних структур, які мають важливе значення для усіх. Громадянин повинен перейняти на себе як індивідуальну, так і колективну відповідальність у суспільстві. Врешті-решт, це основа демократичного устрою. Демократія в урегульованій свободі ґрунтується на створенні спільних цінностей, звичок, способів дії та ідей впорядкування. В такий спосіб виникає здатність до створення зв'язків у суспільстві.

Іншим ключовим словом є плюралізм. Плюралізм закликає політичну освіту розглядати актуальні течії часу. Пильність потрібна саме там, де нібито заради кращого пізнання переступається межа толерантності. Політична освіта як адвокат загального блага та демократії намагається, відповідно до свого розуміння основних цінностей, визначити масштаби для оцінки незвичних культурних течій й розвинути форми поведінки з громадськими феноменами дезінформації. Її „так” на користь толерантності, щоправда, не треба розуміти як „ні” на адресу утримання від цінностей.

Політична освіта використовує форму відкритої пропозиції. У демократичному і завдяки цьому відкритому суспільстві відкритий діалог становить найкращий засіб.

Гласність - це не статичне поняття. Гласність пропонує діалог про ідеї, цінності та концепції. В такий спосіб виникає політична культура. Базу створюють головні демократичні переконання. Політична освіта в цьому контексті є місцем зустрічі та обміну. Діалог та зустрічі формують почуття солідарності.

Чи потребує політична освіта нормативних зразків? Так. Тому що кожний, хто діє відповідально, має звітувати. Довіра до представників передбачає відкритість та правдивість духовно-політичних поглядів. І в плюралізмі цінностей люди повинні знати, який образ людини несе в собі християнсько-демократичне розуміння політики, які засоби та наслідки з цього випливають. Позиція християнської демократії конкурує з альтернативними політичними ідеями.

Поняття виборів. Становлення інституту виборів в Україні. Види виборів та виборчих систем

Найбільш поширеною формою прямого народовладдя є вибори, які на відміну від інших його форм — референдумів, плебісцитів, постійно і періодично застосовуються у більшості країн світу. Шляхом виборів формуються різні органи публічної влади, як державні інституції — парламенти, посади глав держав, іноді уряди, судові органи, так і представницькі органи місцевого самоврядування.

У вітчизняній та зарубіжній науці конституційного права існує розмаїття точок зору з приводу визначення виборів. З дослідженнями суспільних відносин останніх років пов'язане визначення професора М. І. Корнієнка, який слушно визначає вибори як акт самоврядування народу. В. В. Маклаков визначає вибори як процедуру формування державного органу або надання повноважень посадовій особі, що здійснюється шляхом голосування уповноважених осіб при умові, що на кожний отриманий таким чином мандат можуть претендувати в установленому порядку два чи більше кандидати. Французький державознавець М. Прело визначав вибори як „змагання кваліфікованих юридично воль задля цілі провести призначення”. Є й інші визначення інституту виборів, проте найбільш повне і точне визначення виборів може скластись тільки за умов відображення ознак цього суспільного явища за суттю, змістом та формою їх здійснення.

У загальному вигляді *вибори* можна визначити як *волевиявлення народу з метою формування органів державної влади або місцевого самоврядування шляхом голосування*.

За умов демократичного суспільства вибори за своєю суттю - це прояв реальної волі народу, процес виявлення і здійснення такої волі. Суспільство як асоціація вільних та рівноправних людей для підтримки свого оптимального функціонування й постійного відтворення мусить певним чином самоорганізовуватись і структуруватися. Таким чином, за умов саме демократичного суспільства існує постійний і самостійний напрям у його діяльності - періодичне формування власних владних структур, які б задовольняли інтереси й прагнення кожного члена суспільства, а також раціональне існування всього суспільства загалом. Волевиявленням народу задається насамперед суспільний (або публічний) і політичний характер інституту виборів.

Зміст виборів як політичного суспільно-правового інституту полягає в тому, що саме волею народу здійснюється конституювання та відтворення органів державної влади і органів місцевого самоврядування. Це дає підстави характеризувати вибори як державотворчу функцію народовладдя.

За формою здійснення вибори можна розглядати як специфічну, врегульовану законом діяльність уповноважених органів і громадян, спрямовану на формування органів

державної влади та органів місцевого самоврядування. Здійснення виборів з юридичної точки зору треба розглядати як процес, найважливішою стадією якого є голосування.

Отже, вибори в Україні - це передбачена Конституцією та законами України форма прямого народовладдя, яка є волевиявленням народу шляхом таємного голосування щодо формування конституційного якісного і кількісного складу представницьких органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

У сучасному політичному процесі вибори мають багатоманітне соціальне призначення, яке виражається через наступні суспільні функції: по-перше, вибори є важливим інструментом реалізації народного суверенітету, легітимізації влади взагалі й конкретно того чи іншого представницького органу у межах його законодавчої компетенції; по-друге, вибори виступають водночас однією з форм здійснення права національного суверенітету (прикладом цього може бути Закон України „Про особливості участі громадян України з числа депортованих з Криму у виборах депутатів місцевих рад в Автономній Республіці Крим”, який передбачає як загальний, так і спеціальний порядок участі громадян кримськотатарської, болгарської, вірменської, грецької та німецької національностей у виборах депутатів місцевих рад в Автономній Республіці Крим); по-третє, через вибори як демократичну форму обрання представників народу забезпечується стабільність, поступовість і наступність існування влади; по-четверте, через вибори як форму відносно якісного відбору або своєрідного фільтру складу представницьких органів забезпечується основа для ефективного функціонування державного механізму та органів місцевого самоврядування: саме періодичні вибори дають змогу позбутися непопулярних, хто скомпрометував себе, політиків; по-п'яте, вибори є одним із найважливіших способів формування і вираження суспільної думки.

Становлення інституту виборів в Україні

Виборність на території сучасної України існувала ще до виникнення держави. Елементи виборності спостерігаються, зокрема, у слов'янських племен. Провід у цих племенах належав кращим людям, які обиралися. Це були переважно представники визнаних родів, що здобули пошану своєю діяльністю. Вони збиралися на „віче” - ради, де вирішували важливі питання життя племені, війни та миру. Ще стародавній літописець Прокopій писав, що слов'янами і антами не править один чоловік, а здавна вони живуть громадським правлінням і всі справи - добрі чи лихі - вирішують спільно.

З утворенням і зміцненням Київської держави принципи виборності набули загального характеру, хоча публічна влада в Київській Русі ще не мала парламентських форм у сучасному розумінні.

Подальший розвиток інституту виборності в Україні пов'язується з існуванням Гетьманської держави, Запорізької Січі і Слобідської України. Їм притаманна одна й та сама

форма державного управління - демократична республіка. Носієм суверенної влади в цих республіках виступає весь народ. Спільною для названих державних утворень була тенденція поєднання функцій суспільно-політичних, державних з військовими. Всі державні інституції без винятків формувались тільки шляхом виборів. Акт, що має назву “Правовий Уклад та Конституції відносно прав і вольностей війська Запорозького”, названий Конституцією України 1710р. гетьмана Пилипа Орлика, можна вважати першим нормативним актом писаного виборчого права України, оскільки він вперше фіксував принципи діяльності органів державної влади, порядок, терміни й періодичність скликання вищого представницького органу тих часів - Генеральної Ради.

Особливе місце в історії становлення інституту виборності за умов відновлення української державності посідають вибори до Установчих зборів Української Народної Республіки. Норми Конституції Української Народної Республіки, що формували засади виборчого права України на той час, разом із Законом про вибори до Українських Установчих Зборів становлять значну віху в історії відродження демократичних основ виборів до вищих представницьких органів. Позитивні демократичні тенденції виявлялись, по-перше, в тому, що вибори мали здійснюватись на основі загального, рівного, прямого виборчого і таємного голосування з дотриманням принципу пропорційного представництва. Вибори проводились по виборчих округах; по-друге, встановлювалась система спеціальних самостійних, недержавних виборчих органів - виборчі комісії, на основі коаліційного членства. Вимагалось обов'язкове членство правників, представників місцевих державних владних структур, органів самоврядування. Передбачалась широка компетенція системи виборчих комісій: вони розглядали всі без винятку питання виборів. Діяльність виборчих комісій здійснювалась відкрито і гласно. Головна комісія мала свій друкований орган. По-третє, законом встановлювалась досить широка і глибока регламентація всіх без винятку стадій виборчого процесу. Процедури голосування і підрахунку голосів відпрацьовані були на рівні, близькому до сучасних вимог; по-четверте, існувала система судового захисту виборчих прав громадян. Проте вибори до Українських Установчих Зборів відбулися не на всій території України, а лише в окремих регіонах. Таким чином, попри всю свою демократичність законодавство про вибори УНР не було реалізоване в повному обсязі.

Особливий період розвитку виборчого права України становить радянське виборче право. Концептуальним моментом щодо його розвитку виступає теза Леніна (В.Ульянова) про неприйнятність парламентаризму як моделі організації політичної влади. Радянська виборча система, звичайно, не була сталою. У її розвитку простежуються такі періоди: перший - з 1917 до 1936-1937 рр., другий - з 1936 до 1985 рр., третій - із 1985 до 1990 рр.

Основними характерними ознаками першого періоду становлення так званої „пролетарської” виборчої системи були: перше - запровадження виборів на принципах

незагального, непрямого, нерівного виборчого права при відкритому голосуванні; друге - існування в законодавстві відкритого переліку політичних, соціальних, економічних, релігійних цензів щодо виборчих прав; третє - відсутність встановленої законом системи проведення виборів і підрахунків голосів; вибори проводились аналогічно з виборами до партійних органів; четверте - відсутність систематизованого законодавства; п'яте - на початку періоду - відсутність системи виборчих комісій, а потім тимчасове їх існування при відповідних виконавчих державних органах, що заклало основи для широких повноважень останніх по організації і проведенню виборів; шосте - відсутність судового захисту прав громадян; сьоме - заснування специфічних форм контролю за проведенням виборів, непередбачених законодавством, з боку партійних і репресивних державних органів.

Започаткування другого періоду розвитку радянської виборчої системи пов'язане з Конституцією СРСР 1936 р. Виборчій системі цього періоду властиві наступні ознаки: 1) вибори проводились на принципах загального, рівного і прямого виборчого права при таємному голосуванні; 2) підрахунок результатів виборів здійснювався фактично за мажоритарною виборчою системою абсолютної більшості; 3) законом встановлювались умови дійсності виборів; 4) ліквідовувалися виборчі цензи, що існували раніше, окрім передбачених в законі; 5) встановлювалось коло суб'єктів висунення депутатів; 6) існувала система виборчих комісій на чолі з Центральною, проте надзвичайно широку компетенцію по організації і проведенні виборів мали виконавчі органи рад народних депутатів; 7) із 1936 до 1977-1978 рр. загальне правове регулювання виборів вищих представницьких органів України здійснювалось на основі Конституції СРСР, Конституції УРСР і підзаконних актів: „Положення про вибори до Верховної Ради УРСР” від 21.02.1938 р., „Положення про вибори до УРСР” від 26.10.1946 р., „Положення про вибори до Верховної Ради” від 12.12. 1950 р., а після прийняття Конституції СРСР 1977 р. і Конституції УРСР 1978 р. — відповідними нормами цих Конституцій і Законом „Про вибори до Верховної Ради Української РСР” від 19.12.1978 р”

Із 1936р. у радянській виборчій системі запроваджується своєрідна „подвійна стандартизація” для оцінки виборчого права і практики проведення виборів: одна шкала - декларована соціалістична демократія, побудована на принципах загальних, рівних, прямих і таємних виборів; інша - для внутрішнього користування, спрямована на забезпечення керівної ролі партії в суспільстві й державі. Це давало можливість протягом довгих років існувати режимові, при якому народ фактично був усунутий від реальної участі у встановленні влади, вибори були нічим іншим, як перевіркою виборців на благонадійність і лояльність по відношенню до партії й держави, а роль виборчого права і, власне, самого виборчого законодавства (як сукупності матеріальних і процесуальних норм) зводилася майже нанівець.

Останній період радянської виборчої системи почався у 1985 р. з реформування всього масиву виборчого законодавства на території СРСР, в тому числі в УРСР. Виборчі кампанії 1988—1990рр. можна назвати першими демократичними, або принаймні, напівдемократичними виборами в СРСР. Вперше за період існування радянської влади в процесі виборів панувала політична боротьба, розмаїття думок і кандидатів. Основні новели реформи виборчого законодавства були пов'язані з: 1) утвердженням, як у законодавстві, так і у виборчій практиці, загальноприйнятих принципів виборчого права і запровадженням нових, таких як змагальність або альтернативність, гласність, з розширенням гарантій запровадження цих принципів виборчого права впродовж всього виборчого процесу; 2) розширенням сфери судового захисту виборчих прав; 3) запровадженням більш чіткого правового регулювання всіх процедур виборчого процесу.

Після здобуття Україною незалежності і створення власної державності виборче законодавство зазнало подальших змін. На сучасний момент систему чинного виборчого законодавства складають 4 групи законодавчих актів:

1) Конституція України;

2) система спеціальних законів України про вибори: Закон „Про вибори народних депутатів України”; Закон „Про вибори Президента України”; Закон „Про вибори депутатів місцевих рад та сільських, селищних, міських голів”; Закон „Про вибори депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим”; Закон „Про Центральну виборчу комісію”; Закон „Про особливості участі громадян України з числа депортованих з Криму у виборах депутатів місцевих рад в Автономній Республіці Крим”;

3) нормативно-правові акти конституційного законодавства: Закон „Про громадянство України”; Закон „Про об'єднання громадян”; Закон „Про мову” та ін.;

4) положення нормативних актів суміжних галузей, що регулюють виборчий процес: норми адміністративного, трудового, житлового, кримінального, кримінально-процесуального, цивільного, цивільно-процесуального, пенсійного, фінансового, господарського, митного, інформаційного, сімейного, екологічного законодавства, законодавства про зв'язок.

Отже, становлення інституту виборів в Україні пройшло складний шлях. Історичний аналіз свідчить, що українська нація здійснила свій внесок до скарбниці загальнолюдських надбань, таких як безпосередня демократія, свобода тощо.

Види виборів та виборчих систем

Залежно від підстав можна розрізняти кілька класифікацій видів виборів. За територіальною ознакою вибори бувають:

1) *загальнонаціональні* (загальнодержавні), які здійснюються на території всієї країни: вибори до Верховної Ради України, вибори Президента України;

2) *місцеві* (іноді їх називають локальними, комунальними, адміністративними): вибори до представницьких органів місцевого самоврядування (сільських, селищних, міських, районних у містах, районних, обласних рад та сільських, селищних, міських голів).

За об'єктом, що передбачає органи або посади, до яких входять або на які обираються представники народу, вибори можна класифікувати як:

1) *вибори парламенту* - вибори до Верховної Ради України;

2) *вибори на посаду Президента України*;

3) *вибори представницького органу територіальної автономії* - вибори Верховної Ради Автономної Республіки Крим;

4) *вибори представницьких органів самоврядування міських, сільських, селищних, міських, районних у містах, районних, обласних рад*;

5) *вибори на посади сільських, селищних, міських голів*.

За часом проведення вибори поділяють на:

1) *чергові*. Вибори, що проводяться в період закінчення строку повноважень (легіслатури), передбаченого Конституцією і законами України для функціонування певного виду виборного органу або посади;

2) *позачергові або дострокові*. Вибори, що проводяться в разі дострокового припинення строку повноважень, передбаченого Конституцією України і законами України для функціонування певного виду виборчого органу або посади;

3) *повторні*. Вибори, що проводяться у випадках, коли вибори у виборчому окрузі визнані недійсними або такими, що не відбулися;

4) *вибори замість депутатів, голів (сільських, селищних, міських рад), які вибули*. Вибори, що проводяться у одномандатних виборчих округах у разі втрата депутатського мандата або дострокового припинення повноважень депутата чи сільського, селищного, міського голови на підставах і в порядку, передбачених Конституцією України і законами України. Принагідне зазначимо, що на відміну від старого порядку проведення виборів в Україні, коли цей вид виборів був характерним для виборів депутатів всіх представницьких органів, за новим виборчим законодавством України вибори замість депутатів, що вибули, відбуваються тільки в разі обрання депутатів безпосередньо у одномандатних виборчих округах, а заміна депутатів, що обирались за списками політичних партій, виборчих блоків партій у багатомандатному загальнодержавному виборчому окрузі на виборах народних депутатів України, а також за виборчими списками місцевих осередків партій (блоків) на виборах органів місцевого самоврядування відбувається шляхом надання депутатського мандата першому за черговістю необраному кандидату із відповідного списку. Якщо у відповідному спискові кандидатів у депутати не залишилося кандидатів для заміщення

вакантного мандата, такий мандат залишається вакантним до чергових або позачергових виборів;

5) *вибори, що проводяться в разі утворення нової адміністративно-територіальної одиниці.*

За кількісною ознакою участі виборців вибори бувають:

1) *загальними, основними*, коли в них за законом мають право брати участь всі виборці держави;

2) *частковими (додатковими)*, коли поповнюється склад Верховної Ради України, місцевих рад в разі дострокового вибуття деяких депутатів, або визнання виборів недійсними.

З огляду на правові наслідки вибори поділяють на:

1) *дійсні* - це вибори, проведені у порядку, визначеному Конституцією України і відповідному виборчому законі;

2) *недійсні* - вибори, в ході яких мали місце порушення виборчого законодавства, які вплинули на підсумки виборів.

За порядком визначення результатів виборів розрізняють такі виборчі системи:

1) мажоритарна;

2) пропорційна;

3) змішана.

Мажоритарна система є найстарішою серед виборчих систем. Назва її походить від французького *majorite*, що означає "більшість". Мажоритарною вважається система визначення результатів виборів, завдяки якій депутатські мандати (один або кілька) від округу одержують тільки ті кандидати, які отримали встановлену законом більшість голосів, а усі інші кандидати вважаються необраними. У 83 країн світу застосовується мажоритарна система, в тому числі США, Франції, Великобританії, Канаді.

Залежно від того, як визначається більшість голосів, необхідна для обрання кандидата, розрізняють:

1) мажоритарну систему абсолютної більшості;

2) мажоритарну систему відносної більшості;

3) мажоритарну систему кваліфікованої більшості. При застосуванні мажоритарної системи виборчі округи найчастіше бувають одномандатними. Рідше трапляється варіант багатомандатних округів. В одномандатних округах голосують, як правило, персоніфіковано, у багатомандатних - як за певних осіб, так і за партійними списками. Багатомандатні округи є в Японії, США, Росії, зараз уже і в Україні.

Мажоритарна система відносної більшості (або простої більшості, або „перший обирається на посаду”) є найпростішою різновидністю мажоритарної системи. За умов її

запровадження обраним вважається кандидат, який отримав найбільшу кількість голосів виборців. Ця система досить результативна. За умов однакової кількості набраних голосів двома або більше кандидатами, що буває дуже рідко, законодавством традиційно використовується процедура жеребкування. При цій системі голосування відбувається в один тур. Як правило, не встановлюється обов'язковий мінімум участі виборців у голосуванні.

Недоліком мажоритарної системи відносної більшості є те, що вона не дає можливості враховувати інтереси всіх виборців округу, бо кандидат може бути обраним абсолютною меншістю виборців, хоча і відносною їх більшістю на момент голосування, за таких умов голоси виборців, що голосували проти обраного кандидата, пропадають. Ця система також фактично анулює середні і малі партії. З прийняттям нового масиву виборчого законодавства нині в Україні запроваджується мажоритарна система відносної більшості частково на парламентських, повністю на місцевих виборах. Відповідно до ч. 2 ст. 1 Закону України „Про вибори народних депутатів України”, 225 депутатів парламенту обираються в одномандатних виборчих округах на основі відносної більшості. Відповідно до ст. 2 Закону України „Про вибори депутатів місцевих рад та сільських, селищних, міських голів” вибори депутатів сільської, селищної, міської, районної у місті ради проводяться за мажоритарною системою відносної більшості по одномандатних виборчих округах, на які поділяється вся територія відповідно села, селища, міста, району в місті. Згідно зі ст. 3 цього Закону, вибори сільського, селищного, міського голови проводяться за мажоритарною виборчою системою відносної більшості по єдиному одномандатному виборчому округові, межі якого збігаються з межами села, селища, міста. Також відповідно до ст. 4 цього ж Закону вибори депутатів районної ради проводяться за мажоритарною виборчою системою відносної більшості по багатомандатних виборчих округах, межі яких відповідають межах відповідних сіл, селищ, міст районного значення, які є адміністративно-територіальними одиницями, що входять до цього району” Вибори депутатів обласної ради проводяться за мажоритарною виборчою системою відносної більшості по багатомандатних виборчих округах, межі яких є водночас межами районів та міст обласного значення, що входять до цієї області.

На противагу означеній мажоритарна система абсолютної більшості для обрання кандидата вимагає зібрати більше половини голосів виборців, тобто діє формула $50 \% + 1$ голос. Похідна від цієї кількості голосів виборців може бути різною: 1) загальне число зареєстрованих виборців; 2) загальне число виборців, які брали участь у виборах (одержали виборчі бюлетені); 3) загальне число виборців, які брали участь в голосуванні. При застосуванні цієї системи, як правило, обов'язковий нижній поріг участі в голосуванні. Також іноді встановлюють мінімум кількості голосів виборців, набрання яких є теж умовою обрання кандидата.

Перевага означеної системи - в її потенційному демократизмі: вона враховує інтереси більшості виборців, хоча голоси виборців, поданих проти, знову ж втрачаються. Недоліком системи є її не результативність. Голосування за цією системою передбачає, як правило, повторне голосування або повторні вибори. Оскільки активність виборців у другому турі помітно знижується, законодавство часто не встановлює ніяких бар'єрів, що мають місце при першому турі голосування. Іншим способом, яким долається не результативність системи абсолютної більшості вже в першому турі виборів, є альтернативне голосування (преференційне, або абсолютне голосування), при якому виборці голосують за одного кандидата, але вказують при цьому порядок своїх переваг для інших. Якщо жоден з кандидатів не отримує абсолютної більшості при першому підрахунку, то той, що отримав найменшу кількість голосів, виключається зі списку і підраховуються відповідні другі позиції в системі. Цю операцію повторюють доти, поки один кандидат не набере абсолютну кількість в результаті цих перетворень голосів. Така система запроваджена у Австралії при виборах Палати представників.

В Україні, як відомо, ще недавно, в тому числі на парламентських і місцевих виборах, для підрахунку голосів на виборах застосовувалась мажоритарна система абсолютної більшості. Відтепер ця система збережена тільки на виборах Президента України.

Мажоритарна система кваліфікованої більшості передбачає, що обраним вважається кандидат (або список кандидатів), які отримали певну, кваліфіковану більшість голосів виборців. Кваліфікована більшість встановлюється законодавством і, як правило, перевищує більшість абсолютну. Ця система застосовується зовсім зрідка в практиці виборів. Основна причина цього полягає в її нерезультативності. До 1993 р. вона діяла в Італії при виборах Сенату, також застосовується в Чилі.

4. Другим видом виборчих систем є пропорційна система. Вперше вона запроваджена у 1889 р. в Бельгії, а тепер 57 країн використовують цю систему, в тому числі Ізраїль, ФРН, Іспанія, Італія, Португалія.

При пропорційній системі депутатські мандати розподіляються між партіями пропорційно кількості голосів виборців, зібраних кожною з них у межах виборчого округу. При застосуванні цієї системи округи завжди багатомандатні.

Є два шляхи створення виборчих округів при застосуванні пропорційної системи підрахунку голосів. Найбільш поширений спосіб, коли межі виборчих округів збігаються з межами адміністративно-територіальних одиниць. Рідше застосовують спосіб, коли територія всієї держави складає єдиний виборчий округ.

За впливом виборців на розташування кандидатів у списку для голосування розрізняють наступні види пропорційної системи:

- 1) з жорсткими списками;
- 2) з преференціями;
- 3) з напівжорсткими списками.

При застосуванні жорстких списків виборець голосує за список партії, що він обирає, в цілому. У виборчому бюлетені вказуються тільки назви, емблеми партій, іноді певна кількість перших кандидатів у партійних списках. Система жорстких списків практикується в Іспанії, Португалії, Ізраїлі, Росії, Україні.

При застосуванні системи преференцій (в перекладі означає „перевага”) виборець не просто голосує за списки партії, що обирає, а й робить помітку напроти номеру того кандидата в кандидатському списку від партії, якому він віддає свій голос. Таким чином, обирається той, хто отримав найбільше число преференцій, в разі рівності кількості преференцій у кількох кандидатів від партії перевагу віддають тому, хто займає вище місце у партійному списку. Система преференцій практикується у Фінляндії, Бельгії, Нідерландах.

Система напівжорстких списків передбачає можливість для виборця голосувати:

- 1) за список у цілому;
- 2) визначити преференції, помітивши чи вписавши прізвища одного або кількох кандидатів. У першому випадку голоси виборців підраховуються за системою жорстких списків, у другому - за системою преференцій. Ця система практикується в Швейцарії, Австрії, Італії.

Пропорційна система з жорсткими списками має свої переваги: при голосуванні обирається передусім політична платформа і програма майбутньої діяльності партії; дана система найпростіша за формою здійснення і найдешевша. Недоліком її є те, що партійний список може „випустити” у депутати, сенатори, тощо невідомих, некомпетентних, непопулярних політиків. На відміну від цього, система преференцій дає змогу розширити сферу волевиявлення саме виборців, бо голосують і списки, і персоналії. І в цьому її перевага, проте недоліком є, так би мовити, мажоритарність - виборець орієнтується більше на окремих політичних осіб, а не на інтереси й завдання партії в цілому. Запровадження системи з напівжорсткими списками викликане необхідністю подолати вади системи жорстких списків і преференцій.

Загальною, так би мовити, „обтяжливою” обставиною при запровадженні пропорційної системи є досить складна система обрахунку голосів виборців. Це більш або менш складне математичне обрахування вимагає двоетапної операції. На початковій стадії кожен список отримує стільки місць, скільки разів він відповідає виборчому коефіцієнтові. Оскільки кількість місць, відведених для окремого списку, є загальною кількістю голосів, отриманих за цим списком, завжди залишаються декілька голосів. Ці голоси є остачею (або надлишком), яка враховується аж до логічного завершення розподілу голосів виборців.

Виборчий коефіцієнт (виборча квота, виборчий метр) - це дільник, що використовується для визнання кількості місць, які отримає кожен список під час розподілу. Найчастіше використовують простий коефіцієнт, що отримується після голосування шляхом ділення в кожному окрузі окремо загальної кількості поданих голосів на кількість місць на заміщення (заповнення). Існують інші види коефіцієнтів: коефіцієнт Хегенбаха-Бішоффа, стандартний коефіцієнт, коефіцієнт зниження, подвійний коефіцієнт, виборчий коефіцієнт.

Розподіл надлишків (остачі) проводиться двома основними методами:

1) метод найбільших надлишків включає розподіл місць за списком, що має найбільшу кількість не представлених голосів, відкладених від першого розподілу, і так далі, доки всі місця не будуть розподілені;

2) метод найбільшого середнього - метод, шляхом якого загальна кількість голосів, отриманих за списком, ділиться на кількість місць, вже отриманих за цим списком, плюс одне фіктивне місце. Список, який таким чином отримує найбільше середнє, отримує наступне місце і таке далі, доки всі місця не будуть розподілені.

Існують інші методи обрахування надлишків: метод д'Хонта, метод Сен-Лапо, модифікований метод Сен-Лапо.

З метою запобігання швидкому росту кількості дрібних, непередставницьких партій при пропорційних системах виборів запроваджують виборчий поріг, який полягає в тому, що для участі у розподілі місць після голосування допускаються тільки ті партійні списки, що набрали певний, встановлений у законодавстві відсоток голосів. Ці пороги бувають різні, наприклад у Нідерландах - 0,67, Ізраїлі - 1, Швеції, Росії, Німеччині - 5, Ліхтенштейні - 8, Туреччині - 10%. В Україні за новим парламентським виборчим законодавством - 4 %.

Існує досить широкий спектр змішаних систем, які є поєднанням мажоритарної та пропорційної систем. Принаймні 20 країн світу застосовують їх. Змішані вибори системи застосовуються, як правило, в тих країнах, де йде пошук і становлення виборчих систем або необхідно досягти компроміс між принципом представництва у парламенті різних політичних сил та стабільність сформованого ними уряду.

Іноді змішані системи запроваджуються в модифікованому вигляді з перевагою тієї чи іншої виборчої системи.

Виборчими системами, що надають перевагу мажоритарному методу голосування при застосуванні і пропорційного голосування виступають наступні змішані системи:

1) система з єдиним голосом, що не допускає передачі. Зміст її полягає в тому, що в багатомандатному виборчому окрузі виборець голосує за одного кандидата, а не за список кандидатів від партії. Це практикується в Японії, Китаї;

2) обмежене голосування, яке передбачає, що виборці можуть обрати кількох кандидатів з одного бюлетеня, але їх має бути менше, ніж кількість місць для заповнення;

3) кумулятивне голосування передбачає, що виборець має стільки голосів, скільки мандатів у окрузі, і може її розподілити між всіма кандидатами, а може й віддати всі свої голоси за тільки одного з кандидатів.

Існує й змішана система, що використовує переважно модифіковану пропорційну систему представництва.

Система з єдиним голосом, який передається, передбачає, що виборці голосують за одного кандидата незалежно від числа мандатів у виборчому окрузі, але при цьому виражають перевагу і щодо інших кандидатів,

Найпростішим варіантом змішаної виборчої системи є паралельне комбінування: певна частина представницького органу обирається за мажоритарним, інша - за пропорційним принципом. Прикладом є парламент Німеччини, де нижня палата - Бундестаг - наполовину обирається за мажоритарною системою, а наполовину - за пропорційною. Такі ж чинники покладені в основу обрання парламентів Литви, Грузії, Словенії, Болгарії.

В Україні також парламент обирається на основі загального, рівного і прямого виборчого права шляхом таємного голосування за змішаною мажоритарно-пропорційною системою. Усього обирається 450 депутатів. Із них 225 - в одномандатних виборчих округах на основі відносної більшості, а 225 - за списками кандидатів у депутати від політичних партій, виборчих блоків партій у багатомандатному загальнодержавному виборчому окрузі на основі пропорційного представництва.

Чи буде враховано світовий досвід в Україні у зв'язку із очікуваною реформою політико-правової системи і в якій мірі, покаже життя.

Виборчий процес та відповідальність за порушення виборчого законодавства

Виборчий процес — це врегульована законом специфічна діяльність уповноважених органів і громадян, спрямована на формування якісного і кількісного складу органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Виборчий процес з обрання народних депутатів України здійснюється на засадах (див. ст.11 Закону „Про вибори народних депутатів України” від 25 березня 2004 року, який набирає чинності з 1 жовтня 2005 року): законності та заборони незаконного втручання будь-кого у цей процес; політичного плюралізму та багатопартійності; публічності і відкритості виборчого процесу; рівності прав партій (блоків) - суб'єктів виборчого процесу; рівності всіх кандидатів у депутати; свободи передвиборної агітації, рівних можливостей доступу до засобів масової інформації незалежно від їх форми власності; неупередженості органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, судів, підприємств, закладів, установ і

організацій, їх керівників, інших посадових і службових осіб до партій (блоків), кандидатів у депутати.

Суб'єктами виборчого процесу є: виборець; виборчі комісії, утворені відповідно до Закону; партії (блоки), які висунули кандидатів у депутати; кандидати у депутати, зареєстровані у порядку, встановленому Законом; офіційні спостерігачі від партій (блоків) - суб'єктів виборчого процесу.

Виборчий процес включає такі етапи: складання списків виборців; утворення територіальних виборчих округів; утворення виборчих дільниць; утворення виборчих комісій; висування та реєстрація кандидатів у депутати; проведення передвиборної агітації; голосування; підрахунок голосів виборців та встановлення підсумків голосування; встановлення результатів виборів депутатів.

Виборчий процес завершується офіційним оприлюдненням Центральною виборчою комісією результатів виборів народних депутатів України.

Народні депутати України обираються громадянами України на основі загального, рівного і прямого виборчого права шляхом таємного голосування.

Кількісний склад Верховної Ради України визначається Конституцією України.

Вибори депутатів у 2006 році вперше здійснюватимуться за пропорційною системою: депутати обираються за виборчими списками кандидатів у депутати (далі - виборчі списки) від політичних партій, виборчих блоків політичних партій (далі - партії (блоки) у багатомандатному загальнодержавному виборчому окрузі (далі - загальнодержавний округ).

За пропорційною системою обиратимуться також депутати міських, районних у містах, районних, обласних рад та Верховної Ради Автономної Республіки Крим, якщо законодавство не зазнає змін.

Початок виборчого процесу визначається строками, встановленими Конституцією України та цим Законом. Відповідно до ст. 77 Конституції чергові вибори до Верховної Ради України відбуваються в останню неділю березня четвертого (з 2006 року, після внесення змін до законодавства, – п'ятого) року повноважень парламенту. Виборчий процес чергових виборів депутатів розпочинається за 120 днів до дня виборів. Центральна виборча комісія оголошує про початок виборчого процесу не пізніше ніж за 125 днів до дня виборів. А позачергові вибори до Верховної Ради призначаються Президентом і проводяться в період шістдесяті днів з дня опублікування рішення про дострокове припинення повноважень Верховної Ради.

Складання списків виборців. Для підготовки та проведення голосування виконавчі органи сільських, селищних, міських (у містах, де немає районних у місті рад), районних у містах рад або органи (посадові особи), які відповідно до закону здійснюють їх

повноваження, до 1 жовтня року, який передує року проведення чергових виборів народних депутатів України, складають загальні списки виборців, які проживають на території відповідного села, селища, міста, району в місті, на підставі відомостей про місце їх проживання, за формою, встановленою Центральною виборчою комісією. Для складання загальних списків виборців може використовуватися інформація про місце проживання громадян, яку мають місцеві органи Міністерства внутрішніх справ України, Міністерства юстиції України, Державної податкової адміністрації України. Керівники цих органів зобов'язані подати необхідну для складання загальних списків виборців інформацію на запит відповідно сільського, селищного, міського голови, голови районної у місті ради.

До загального списку виборців включаються громадяни України, які досягли або на день виборів досягнуть вісімнадцяти років і мають право голосу та які на день складання списку проживають на відповідній території.

Зазначені вище органи не пізніш як за 40 днів до дня виборів передають попередні списки виборців на звичайних виборчих дільницях у двох примірниках відповідним територіальним виборчим комісіям за підписом сільського, селищного, міського голови, голови районної у місті ради або особи, яка відповідно до закону здійснює його повноваження. Зазначена посадова особа забезпечує своєчасність надання списків виборців територіальним виборчим комісіям та їх достовірність. Підпис вказаної посадової особи засвідчується печаткою відповідного органу.

Якщо у цей строк територіальна виборча комісія не отримала список виборців на звичайній виборчій дільниці, вона оскаржує до місцевого суду бездіяльність сільського, селищного, міського голови, голови районної у місті ради або особи, яка відповідно до закону здійснює його повноваження.

Територіальна виборча комісія не пізніш як за 32 дні до дня виборів передає попередні списки виборців (в одному примірнику) відповідній дільничній виборчій комісії звичайної виборчої дільниці. Другий примірник зберігається в територіальній виборчій комісії. Від імені дільничної виборчої комісії попередні списки виборців отримують не менше трьох членів цієї комісії, одним з яких повинен бути голова комісії, а у разі неможливості - заступник голови або секретар комісії. Про передачу дільничній виборчій комісії попередніх списків виборців складається акт за формою, встановленою Центральною виборчою комісією.

Дільнична виборча комісія звичайної виборчої дільниці після отримання у визначеному порядку і в строки попереднього списку виборців на виборчій дільниці наступного дня після отримання подає його для загального ознайомлення у приміщенні дільничної виборчої комісії.

Кожен виборець має право ознайомитися із списком виборців у приміщенні дільничної виборчої комісії та перевірити правильність внесених до списку відомостей. Громадянин має право оскаржити до дільничної чи територіальної виборчої комісії або безпосередньо до місцевого суду за місцезнаходженням виборчої дільниці допущені при складанні списку виборців неправильності, в тому числі невключення, неправильне включення або виключення із списку виборців його або інших осіб.

Утворення територіальних виборчих округів. Вибори депутатів проводяться в єдиному загальнодержавному багатомандатному виборчому окрузі, який включає в себе всю територію України. Для проведення виборів депутатів територія України поділяється на 225 територіальних виборчих округів. Кількість таких округів в Автономній Республіці Крим, областях, містах Києві та Севастополі встановлюється Центральною виборчою комісією з урахуванням їх адміністративно-територіального поділу та кількості виборців на підставі даних спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у галузі статистики. Територіальний виборчий округ включає в себе один або кілька районів, міст, районів у містах.

Рішення про утворення територіальних виборчих округів приймається Центральною виборчою комісією не пізніше як за 110 днів до дня виборів.

Повідомлення про утворення територіальних виборчих округів із зазначенням їх номерів, меж та центрів округів оприлюднюється Центральною виборчою комісією в державних друкованих засобах масової інформації у триденний строк від дня прийняття нею відповідного рішення.

Крім територіальних виборчих округів утворюється закордонний територіальний виборчий округ, до складу якого входять усі закордонні виборчі дільниці.

Утворення виборчих дільниць. Для підготовки і проведення голосування та підрахунку голосів виборців територія села, селища, міста, району в місті, що входить до складу територіального виборчого округу, поділяється на виборчі дільниці.

Виборча дільниця може бути звичайною, спеціальною або закордонною.

Звичайні виборчі дільниці утворюються для організації голосування виборців за місцем їх проживання.

Спеціальні виборчі дільниці утворюються у стаціонарних лікувальних закладах, на суднах, які перебувають у день голосування у плаванні під Державним Прапором України, на полярних станціях України, в установах кримінально-виконавчої системи та в інших місцях тимчасового перебування виборців з обмеженими можливостями пересування.

Закордонні виборчі дільниці утворюються при дипломатичних та інших офіційних представництвах і консульських установах України за кордоном, у військових частинах (формуваннях), дислокованих за межами України.

Звичайні виборчі дільниці утворюються територіальними виборчими комісіями за поданням виконавчих комітетів сільських, селищних, міських (міст, де немає районних рад), районних у містах рад, а в разі відсутності таких органів - за пропозицією відповідно сільських, селищних, міських голів, голів районних у містах рад або посадових осіб, які відповідно до закону здійснюють їх повноваження. Територіальна виборча комісія своїм рішенням визначає межі (перелік житлових будинків) кожної звичайної виборчої дільниці та місцезнаходження дільничної виборчої комісії.

Спеціальні виборчі дільниці утворюються територіальними виборчими комісіями за місцем розташування відповідних закладів чи установ або за місцем приписки судна чи полярної станції.

Військовослужбовці голосують на звичайних виборчих дільницях, розташованих за межами військових частин (формувань). Спеціальна виборча дільниця на території військової частини (формування), дислокованої за межами населеного пункту, може утворюватися як виняток Центральною виборчою комісією за поданням відповідної територіальної виборчої комісії.

Закордонні виборчі дільниці утворюються за поданням Міністерства закордонних справ України Центральною виборчою комісією.

Виборчі дільниці утворюються з кількістю виборців від двадцяти осіб до трьох тисяч осіб. Якщо на відповідній території, у відповідному закладі чи установі налічується менше або більше від зазначених меж чисельності виборців і їх (або їх надлишок) неможливо віднести до іншої виборчої дільниці або неможливо утворити додаткову виборчу дільницю на цій території, у відповідному закладі чи установі, виборча дільниця може бути утворена з меншою або більшою від відповідних граничних значень чисельністю виборців.

Виборчі дільниці утворюються не пізніше як за 50 днів до дня виборів. У винятковому випадку спеціальна чи закордонна виборча дільниця може утворюватися Центральною виборчою комісією не пізніше як за сім днів до дня виборів за поданням відповідної територіальної виборчої комісії або Міністерства закордонних справ України.

Територіальна виборча комісія своїм рішенням встановлює єдину нумерацію виборчих дільниць у межах територіального виборчого округу, надає пропозиції щодо номера виборчої дільниці Центральній виборчій комісії у разі утворення спеціальної виборчої дільниці відповідно до частин восьмої чи одинадцятої цієї статті. Центральна виборча комісія встановлює нумерацію закордонних виборчих дільниць.

Рішення територіальної виборчої комісії про утворення виборчих дільниць, рішення Центральної виборчої комісії про утворення закордонних виборчих дільниць, а також про утворення спеціальної виборчої дільниці відповідно до частин восьмої цієї статті, із зазначенням номерів виборчих дільниць, їх меж, місцезнаходження відповідних дільничних

виборчих комісій оприлюднюється у друкованих засобах масової інформації або, у разі неможливості, в інший спосіб не пізніш як на п'ятий день після дня прийняття цього рішення.

Утворення виборчих комісій. Виборчі комісії є спеціальними колегіальними органами, уповноваженими організувати підготовку та проведення виборів депутатів та забезпечувати неухильне додержання та однакове застосування законодавства України щодо виборів депутатів.

Систему виборчих комісій, що здійснюють підготовку та проведення виборів депутатів, становлять:

- 1) Центральна виборча комісія;
- 2) територіальні виборчі комісії;
- 3) дільничні виборчі комісії.

Повноваження виборчих комісій щодо підготовки та проведення виборів депутатів поширюються:

- 1) Центральної виборчої комісії - на всю територію України;
- 2) територіальної виборчої комісії - на територію виборчого округу;
- 3) дільничної виборчої комісії - на територію виборчої дільниці.

Повноваження територіальної виборчої комісії закордонного виборчого округу здійснює Центральна виборча комісія.

Центральна виборча комісія утворюється Главою держави та Верховною Радою України.

Територіальна виборча комісія утворюється Центральною виборчою комісією не пізніш як за 60 днів до дня виборів депутатів у складі голови, заступника голови, секретаря та інших членів комісії у кількості не менше чотирнадцяти осіб за поданнями (не більш як на одну особу) центральних керівних органів партій (блоків) - суб'єктів виборчого процесу: центральний керівний орган партії (блоку) не пізніш як за 65 днів до дня виборів депутатів подає до Центральної виборчої комісії список осіб від партії (блоку) - членів цієї партії (партій, що входять до блоку) або безпартійних, з розрахунку одна кандидатура до однієї комісії, для включення їх до складу відповідних територіальних виборчих комісій із зазначенням запропонованих осіб на посаду голови, заступника голови та секретаря комісії за підписом керівника партії (керівників партій, що входять до блоку), який скріплюється печаткою партії (печатками партій, що входять до блоку). У поданні зазначається наявність досвіду запропонованих осіб щодо участі в роботі виборчих комісій, наявність відповідної освіти чи підготовки. Особи, запропоновані на посаду секретаря територіальної виборчої комісії, повинні володіти державною мовою. До подання додаються заяви осіб,

запропонованих до складу відповідної територіальної виборчої комісії, про згоду на участь у її роботі.

До складу територіальної виборчої комісії можуть входити виборці, які проживають у межах відповідного територіального округу або міста, на території якого розташований цей округ. Виборець може одночасно входити до складу лише однієї виборчої комісії.

До складу територіальної виборчої комісії не можуть входити кандидати у депутати, уповноважені особи партій (блоків) - суб'єктів виборчого процесу, посадові та службові особи органів державної влади та органів місцевого самоврядування, а також громадяни, які утримуються в установах кримінально-виконавчої системи або мають судимість за вчинення умисного злочину, якщо ця судимість не погашена або не знята у встановленому законом порядку. У разі якщо одночасно з виборами депутатів проводяться інші вибори, до складу територіальної виборчої комісії не можуть входити кандидати, які балотуються на цих виборах, їх уповноважені особи, уповноважені особи інших суб'єктів відповідного виборчого процесу.

Голова, заступник голови та секретар територіальної виборчої комісії не можуть бути представниками однієї партії (блоку). Кожна партія (блок) - суб'єкт виборчого процесу має право на пропорційну частку кожної категорії керівних посад у територіальних виборчих комісіях. Частка керівних посад для кожної партії (блоку) в межах загальнодержавного округу визначається відповідно до кількості кандидатур, включених від партії (блоку) до складу територіальних виборчих комісій, у відношенні до загальної кількості осіб, включених до складу територіальних виборчих комісій.

Рішення про утворення територіальної виборчої комісії та про її склад, а також рішення про зміни в її складі, підлягають оприлюдненню у засобах масової інформації у відповідному регіоні не пізніш як на сьомий день з дня їх прийняття, однак не пізніше останнього дня перед днем виборів.

Дільнична виборча комісія утворюється відповідною територіальною виборчою комісією не пізніш як за 35 днів до дня виборів у складі голови, заступника голови, секретаря та інших членів комісії. Особи включаються до складу дільничної виборчої комісії за поданнями (не пізніш як за 40 днів до дня виборів депутатів) зареєстрованих в установленому законом порядку районної, міської чи вищого рівня організації партії (організацій партій, що входять до блоку) - суб'єктів виборчого процесу.

Дільнична виборча комісія утворюється у кількості не менше десяти осіб. На виборчих дільницях, де кількість виборців не перевищує п'ятдесяти осіб, дільнична виборча комісія може утворюватися у складі голови, секретаря та двох - чотирьох членів комісії.

До складу дільничної виборчої комісії можуть входити виборці, які проживають у межах відповідного територіального округу або міста, на території якого розташований цей округ.

Кожна партія (блок) - суб'єкт виборчого процесу має право на пропорційну частку керівних посад у дільничних виборчих комісіях. Частка керівних посад для кожної партії (блоку) визначається відповідно до кількості осіб, поданих від партії (блоку) до складу дільничних виборчих комісій, у відношенні до загальної кількості осіб, включених до складу дільничних виборчих комісій.

Голова, заступник голови та секретар дільничної виборчої комісії не можуть бути представниками однієї партії (блоку).

Повноваження Центральної, територіальної та дільничної комісії з виборів народних депутатів України виписані в ст.ст. 24-26 Закону „Про вибори народних депутатів України”.

Висування та реєстрація кандидатів у депутати. Кандидатів у депутати може висувати партія, яка зареєстрована в установленому законом порядку не пізніше ніж за 365 днів до дня виборів, або виборчий блок партій за умови, що до його складу входять партії, зареєстровані не пізніш як за 365 днів до дня виборів.

Висування кандидатів у депутати розпочинається за 119 днів і закінчується за 90 днів до дня виборів.

Кількість кандидатів у депутати, що висувуються партією (блоком), не може перевищувати кількості депутатів, що становить конституційний склад Верховної Ради України, визначений Конституцією України (450 осіб). Усі кандидати у депутати, висунуті партією (блоком), включаються до єдиного виборчого списку партії (блоку).

Партія (блок) може висунути кандидатом у депутати особу, яка є членом цієї партії (членом партії, яка входить до блоку), або позапартійну особу, яка має право бути обраною депутатом.

Висування кандидатів у депутати партією здійснюється на її з'їзді (зборах, конференції), а блоком - на міжпартійному з'їзді (зборах, конференції) партій, що входять до блоку. У з'їзді (зборах, конференції), на якому здійснюється висування кандидатів у депутати, повинно брати участь не менше 200 делегатів.

Висування кандидатів у депутати здійснюється у вигляді виборчого списку кандидатів у депутати від партії (блоку) за формою, затвердженою Центральною виборчою комісією. Черговість кандидатів у списку визначається на з'їзді (зборах, конференції). Особа може бути включена до виборчого списку лише однієї партії (одного блоку).

Форма виборчого списку кандидатів у депутати від партії (блоку) затверджується Центральною виборчою комісією не пізніш як за 130 днів до дня виборів.

У протоколі з'їзду (зборів, конференції) партії, міжпартійного з'їзду (зборів, конференції) партій, що входять до блоку, обов'язково зазначаються: дата його проведення, порядок денний, відомості про осіб, висунутих кандидатами у депутати (прізвище, ім'я, по батькові, число, місяць і рік народження, громадянство, партійність, посада (заняття), місце роботи, місце проживання), підсумки голосування щодо виборчого списку кандидатів у депутати. Протокол підписується головуючим на з'їзді (зборах, конференції), а виборчий список кандидатів у депутати - керівником партії (керівниками партій, що входять до блоку). Вказані документи скріплюються печаткою партії (партій, що входять до блоку).

Про час і місце проведення з'їзду (зборів, конференції) партії або міжпартійного з'їзду (зборів, конференції) партій, що входять до блоку, з метою висунення кандидатів у депутати керівник партії (керівники партій, що входять до блоку) повідомляє у письмовій формі Центральну виборчу комісію не пізніше як за п'ять днів до дня проведення з'їзду (зборів, конференції). На такому з'їзді (зборах, конференції) за дорученням Голови Центральної виборчої комісії має право бути присутнім член Центральної виборчої комісії.

Про час і місце проведення з'їзду (зборів, конференції) з метою висунення кандидатів у депутати засоби масової інформації повідомляються не пізніше ніж за три дні до дня проведення з'їзду (зборів, конференції). Порядок акредитації представників засобів масової інформації на такому з'їзді (зборах, конференції) визначається організаторами заходу.

Кандидати у депутати, включені до виборчого списку партії (блоку), реєструються Центральною виборчою комісією за наявності необхідних документів.

Подання документів до Центральної виборчої комісії для реєстрації кандидатів у депутати закінчується за 85 днів до дня виборів.

Центральна виборча комісія не пізніше як на сьомий день з дня прийняття заяви про реєстрацію кандидатів у депутати та доданих до неї необхідних документів приймає рішення про реєстрацію кандидатів у депутати або про відмову в їх реєстрації.

Черговість кандидатів у депутати у виборчому списку, визначена партією (блоком), не може бути змінена після їх реєстрації Центральною виборчою комісією, за винятком виключення окремих кандидатів із виборчого списку у випадках, передбачених законом.

У разі реєстрації кандидатів у депутати представнику партії (блоку) разом з копією рішення про реєстрацію у триденний строк з дня його прийняття видаються посвідчення кандидатів у депутати за формою, встановленою Центральною виборчою комісією. Виборчий список кандидатів у депутати партії (блоку) разом із рішенням про їх реєстрацію в цей же строк оприлюднюється в газетах „Голос України” та „Урядовий кур'єр”.

Проведення передвиборної агітації. Передвиборна агітація розпочинається з моменту прийняття Центральною виборчою комісією рішення про реєстрацію кандидатів у

депутати, включених до виборчого списку партії (блоку) і закінчується о 24 годині останньої п'ятниці перед днем виборів.

Передвиборна агітація поза вказаними строками забороняється, як і проведення масових акцій (походів, демонстрацій, мітингів) від імені партії (блоку) - суб'єкта виборчого процесу, а також публічні оголошення про підтримку партією (блоком) концертів, вистав, спортивних змагань, демонстрації фільмів та телепередач.

Голосування. Про час і місце голосування дільнична виборча комісія сповіщає виборців не пізніше як за 7 днів до дня його проведення.

Голосування проводиться в спеціально відведених та облаштованих приміщеннях, в яких обладнуються кабінки (кімнати) для таємного голосування та визначаються місця видачі виборчих бюлетенів і встановлення виборчих скриньок.

Голосування проводиться в день виборів з восьмої до двадцятої години без перерви. На закордонних виборчих дільницях голосування проводиться за місцевим часом країни, де утворені ці дільниці. Порядок голосування прописаний у ст.ст. 69-70 Закону „Про вибори народних депутатів України”.

Підрахунок голосів виборців та встановлення підсумків голосування. Підрахунок голосів виборців на виборчій дільниці здійснюється відкрито і гласно членами дільничної виборчої комісії на її засіданні, яке проводиться у тому ж приміщенні, де відбувалося голосування. Засідання дільничної виборчої комісії починається відразу після закінчення голосування, проводиться без перерви і закінчується після складення та підписання протоколу про підрахунок голосів виборців на виборчій дільниці за формою, встановленою Центральною виборчою комісією.

Протокол про підрахунок голосів виборців на виборчій дільниці складається дільничною виборчою комісією у кількості примірників, яка на чотири більша, ніж кількість осіб, які входять до складу дільничної виборчої комісії. Примірники протоколу нумеруються і мають однакову юридичну силу. Перший і другий примірники протоколу дільничної виборчої комісії про підрахунок голосів виборців на виборчій дільниці запаковуються. На пакеті робиться напис „Протокол про підрахунок голосів”, зазначаються номер територіального виборчого округу, номер виборчої дільниці, дата і час пакування, ставляться підписи присутніх членів дільничної виборчої комісії та печатка виборчої комісії. Третій примірник протоколу дільничної виборчої комісії про підрахунок голосів виборців на виборчій дільниці зберігається у секретаря дільничної виборчої комісії, четвертий примірник зазначеного протоколу невідкладно вивішується для загального ознайомлення в приміщенні дільничної виборчої комісії, а решта по одному примірнику протоколу видається членам дільничної виборчої комісії.

Пакети з протоколами дільничної виборчої комісії про підрахунок голосів виборців на виборчій дільниці, виборчими бюлетенями, контрольними талонами і предметами, списками виборців, а також, за наявності, окремими думками членів виборчої комісії, викладеними у письмовій формі, актами, заявами, скаргами та рішеннями, прийнятими виборчою комісією, невідкладно після закінчення засідання виборчої комісії доставляються до територіальної виборчої комісії.

Встановлення результатів виборів депутатів. Центральна виборча комісія на своєму засіданні на підставі протоколів територіальних виборчих комісій про підсумки голосування в межах відповідних територіальних виборчих округів та протоколів закордонних дільничних виборчих комісій не пізніше як на п'ятнадцятий день з дня виборів встановлює результати виборів депутатів, про що складає протокол.

Право на участь у розподілі депутатських мандатів набувають кандидати у депутати, включені до виборчих списків партій (блоків), що отримали три і більше відсотків голосів виборців, які взяли участь у голосуванні у загальнодержавному виборчому окрузі.

Центральна виборча комісія не пізніше як на п'ятий день з дня встановлення результатів виборів офіційно оприлюднює результати виборів депутатів у газетах „Голос України” та „Урядовий кур'єр”. Список обраних депутатів публікується із зазначенням в алфавітному порядку їх прізвища, імені, по батькові, року народження, професії, посади (заняття), місця роботи, місця проживання, партійності, суб'єкта висування.

Відповідальність за порушення виборчого законодавства. Однією із гарантій реального здійснення вільного волевиявлення встановлена законом юридична відповідальність за порушення виборчого законодавства, причому в кожному з базових виборчих законів містяться загальні статті, якими запроваджується інститут відповідальності за порушення виборчого законодавства, а свою юридичну регламентацію цей інститут отримує відповідно в чинному адміністративному, кримінальному, кримінально-процесуальному, цивільно-процесуальному законодавстві.

Так, у Кодексі України про адміністративні правопорушення міститься ст. 186-2, що передбачає адміністративну відповідальність за певні порушення законодавства про вибори Президента і народних депутатів. Цією статтею встановлюється, що публічні заклики або агітація за бойкотування виборів, опублікування або поширення іншим способом неправдивих відомостей про кандидата у Президенти чи депутати, а також агітація за або проти кандидата в день виборів тягнуть накладання штрафу від трьох до шести офіційно встановлених мінімальних розмірів заробітної плати.

Видача членами дільничної виборчої комісії виборчого бюлетеня для голосування за іншу особу тягне накладення штрафу до п'яти офіційно встановлених мінімальних розмірів заробітної плати.

Втручання в роботу виборчих комісій, що перешкоджає виконанню ними обов'язків, пов'язаних з реєстрацією кандидатів у Президенти або депутати, підрахунком голосів чи визначенням результатів або підбиттям загальних підсумків виборів тягне накладення штрафу від трьох до шести офіційно встановлених мінімальних розмірів заробітної плати.

До адміністративної відповідальності відповідно до частини першої і третьої цієї статті може бути притягнута будь-яка особа, що досягла 16-річного віку, якщо вона психічно здорова. Нести відповідальність за порушення, передбачені ч. 2 цієї статті, мають тільки спеціальні суб'єкти - члени виборчих комісій.

Кримінальні правопорушення, пов'язані з порушенням виборчого законодавства, належать до злочинів, які посягають на суспільні відносини, пов'язані з формами, завданнями, змістом діяльності держави і посягають на політичні права громадян: права брати участь в управлінні державними справами, вільно обирати і бути обраними до органів державної влади та органів місцевого самоврядування. Зазіхання на виборчі права громадян можуть мати місце на будь-якій стадії виборчого процесу, тому кримінально-правові норми, що встановлюють відповідальність за порушення виборчого законодавства, є бланкетними (відсильними): їх застосування потребує уточнення змісту статей, посилянь на базові закони про вибори.

Кримінально-правовим захистом забезпечується насамперед здійснення виборчих прав. Ст. 127 Кримінального кодексу України передбачає, що перешкоджання шляхом насильства, обману, погроз, підкупу або іншим шляхом вільному здійсненню громадянином права обирати або бути обраним Президентом чи народним депутатом, вести передвиборну агітацію карається позбавленням волі на строк до п'яти років або виправними роботами на строк до двох років, чи штрафом до десяти офіційно встановлених мінімальних розмірів заробітної плати.

Ті самі дії, вчинені членом виборчої комісії чи іншою службовою особою, караються позбавленням волі на строк від одного до п'яти років, або виправними роботами на строк до двох років, чи штрафом від семи до п'ятнадцяти офіційно встановлених мінімальних розмірів заробітної плати.

Ст. 128 Кримінального кодексу України за такі злочини, як фальсифікація виборчих документів, приписки або неправильний підрахунок голосів, здійснені членом виборчої комісії чи іншою службовою особою, передбачає кримінальну відповідальність у вигляді позбавлення волі на строк до двох років або накладанням штрафу від семи до п'ятнадцяти офіційно встановлених мінімальних розмірів заробітної плати.

Порушення таємниці голосування членом виборчої комісії або іншою службовою особою, передбачений ст. 129 Кримінального кодексу, карається позбавленням волі на строк від одного до п'яти років, або виправними роботами на строк до двох років, або штрафом від семи до п'ятнадцяти офіційно встановлених мінімальних розмірів заробітної плати.

РОЗДІЛ V. Підготовка успішної виборчої кампанії

Інформаційно-аналітична робота при підготовці виборчої кампанії

Ведення політичної кампанії - дуже захоплююча й напружена робота. Ви пройдете важкий шлях з першого дня кампанії і до дня виборів. Заздалегідь спланувавши свої дії, ви зможете підготуватися до різних ускладнень і, у багатьох випадках, успішно їх подолати. Мета цього посібника - допомогти вам у цьому.

Звичайно, місцева політична ситуація - важливий фактор будь-якої кампанії, але в багатьох випадках перемога залежить від того, як організована сама кампанія.

Можна виділити три види кампаній, що практично не мають шансів на перемогу через внутрішні недоліки.

Перший - це кампанія, у якій:

- відсутній переконливий стислий текст про Вас як кандидата, який буде повторюватися знову і знову, щоб переконати вашу цільову групу виборців віддати Вам свої голоси („меседж”);

- немає чіткого уявлення про те, із якими виборцями потрібно працювати.

У кампанії такого типу із самого початку немає чіткої спрямованості дій, і в міру її розвитку ситуація буде тільки погіршуватися.

Другий - це кампанія, у якій є стиснутий переконливий „меседж” і є розуміння того, на яких виборців він може подіяти, але відсутній розумний план дій по роботі з виборцями. Така кампанія дарма витрачає гроші й час, людські ресурси. Вона часто відволікається, реагуючи на те, що роблять кампанії суперників, або на те, що пише преса. Таким чином, кампанія буксує, звертаючи більше уваги на зовнішні фактори, чим на проходження своєї програми.

І, нарешті, третій - це кампанія, що має чіткий „меседж”, розуміє, хто є її виборцями і має план роботи, але в неї не виходить дотримуватись цього плану, не вистачає мотивації або ресурсів. У такій кампанії завжди знаходяться пояснення, чому не можна зробити те, що потрібно, а, зрештою, відшукуються й об'єктивні причини поразки.

Успіх будь-якої політичної кампанії у більшості випадків визначається правильним „прицілюванням” і визначенням своїх виборців, переконливим „меседжем” і суворим дотриманням реалістичного плану по роботі з виборцями.

План кампанії враховує загальну політичну ситуацію, стратегію і необхідні ресурси. Подібно планові будівництва будинку, план кампанії має стати своєрідним посібником, до якого звертаються при виникненні питань. Прогрес можна оцінювати, порівнюючи результати з планом. Можна побудувати будинок і без плану, але тоді буде допущено багато помилок, марно витрачено багато матеріалів, часу і грошей, і, швидше за все, задовільний

результат так і не буде досягнуто. Те ж саме відбудеться і з політичною кампанією, якщо її проводити без заздалегідь розробленого письмового плану.

Незважаючи на те, що кожна окрема кампанія унікальна, існують загальні принципи, які можна застосувати до кожної передвиборної кампанії. Цей посібник допоможе застосувати ці загальні принципи до конкретної кампанії.

Основа будь-якої передвиборної кампанії в принципі проста. Будь-яка кампанія повинна постійно доводити переконливий „меседж” до тих, хто буде голосувати. Це „золоте правило” політики. Політична кампанія - це процес спілкування, його суть - виробити правильний „меседж”, довести цей „меседж” до правильної групи виборців і знову повторювати „меседж”.

На жаль, реальний процес планування більш складний, чим просте дотримання цього правила. Процес розробки плану складається з:

1. Вивчення округу (підготовка до кампанії).
2. Визначення стратегічної мети кампанії (скільки голосів потрібно для перемоги).
3. Аналіз електорату і виявлення ваших виборців („прицілювання”).
4. Розробка „меседжа”.
5. Розробка плану роботи з виборцями.
6. Виконання цього плану.

Кандидат, менеджер кампанії повинні провести серію зустрічей по стратегічному плануванню й уважно і серйозно вивчити цей посібник. Результатом таких зустрічей повинен стати письмовий план кампанії. Занадто часто політики вважають, що вони здатні тримати „у голові” стратегію, що принесе їм перемогу. Насправді, це шлях у нікуди. Занадто часто кандидат і менеджер кампанії вважають, що вони впливають із однієї і тієї ж стратегії, а пізніше з'ясовується, що їхні уявлення про напрямок дій абсолютно різні. План кампанії, зафіксований на папері, з яким згодний кандидат, менеджер та всі члени кампанії, допоможе цього уникнути. Тут діє просте правило - якщо план не написаний, можна вважати, що його немає.

Розробивши (у письмовому вигляді) план, ви повинні дисципліновано його виконувати. Кожен план гарний настільки, наскільки добре його виконують. Будь-яка кампанія повинна гнучко пристосовуватися до змін обставин, але при цьому не відхилятися від початкової стратегії.

Вивчення округу

По-перше, важливо визначити рівень виборів, у яких ви будете брати участь, і за якими правилами вони будуть проходити. Від цього залежить основа стратегії. Ви балотуєтесь на посаду в законодавчій або у виконавчій владі? Вам потрібна проста або переважна більшість голосів для перемоги? Чи буде другий тур? Ви повинні уважно вивчити

виборче законодавство, а якщо воно складне, проконсультуватися з юристом. Якщо ви спізнитесь з термінами або порушите якусь частину закону, ваша кампанія може скінчитися, так і не розпочавшись.

Усвідомивши основні правила виборів, ви повинні *зібрати якнайбільше інформації про округ і виборців*. Який розмір вашого округу? У місті або сільській місцевості буде проходити ваша кампанія? Яке населення округу і як воно змінилося останнім часом?

Ви повинні зрозуміти, у якому політичному ландшафті ви будете працювати. Хто є важливими політичними фігурами в цьому окрузі? Які політичні партії мають вплив у даному окрузі? Хто є лідерами суспільного і ділового життя, що можуть вплинути на кампанію? Заручившись підтримкою особливо впливової особистості у вашому окрузі, можна значно полегшити кампанію.

Ви також повинні з'ясувати, як виборці одержують інформацію. Які ЗМІ є на території вашого округу? Імена репортерів, крайні терміни подачі інформації. Як будуть висвітлюватися вибори, і як преса відноситься до різних кандидатів? Для розробки всеосяжної стратегії роботи з пресою важливо мати якнайбільше інформації про ЗМІ.

Усіх виборців вашого округу необхідно розбити на групи (це основа для розробки стратегії вибору вашого електорату). Чи має кампанія доступ до інформації про виборців або список можливих виборців? Якою підтримкою у виборців користуються ті або інші політичні партії? Демографічний склад виборців (рівень доходу, освітній рівень, професії, етнічні меншості, вік, стать і т.д.)? Де вони працюють? У які магазини вони ходять і де проводять вільний час? Скільки відсотків виборців і яка їхня кількість живе в місті, у сільській місцевості або невеликих селищах? Чи проживають виборці переважно у своїх будинках або в квартирах? Як би ви описали своїх прихильників і тих виборців, яких ви сподіваєтеся переконати голосувати за Вас?

Виборці з подібними характеристиками можуть мати подібні інтереси і, можливо, будуть однаково голосувати. Люди похилого віку будуть менше цікавитися питаннями роботи і більше пенсіями, а молоді матері – більше школами і менше пенсіями. Визначивши, скільки у вас в окрузі літніх виборців і скільки молодих мам, ви зможете точніше визначити вашу адресну групу.

Часто можна одержати важливу інформацію, вивчивши підсумки минулих виборів: хто балотувався на цю посаду в минулий раз, і які були результати? Скільки виборців проголосували на виборах цього рівня в минулий раз? Скільки голосів вам потрібно для перемоги? Ви можете використовувати цю інформацію, щоб припустити, який буде явка виборців і мінімальний рівень підтримки вашого кандидата. Як пройшли кампанії кандидатів з біографією і „меседжем” подібними з вашими? Ця інформація знадобиться вам пізніше,

коли ви будете визначати, що спрацювало у ваших попередників, а що вам потрібно буде зробити інакше.

Діючі вибори. Далі ви повинні визначити фактори, що вплинуть на ваші вибори, тобто питання, що хвилюють виборців, і інші виборчі кампанії, що проводяться в цьому регіоні в той же час. Які місцеві, регіональні або загальнодержавні проблеми хвилюють виборців? Які мотиви можуть змусити виборців піти на вибори? Як би ви описали настрої виборців?

Які ще вибори будуть проходити водночас з вашими? Як можуть зашкодити або допомогти вам кандидати, що будуть брати участь у цих виборах? Чи є можливість скоординувати вашу кампанію з іншими кампаніями? Як позначаться на вашій кампанії інші вибори? На вашу стратегію також вплинуть і взаємини з вашою партією й іншими кандидатами від вашої партії. Пам'ятайте, ваш „меседж” має доповнювати або, принаймні, не суперечити „меседжам” інших кандидатів від вашої партії.

Ваш кандидат - найголовніший фактор у вашій кампанії. Під час зборів по плануванню кампанії ви повинні відверто визначити сильні і слабкі сторони свого кандидата. У той же час ви повинні глянути на свого кандидата очима його суперників. Ви можете сказати, що ваш кандидат - нова людина з новими ідеями, а ваші суперники скажуть, що в нього не вистачає досвіду.

Ви можете розбити свої оцінки по категоріях: дитинство, професійний ріст, досвід роботи, сімейний стан на даному етапі і досягнення в минулому.

Дуже важливо виявити як сильні, так і слабкі сторони кандидата. Визначивши слабкі сторони із самого початку, кампанія зможе краще підготуватися до можливих нападів опозиції. Занадто багато кандидатів програли тому, що вони хотіли забути про свої помилки, тим самим, дозволили застати себе зненацька.

Після визначення сильних і слабких сторін кандидата наступний крок - проробити ту ж роботу у відношенні суперника. Якщо в кандидата кілька суперників, визначте найсильніших, з якими вам доведеться боротися за голоси виборців, яких ви сподіваєтеся залучити на свою сторону. Ви знову ж можете організувати свій аналіз по декількох категоріях і визначати як їхній сильні, так і слабкі сторони.

Ваші суперники, звичайно ж, не нададуть вам всю інформацію про себе. Можливо, вам доведеться докласти особливих зусиль, щоб пояснити вашим виборцям, з яких причин їм не варто голосувати за вашого суперника.

Дуже часто кандидати і менеджери кампаній розуміють під вивченням опозиції спроби “розкопати” яку-небудь скандальну історію про їхнього суперника. Можливо, ви її знайдете, але в основному результатом такої роботи стануть ті вчинки і повторювані моделі

поводження, що ви зможете використовувати для створення контрасту між вашим кандидатом і його суперником при розробці вашого „меседжа”.

Постійна помилка - це небажання вивчати суперників. Але вивчення ваших суперників і „війна компроматів” - різні речі. Відмовивши від такого дослідження, ви втратите можливість підготуватися до того, що буде говорити і робити ваш суперник, і не зможете успішно створити контраст між вашими кандидатами.

Процес збору інформації повинен бути організований якнайкраще: ведіть список джерел вашої інформації й організуйте систему швидкого доступу до інформації. Даремно знати що-небудь, але не мати можливості надати цьому документального підтвердження. Усі матеріали повинні бути зібрані разом в одній папці з докладним списком вмісту. Старанність і організованість на цьому етапі заощадить вам багато часу й енергії.

Для оцінки політичного ландшафту:

1. Виділіть кілька годин для себе і вашої команди, щоб ретельно проаналізувати ту політичну ситуацію, у якій ви будете працювати.

2. Дайте відповіді на якомога більше питань. Якщо у вас немає інформації на даний момент, подумайте, як ви зможете її знайти, і хто буде за це відповідати. Визначте термін для пошуку інформації, і по його закінченню проведіть збори, щоб обговорити отриману інформацію.

3. Закінчивши дослідження, класифікуйте інформацію і сформулюйте коротке резюме, яке буде використане при розробці стратегії і плану кампанії.

Поняття „стратегія” та „тактика”

Стратегія (від грец. – військо веду) – мистецтво керівництва суспільством, політичною боротьбою.

Тактика (від грец. – шиккування війська) – засоби і прийоми суспільної і політичної боротьби; прийоми та способи досягнення певної цілі, лінія поведінки.

Під час виборчої кампанії доцільним є розроблення як загальних стратегічного та тактичного планів, так і, за необхідності, кількох тактичних планів на вирішення окремих завдань, вирішення яких є необхідним для досягнення мети. Все залежить від рівня компетенції команди та реального буття.

Кінцева мета практично будь-якої політичної кампанії - виграти вибори. На цьому етапі потрібно визначити, що потрібно зробити, щоб перемогти. Занадто часто кампанії забувають підрахувати, скільки голосів потрібно, щоб гарантувати перемогу, і визначити, де будуть отримані ці голоси. Потім вони витрачають дорогоцінні матеріальні і людські ресурси і час, агітуючи усіх виборців відразу, замість набагато більш вузького шару виборців, чийх голосів їм досить для перемоги. На другому етапі ви зменшуєте число виборців, яких ви будете агітувати, до такої кількості, з яким можна реально працювати. У рамках вашого

дослідження ви повинні з'ясувати, яка загальна кількість жителів вашого округу, загальна кількість виборців, визначити можливу явку виборців, підрахувати, скільки голосів вам потрібно, щоб виграти, і кількість родин, у яких живуть ці виборці. Щоб одержати деякі з необхідних тут відповідей, необхідно використовувати наявну у вас інформацію про минулі вибори.

Загальне населення - це всі люди, що проживають на території вашого округу. Дана цифра більша, ніж кількість виборців, тому що вона включає неповнолітніх, котрі ще не можуть голосувати, і людей, не прописаних на території вашого округу.

Загальна кількість виборців – це всі жителі округу, що мають право голосувати.

Очікувана явка – це можлива кількість поданих голосів. Не усі виборці прийдуть на виборчі дільниці. Часто можна визначити, скільки виборців проголосує, спираючись на результати минулих подібних виборів. Якщо минулого разу була явка 35% і немає ніяких додаткових факторів, що можуть вплинути на ситуацію, можна припустити, що й цього разу явка складе 35%. Або якщо минулого разу явка на президентські вибори склала 55%, а в цей раз міські вибори співпали з президентськими, можна чекати, що явка також буде 55%.

Скільки голосів потрібно для перемоги? Дану цифру можна визначити лише приблизно. Ви обчислюєте ту кількість голосів, що гарантують вам перемогу. Іноді вам потрібна абсолютна більшість - це 50% плюс 1 голос. Але часто вам потрібно набрати лише відносну більшість (більше голосів, ніж будь-який інший кандидат). Якщо у виборах бере участь багато кандидатів, ви зможете перемогти, набравши 35%, 30%, 25% голосів або навіть менше. Важливо перевести цей відсоток у реальне число. Скільки буде потрібно реальних голосів, щоб перемогти? Не бійтеся перестраховатися, й у випадку сумнівів, вибирайте більшу кількість голосів.

Яка кількість родин, забезпечить Вам успіх? Чи можна зменшити і цю групу? У середньому в одній родині нараховується два виборці, у деяких родинах може бути три й чотири, деякі виборці не мають родини і живуть самі. Якщо припустити, що чоловік і дружина проголосують однаково, можна вважати, що, переконавши одного члена родини, ви забезпечите собі і другий голос.

Як розрахувати кількість необхідних голосів з врахуванням усього вищесказаного? Скажемо, населення вашого округу – 130 000 чоловік. З них 30 000 – діти, що ще не мають права голосу, і незареєстрованні виборці. На останніх міських виборах явка склала 50%, тобто проголосувало 50 000 виборців. Припустимо, що і цього разу буде так само. У виборах у Міську Раду міста, у яких брало участь кілька кандидатів, переможець одержав 34%, тобто 17 000 голосів. У середньому в родині проживає два виборця, це складає 8 500 родин.

Але не можна припускати, що кожен виборець, з яким ви поговорите, проголосує за Вас. Тому, щоб одержати ці 17 000 голосів, вам потрібно поговорити з великою кількістю

виборців. Скажемо, ви переконуєте 7 з 10 виборців голосувати за Вас. Виходить, для одержання підтримки 17 000 виборців, або 8 500 родин, вам потрібно поговорити з 25 000 виборців, або 13000 родин ($25\ 000 \times 0,7 = 17\ 500$ і $13\ 000 \times 0,7 = 9\ 100$).

Очевидно, що набагато легше поговорити і переконати 13 000 родин, чим агітувати всі 100 000 чоловік. Зміст усієї вищеописаної процедури – максимально зменшити кількість виборців, яких вам необхідно переконати проголосувати за Вас.

Використовуючи наявну інформацію і ретельно її проаналізувавши, дайте відповіді на наступні запитання і включіть відповіді в план вашої кампанії:

1. Скільки жителів (не тільки виборців) у вашому окрузі?
2. Скільки з них можуть голосувати?
3. Скільки відсотків виборців прийдуть голосувати на ці вибори?
4. Яка очікувана явка в конкретних цифрах?
5. Скільки кандидатів будуть балотуватися на цю посаду?
6. Скільки з цих кандидатів можна вважати серйозними?
7. Якщо вибори будуть сьогодні, скільки відсотків голосів одержить кожен кандидат?
8. Який відсоток голосів знадобиться для перемоги?
9. Скільки голосів (у цифрах) знадобиться для перемоги?
10. Скільки виборців проживає в одній родині за приблизними підрахунками?
11. Чи можна сказати, що усі виборці, що проживають в одній родині, мають тенденцію голосувати однаково?
12. Якщо вони голосують за одного кандидата, скільки родин вам потрібно, щоб гарантувати перемогу?
13. Якщо ви поговорите з десятьма виборцями, скількох з них ви зможете переконати проголосувати за Вас?
14. До скількох родин вам потрібно донести свій «меседж», щоб зібрати досить голосів для перемоги?

Прицілювання

Взагалі існує три типи виборців: ваші прихильники, прихильники ваших суперників і виборці, що ще не визначилися, як голосувати. Ваші прихильники - це ті, хто вже прийняв рішення голосувати за вас. Прихильники ваших суперників – це ті, хто вже прийняв рішення голосувати за них. А виборці, яких ще потрібно переконувати, називаються потенційними виборцями. І саме серед цих потенційних виборців вам потрібно виявити свою адресну групу і доводити до них свій „меседж”. Пам’ятайте, що політична кампанія - це процес спілкування.

Визначивши, скільки голосів вам необхідно для перемоги, потрібно з'ясувати, чим відрізняються ваші потенційні виборці від інших. Це можна зробити двома способами: географічним і демографічним „прицілюванням”. У більшості кампаній використовується та чи інша комбінація обох методів.

Географічне прицілювання - це просте визначення своїх прихильників за місцем їх проживання. Наприклад, кандидат А живе в місті А. Там його знають і підтримують. Кандидат Б живе в місті Б, у якому його теж знають і підтримують. Більшість прихильників кандидата А буде з міста А, тому йому потрібно поїхати в місто В і переконувати в тому, що він - кращий кандидат, тих його жителів, що ще не прийняли рішення, за кого голосувати. Було б нерозумно витратити час на поїздки в місто Б і намагатися переконувати тих жителів, які вже визначилися із симпатіями.

Це дуже простий приклад, хоча зустрічаються кампанії, де проводити „прицілювання” не настільки ж просто. У більшості випадків потрібно вивчити результати минулих виборів, оцінити ступінь того, як виборці “піддаються впливу” і очікувану явку.

Результати минулих виборів - це відсоток голосів, що одержала ваша партія, ваш або схожий на нього кандидат на минулих виборах. Ваші найбільш імовірні прихильники проживають на тих виборчих дільницях, де на минулих виборах ваша партія, ваш або схожий на вашого кандидат, одержали найбільше число голосів. Теоретично, кампанія не повинна витратити занадто багато ресурсів на такі ділянки: навряд чи потрібно сильно агітувати виборців, що і так проголосують за вас. Однак, звичайно, кандидати повинні все-таки направити визначені ресурси туди, де високий відсоток виборців традиційно голосує на їх користь із метою стабілізувати штат виборців, перш ніж працювати з іншими потенційними прихильниками.

Як виборці “піддаються впливу” – це відсоток виборців ділянки, що голосують непослідовно. Це різниця, у процентному співвідношенні, між числом голосів, поданих за схожих кандидатів на одних або двох виборах підряд. Виборці або „розбивають” свої голоси (голосують за кандидатів різної політичної орієнтації на одних виборах), або „переміщають” свої голоси (голосують за кандидатів різної орієнтації на двох і більше виборах підряд).

„Голоси, що, розбивають” - це ті, що голосують по партійному списку за комуністичну партію, а за кандидата - мажоритарщика, наприклад від НДП. Вважається, що „ті, що розбивають і переміщають голоси” - це виборці, яких найбільш ймовірно переконати. Тому велика частина кампаній направляє основні зусилля (плакати, кампанія „від дверей до дверей” і т.д.) на округи з “що піддаються впливу”. Це розумна стратегія.

Очікувану явку можна визначити, виходячи з відсотка виборців, що прийшли на подібні минулі вибори. Не має сенсу витратити ресурси кампанії на людей, що не будуть

голосувати, розумніше направити більше ресурсів вашої кампанії на ділянки з більшою явкою.

Наведемо більш детальний виклад методики визначення „явки”, „результатів виборів” і того, як виборці “піддаються впливу”. Вам потрібно буде визначити формули, які відповідають вашому регіону або виборцям. Вибравши відповідну формулу, підрахуйте або введіть дані голосування на дільницях у комп'ютер і визначите для кожної дільниці рівень явки, результат й ступінь того, як вони піддаються впливу. Ви повинні вміти визначати свої дільниці за рангом.

Наприклад:

| Дільниця | Загальна кількість голосів | Явка | Результати демократичного голосування (середні дані по схожих партіях) | «ті, що піддаються впливу» (відсоток непостійних демократичних голосів) |
|----------|----------------------------|-------|--|---|
| 35 | 976 | 62,5% | 43,4% | 11,2% |
| 107 | 1,563 | 52,7% | 41,2% | 16,7% |
| 14 | 1,132 | 53,4% | 35,7% | 26,7% |
| 77 | 875 | 55,7% | 28,3% | 12,7% |
| 93 | 1,343 | 27,2% | 26,5% | 29,5% |
| 178 | 734 | 60,4% | 23,1% | 17,3% |

Ви повинні планувати роботу на різних ділянках відповідно їхнім особливостям. У цьому прикладі на території ділянок №№ 35 і 107 потрібно розмістити велику кількість наочної агітації (плакатів і т.д.), провести серію зустрічей, щоб зміцнити свою базу. На ділянці №14 (з високим рівнем впливу на виборців), кандидат може особисто вести кампанію „від дверей до дверей”. Зверніть увагу, що хоча на ділянці № 93 теж високий рівень впливу на виборців, минулі вибори показали, що на вибори з'явилося дуже мало людей, і тому там не варто витрачати багато часу.

Демографічне „прицілювання” - це поділ голосуючого населення на групи за ознакою віку, статі, прибутку, професії, етнічною приналежністю або іншим критерієм. Зміст демографічного „прицілювання” у тому, що подібних людей звичайно хвилюють схожі проблеми, і вони голосують за одного і того ж кандидата.

Потім кожна група поділяється на підгрупи. Наприклад, поділ населення за статтю може дати приблизно 50% відсотків жінок і чоловіків (однак це не завжди так). У групу жінок входить підгрупа працюючих жінок, в останню входить підгрупа працюючих жінок, у яких є діти. Жінок з дітьми, природно, особливо хвилює турбота про дітей, тому, якщо ваш кандидат буде говорити про цю проблему, він може переконати їх підтримати його.

Тут головне - не робити групи настільки маленькими, що вони не будуть мати особливого значення. У орнітологів свої специфічні проблеми, але навіть якщо всі вони проголосують за Вас, це не сильно наблизить вас до перемоги.

Часто, визначаючи, кого можна переконати голосувати за кандидата, варто шукати групи, до яких належить він сам. Припустимо, кандидатіві - 38 років, він має вищу освіту, у нього власний невеликий бізнес, він одружений, має сина і доньку, живе в самому великому окрузі міста. У його адресну групу ввійдуть молоді люди між 25 і 40 роками, люди, що займаються малим бізнесом, і батьки з дітьми шкільного віку. Його звертання до виборців, що не належать до його групи, знайде менший відгук, наприклад, серед пенсіонерів, робочих із більш низьким рівнем освіти і людей із сільської частини округу. Якщо у своїй групі в нього вистачає голосів для перемоги, і він зможе щонайкраще залучити їхні голоси, тоді, щоб перемогти, протягом усієї кампанії йому потрібно доводити „меседж” тільки до цієї групи виборців.

Існує два фактори, що можуть знизити ефективність звертання до адресної групи. По-перше, якщо обрана демографічна група занадто мала. По-друге, якщо інші кандидати зі схожою біографією звертаються до цієї ж групи. В обох випадках кампанія повинна звернути увагу на близькі групи, або групи, що поєднують людей з подібними інтересами. У вищевказаному прикладі кандидат може розширити свій „меседж”, націливши його на людей з вищою освітою, наприклад, вчителів і лікарів, що може добре спрацювати в зв'язуванні з його „меседжем” для батьків школярів.

В решті решт, ви повинні підрахувати, скільки виборців у визначеній групі можуть проголосувати за кандидата, якщо його „меседж” буде відповідати їх проблемам. Не варто очікувати, що ви одержите 100% результат у якій-небудь групі. Але приклавши невеликих зусиль, ви зможете розраховувати на 6-7 голосів з 10, це і буде та група виборців, з яким ви повинні працювати.

Не слід очікувати, що ви зможете зробити точні підрахунки для кожної групи (політика все-таки – мистецтво, а не наука). Однак ця робота з обчисленням кількості виборців у демографічних підгрупах і перехресних групах допоможе вам визначити, наскільки реалістична ваша стратегія „прицілювання”.

Важлива частина демографічного „прицілювання” – визначити, які демографічні групи не є вашою адресною групою. Під час робочих зустрічей по розробці стратегії кампанії ви повинні відкрито сказати: „*Ми не будемо агітувати працівників-бюджетників*” або „*Ми не будемо агітувати молодих підприємців*”. Це допоможе вам уникнути пастки занадто широкого „прицілювання”.

Після того, як ви визначите своїх виборців, стає досить ясно, які групи ви віддаєте вашому суперникові. Звичайно це групи, протилежні вашій кращій групі виборців. Наприклад, пенсіонери-чоловіки мають менше спільного з молодими працюючими матерями, тому, якщо ви вибрали останніх своєю адресною групою, швидше за все вам

доведеться віддати іншу групу вашому суперникові, тому що буде складно розробити „меседж”, який переконає і тих і інших, що ви приймаєте близько до серця їхні інтереси.

Розробка ”меседжа”

Будь-яка політична кампанія (виборча в тому числі) здійснюється як набір комунікацій з виборцями. І кожна така кампанія має наметі досягнення однієї або кількох комунікативних завдань:

- збільшити рівень позитивного сприймання кандидата, партії чи блоку партій;
- зробити кандидата прихильником ідеї, важливої для виборця;
- показати різницю з опонентом;
- мотивувати своїх виборців на дію (наприклад прийти на виборчу дільницю).

Для досягнення вище перелічени завдань застосовуються різні види контактів з виборцями: через ЗМІ, через розповсюдження листівок, через агітацію “від дверей до дверей” та іншими шляхами. Проте, перш ніж планувати ці заходи, варто подумати, а що слід сказати людям. Про що говоритиме інформація виборцям від кандидата і до чого вона буде їх спонукати, і зрештою, чому люди мають відгукнутися, підтримати ту чи іншу пропозицію або заклик.

Варто пам’ятати, що на виборців, особливо у часи бурхливого перебігу передвиборчої кампанії, щоденно (якщо непогодинно) потрапляє величезна лавина інформації. Вони читають газети, дивляться телевізор, слухають радіо, отримують рекламні видання, спілкуються один з одним. Зрозуміло, що в таких умовах виборці не можуть осягнути, осмислити весь потік інформації який спрямований на них. Кандидати, виборчі штаби часто вважають, що їх суперники – інші кандидати, команди їх супротивників і т.п. Насправді, змагання проходять між виборцями і колосальним масивом інформації. Тому у потрібній ситуації інформація має бути “упакована” у такий вигляд, щоб пробитись крізь щільний потік іншої інформації, пробитись за рахунок своєї зрозумілості, доступності, простоти. За рахунок цього вона має виборцеві сподобатися. Виборець може багато читати, слухати, сперечатися і т.п. Але він бажає від кандидата отримати “коротко і ясно”: коли за яких умов буде краще працювати, відпочивати, жити? Тому поруч з широкомаштабною інформаційною кампанією, штаб, іміджмейкери кандидата (партії повинні виробити інформаційне повідомлення, яке досягне мети за таких жорстких умов, якими супроводжуються передвиборчі змагання. Таке повідомлення повинно бути символом, фірмовим знаком того чи іншого кандидата, партії чи блоку партій. Його часто називають ключовим – оскільки саме воно часто відіграє роль ключа до відкриття шкатулки із симпатіями та вподобаннями виборців. Політологи часто називають таке ключове повідомлення “меседжем” або “слоганом”.

Що ж це за таке, ключове повідомлення “меседж”, „слоган”? Політологи визначають його як обмежену кількість правдивої інформації, яка постійно передається кандидатом і організацією з метою створення переконливої причини для аудиторії зробити вибір і діяти в інтересах цього вибору.

Іншими словами “меседж” стислий текст, який під час виборчої кампанії буде повторюватися знову і знову, щоб переконати цільову групу виборців віддати свої голоси певному кандидату.

Дуже важливо зрозуміти, що ключове повідомлення (або гасло) – це не лозунг, а логічне обґрунтування кампанії, на якому будується весь процес донесення позиції кандидата до виборців. Кожен елемент кампанії повинен так чи інакше містити ключове повідомлення.

Основні вимоги до ключового повідомлення:

1. Виборці, як правило, не мають достатньої підготовки, зацікавленості, витримки, аби вислуховувати занадто довгі промови політиків. Якщо кандидат не може протягом однієї хвилини ефективно викласти перед виборцями гасло кампанії, він ризикує втратити їх потенційну прихильність. Тому перша, або одна з основних вимог до створення „меседжу” – його лаконічність.

2. „Меседж” повинен постанути, утворитися на основі цінностей, поглядів, переконань кандидата або партії, має узгоджуватися з їх досвідом та іміджем. Окрім того, ключове повідомлення повинно викликати довіру; виборці одразу відвертаються від тих, хто висуває нездійснені обіцянки. Тобто, „меседж” має бути достовірним посланням, таким, що може реально виконуватися.

3. Під час передвиборчої кампанії виборцям слід говорити те, що для них найбільш важливе. Те, що непокоїть більшість виборців у їх буденному житті має стати головним і найважливішим змістом у „меседжі”.

4. Гасло виборчої кампанії кандидата повинне становити собою чіткий контраст у порівнянні з гаслами кампанії опонентів. Адже в іншому разі, якщо кожен з кандидатів виступатиме з однаковими програмами, їх ніхто не розрізнить.

5. “Меседж” – це звернення до емоцій, до серця виборця, до його душі. Політика емоційна за своєю природою, і тому політики, що звертаються до сердець виборців, як правило перемагають тих хто звертається до голови. Безумовно, це не означає, що потрібно відкинути інтелектуальну основу, властиву для партії кандидата, його політичний світогляд, це не означає також, що потрібно нехтувати інтелектуальним рівнем виборця. Але це означає, що окрім чисто раціональних “розкладів” “меседж” кампаній треба прив’язувати до ключових цінностей виборців.

6. “Меседж” має бути спрямованим на конкретну цільову групу виборців. Ця група може бути достатньо широкою за соціальною належністю, але саме вона має відчувати, що гасло кандидата задовільняє, зачіпає саме її інтереси.

7. Під час кампанії кандидат, лідер партії виступатиме сотні разів перед виборцями, в засобах масової інформації, на зустрічах дискусіях і т.п. Його помічники, активісти, добровольці зустрічатимуться з тисячами виборців, яким буде роздано брошури, плакати, листівки. Але кожен виборець зможе отримати матеріали одного й того ж кандидата за лічені рази. З психологічного погляду неабияк важливо, аби “меседж”, гасло кандидата (партії), які викладені в листівках, брошурах, плакатах, на роздатковому матеріалі, залишалися незмінними.

На Заході фахівці, що займаються питаннями розробки ключових повідомлень, розробили певні схеми, таблиці, які навіть отримали назву “таблиці ключового повідомлення”. Ця таблиця не лише допомагає кандидатам визначитися, про що вони говоритимуть під час виборчої кампанії, а й те як вони спростовуватимуть закиди опонентів. А взагалі визначення важливих для виборчої кампанії питань, розробка гасел кампанії, як і аналіз електорату, і донесення концепції до “цільової групи” має готуватися на ретельному дослідженні. Дослідження має бути проведене задовго до офіційного старту виборчої кампанії, а з початком старту такої кампанії “меседж” кандидата повинен на повну силу працювати.

Перші приклади передвиборчих „меседжів” у незалежній і новітній Україні нічим, або майже нічим, не відрізнялися від гасел-лозунгів ще комуністичних часів. Але конкуренція, яка з кожними виборами стає все більшою і напруженішою, породжує уважніше і вибагливіше ставлення до розробки ключового повідомлення. Прикладів вдалих „меседжів” все ж таки набагато менше, ніж невдалих. Якщо виходити навіть з чисто місцевого досвіду, то житомиряни краще пам’ятають слоган „Буде краще! Бакай”. Саме цей „меседж” пройшов класичну школу передвиборчих випробувань і відігравав, за свідченням психологів надзвичайно потужну роль в успіху тодішнього кандидата І.Бакая. З останніх партійних „брендів-меседжів”, які пройшли випробування виборами 1998-2002 років можна виділити „меседж” партії „Жінки за майбутнє” („Час робити добро”), який у поєднанні з логотипом, емблемою партійної символіки дуже відрізняв цю партійну структуру з - поміж інших.

Приклади вдалих ключових повідомлень на протязі виборчих кампаній останніх років:

„Потрібні зміни”

„Не словом, а ділом”

„Людяч – правду, бандитам – тюрми”

„За правду, за народ, за Україну!”
„Партій багато, РУХ – один!”
„Патріотизм, довіра, справедливість”
„Голосуй і переможеш”

Слід зазначити, що під час виборчих кампаній виникає чимало агітаційних закликів–гасел, які хоча на чисто офіційному рівні не афішуються, все ж використовуються доволі часто. Наприклад, лозунг-заклик „Люди добрі, банду з воза, голосуйте за Мороза!” зумів сколихнути у 1998 році багатьох прихильників лідера Соціалістичної партії країни, а самій партії дав змогу впевнено посісти місце у Верховній Раді. Не менш вдалим було використання комуно-соціалістичними силами спільного контрагітаційного „меседжу” „Спасибі РУХу за розруху” напередодні виборів у березні 1998 року. У свою чергу на напівофіційному рівні, але достатньо потужно розкручували простий, для багатьох популярний і прийнятний лозунг „Комуняку – на гілляку!”

Підводячи підсумки сказаного, варто зазначити, що „меседж” передвиборних змагань в Україні і на Заході ще достатньо відрізняються. Пояснюється це тим, що наш виборець, не маючи сталої партійно-політичної системи координат та виборчих вподобань, достатньо багато уваги приділяє не інформаційному багатству змісту „меседжу”, а його крикливості, сенсаційності, простоті для сприймання. На фоні наших українських „меседжів” ключове повідомлення передвиборчої кампанії Біла Клінтона у 1992 році було б дуже незвичним і для України нехарактерним. „Меседж” Клінтона після 12 років правління республіканців, що вилилися в соціальну стагнацію й економічний занепад: “Зміни або продовження старого?” для сучасної України виглядає трохи переобтяженим інформаційно, хоча дослідження політпсихологів та політтехнологів говорять, що у наступних передвиборних кампаніях загальнодержавного масштабу в Україні увагу і зростаючу роль відіграватимуть „меседжі” з достатнім інформаційним „наповненням”. Взагалі в „меседжах” майбутнього в Україні, як і раніше, переважатиме присутність соціальних ідей пов’язаних з соціальним забезпеченням, а не вищі ідеали, задекларовані в програмах деяких політичних партій. Тому успіх матимуть лозунги-гасла двох типів: „довіри” та „потреби змін”. Ті, хто знаходиться біля влади, доводитимуть висновок про стабільність, про неспроможність опозиції змінити стан справ на краще. Опозиціонери, як і раніше, головний зміст своєї діяльності зосереджуватимуть на необхідності змін на краще. Отже, боротьба, змагання „меседжів” в Україні триває. Власне, як і повинно бути. Бо в цьому – вияв демократії.

На національному рівні у вашої політичної сили повинен бути власний *стратегічний „меседж”*, з якого виявляється, чому виборець голосує за ваших кандидатів. Якщо ви згодні з цим „меседжем” і ваш індивідуальний „меседж” відповідає йому, партія може допомогти вам агітаційними матеріалами. Партія також може надати інформацію про

свої політичні ініціативи на загальнонаціональному рівні або негативній інформації про ваших конкурентів. Іноді партії виділяють функціонерів, щоб вони наставляли кандидатів-новачків, навчаючи їх справлятися з різними проблемами і труднощами.

Планування виборчої кампанії

Вся зібрана інформація використовується для прийняття рішення. Тобто, на даному етапі проходить трансформація накопиченої інформації в політику та програми діяльності організації. Визначаються інформаційні цілі, цілі в сфері установок, цілі в сфері поведінки серед представників цільової громадськості, а також цілі виходу. Формулюються теми PR-кампанії та готуються повідомлення (інформаційні матеріали). Розробляється план-графік акцій або спеціальних подій. Готуються матеріали для засобів інформації: прес-релізи, проблемні статті, фотоматеріали, друкована продукція, аудіовізуальні матеріали, міжособистісне спілкування, PR-реклама (інституційна реклама). Визначаються принципи комунікації: надійність джерел інформації, випуклість (оригінальність) інформації, ефективні позамовні та мовні прийоми, використання двостороннього зв'язку, використання лідерів громадської думки, використання засобів групового впливу, селективність подання повідомлень, залучення аудиторії і т.д.

Для більшої ефективності планування пропонуємо скористатися Таблицею 6.

Правильне планування кампанії дозволяє кандидату використовувати обмежені ресурси. Те, яким чином ці ресурси використовуються, багато в чому визначить результат виборів.

Планування - неминуча сфера діяльності при проведенні політичних кампаній. Кандидат може сам вирішувати, мати чи не мати організацію, видавати чи не видавати заяви для преси, організувати чи не організувати збирання пожертвувань. Але, оскільки він діє в конкретному часі і просторі, має існувати план політичної кампанії.

Ефективне планування політичної кампанії дозволяє максимально використовувати обмежені ресурси при її проведенні і задає їй переможний ритм. Не буває кампаній з необмеженими можливостями. Кожна політична кампанія має обмежену кількість ресурсів, таких як час, гроші, люди і талант. Час – найважливіший, невиправний ресурс. План політичної кампанії повинен забезпечувати розподіл часу кандидата на заходи, що призначені для досягнення перемоги в день виборів.

Часто виборчі кампанії страждають від недоліку професійного чи організованого планування. Кандидати намагаються самі планувати свою діяльність, або що ще гірше, за них це робить збірна команда, яка складається з різних людей. Вони просто не сприймають планування кампанії всерйоз.

Вибір ефективної стратегії планування прямо залежить від завдань, поставлених планом виборчої кампанії. Цей план визначає генеральну стратегію кампанії спрямовану на максимальне збільшення переваги кандидата і водночас при цьому максимальне використання слабких сторін суперника і зменшення його переваги. Ця стратегія встановлює завдання, ґрунтуючись на ретельному аналізі політичних обставин. План кампанії визначає мету виборчої кампанії (ціль) і завдання, які потрібно виконати для досягнення перемоги.

План виборчої кампанії встановлює пріоритети планування. Стратегія планування дотримується цих пріоритетів для того, щоб кандидат знаходився у вигіршній ситуації для максимального збільшення його шансів на перемогу. План конкретно визначає пріоритети щодо часу, географічних районів і людей.

Час. Стратегія планування дотримується плану виборчої кампанії при розподілі часу на різні види діяльності. Стратегія планування втілює в життя рішення, ухвалені в плані кампанії відносно того, скільки часу повинен витратити кандидат на активну участь у виборчій кампанії, на відпочинок, особисті справи і спілкування зі своєю родиною.

Стратегія планування поділяє розклад кандидата на визначені відрізки часу. Звичайно такими “відрізками часу” є ранок, день і вечір. Оскільки даний момент відділений від дня виборів обмеженою кількістю таких відрізків часу, стратегія планування є основою для розподілу часу кандидата відповідно зі стратегією виборчої кампанії.

Географічні райони. План проведення виборчої кампанії має на увазі систему визначення пріоритетності округів залежно від настрою виборців. У стратегії кампанії виробляються рекомендації з розподілу ресурсів кампанії серед пріоритетних географічних районів. Потім стратегія планування повинна розподілити час кандидата, який потрібно провести в найбільш важливих районах.

Люди. У плані виборчої кампанії визначається, голоси яких виборців мають найбільше значення для досягнення перемоги. Об'єднання людей, видні представники місцевої громади, організації і типи виборців виявляються і розподіляються стратегією кампанії. Стратегія планування відповідно до пріоритетів, установлених планом кампанії розподіляє ресурси кампанії і час кандидата серед цих різноманітних соціальних груп.

Стратегією планування забезпечується те, що кандидат проводить свій час головним чином з тими людьми, які найбільше допоможуть йому здобути перемогу. Це означає, наприклад, що кандидат не повинен ходити за переконаними - прихильниками інших партій. Важливо вести облік тих людей, з якими кандидат зустрічався у ході виборчої кампанії.

Таким чином, стратегія планування являє собою основу для складання плану діяльності кандидата. Стратегія планування, відповідно до плану кампанії дає розклад, що розподіляє час кандидата серед різних видів діяльності, географічних районів і соціальних груп. Чітко визначається мета плану кандидата.

Успіх чи поразка у виборчій кампанії залежать від здійснення планування. В основному, кандидат і громадськість тонко відчують якість здійснення планування кампанії. Якщо діяльність кандидата завжди планується невдало, його моральний стан буде на низькому рівні.

Якщо кандидат буде незадоволений тим, як складаються його плани, він, напевне, спробує робити це сам, і дорогоцінний час буде втрачено для участі у виборчій кампанії.

Планування припускає поєднання аналізу особливостей округу зі стратегією планування. У результаті цієї роботи, відповідальний за планування повинен створити допоміжні матеріали для прийняття рішень з планування. До цих матеріалів належать:

Рейтинг організацій. Цей перелік визначає пріоритетність місцевих організацій для стратегії виборчої кампанії, рівень їхньої доступності, кількісний склад і їхній рівень впливу на громадське життя, а також можливості, які вони мають для виходу на окремі групи виборців.

Календар громадсько-політичного життя округу. У даному календарі повинні бути відзначені всі заходи, проведені протягом року підготовки до виборів, на яких кандидат повинен бути присутнім для одержання максимальної політичної віддачі.

Список заходів. Цей список конкретно визначає ті дії, до яких потрібно готуватися заздалегідь. Він також забезпечує для відповідального за планування широкий вибір варіантів, що включаються в план роботи кандидата, при відвідуванні ним тих чи інших районів, де будуть проходити інші заходи.

Час на переміщення. Спираючись на аналіз особливостей виборчого округу, відповідальний за планування може з'ясувати середній час на переміщення його територією, і до основних пунктів за його межами.

Перелік телефонів/адрес. Відповідальний за планування повинен скласти перелік телефонів і адрес людей і місць, що можуть знадобитися під час проведення кампанії.

Ці допоміжні матеріали є лише прикладом того, що може бути заздалегідь підготовлено для допомоги в здійсненні планування.

Ефективне ж планування вимагає більшого, ніж просто згода кандидата, прийняти запрошення чи відмову від нього. Хоча кожна виборча кампанія є унікальною у своєму роді, спробуємо сформулювати п'ятнадцять “золотих” правил для надання допомоги в професійній організації планування:

Правило 1. Планування проводиться тільки відповідальним за планування

Відповідальний за планування встановлює темп виборчої кампанії. За обставин, коли люди, задіяні і незадіяні у виборчій кампанії просять кандидата приділити їм час, необхідно призначити одну людину, яка вносить ясність у цю плутанину. Справа в тому, що люди, які часто зіштовхуються з виборчими кампаніями, вважають, що кампанія організована більш

професійно, якщо в ній є особа, яка займається плануванням на постійній основі.

Мораль така: кандидат не повинен говорити страшного слова “Ні”. Щоразу, коли запрошення не може бути прийняте, письмову відмову повинен підписувати відповідальний за планування. Таким чином, кандидату ніколи не дорікнуть у зневазі до певної групи чи заходу.

Правило 2. З'ясуйте, як кандидат бажає проводити кампанію

Необхідно тонко відчувати сильні і слабкі сторони кандидата. Наприклад, якщо йому краще вдаються виступи перед невеликими аудиторіями, візьміть собі за правило організацію для нього таких ситуацій, які підкреслюють цю перевагу.

З'ясуйте на початку кампанії, як кандидат хотів би розподіляти свій час. Створіть систему, яка влаштовує кандидата й водночас виконує стратегічні завдання плану кампанії.

Правило 3. Довідайтеся всі подробиці про захід, на якому кандидат повинен бути присутнім

Відповідальний за планування зобов'язаний знати всі подробиці плану кандидата. Щодня чи щотижня відповідальний за планування повинен подавати кандидату і керівному складу виборчої кампанії докладний план - документ, що розписує кожен день кандидата. Для того, щоб підготувати такий план і бути здатним відповісти на питання кандидата й інших осіб, які беруть участь у виборчій кампанії, він повинен пам'ятати всі подробиці запланованих заходів.

Використовуйте анкетування для з'ясування подробиць про кожен захід, у якому кандидат буде брати участь.

Ви можете скласти вашу власну анкету, що відповідатиме вашому стилю планування. Ми рекомендуємо включити в неї наступні основні пункти:

- дату, час і місце, де буде проходити захід;
- вид заходу (наприклад, прийом, обід, мітинг);
- очікувана кількість присутніх;
- вимоги до кандидата (наприклад, тривалий виступ чи короткі тези, вступна чи вдячна промова);
- форма одягу для кандидата;
- присутність дружини чи чоловіка кандидата;
- присутність інших знаменитостей чи кандидатів;
- висвітлення в засобах масової інформації; які кореспонденти будуть присутні від преси, радіо, телебачення;
- дата одержання запрошення.

Правило 4. Давайте точні і детальні вказівки маршруту

Відповідальний за планування повинен знати географію району і час на переїзд від

однієї до іншої зупинки. Це є найважливішим чинником у використанні часу кандидата з максимальною ефективністю і для планування якомога більшої кількості потрібних заходів.

Буде вкрай неприємно, якщо кандидат буде губитися в дорозі. Також, кандидати, які спізнюються на заходи, мають великі труднощі з відновленням репутації. Відповідальний за планування повинен двічі перевірити маршрут, а в найбільш важливих випадках він повинен особисто виїхати на місце проведення заходів. Не залишайте маршрути не уточненими.

Правило 5. Не плануйте заходи на довгостроковий період

Плани кампанії повинні бути гнучкими, оскільки період виборчої кампанії завжди повен несподіванок. Планування будь-якого заходу, що знаходиться у віддаленій перспективі, спричиняє небажану імовірність того, що його доведеться скасувати. Два тижні до заходу є межею, яка рекомендується, для початку прийому запрошень чи відмови від них.

З цього правила є винятки, такі як проведення передвиборчих дебатів, збирання пожертвувань і заходи для преси, організовані виборчою кампанією, що повинні плануватися з достатнім запасом у часі. Також, багато заходів, організованих кампаніями потрібно заздалегідь виділяти в плані для забезпечення участі кандидата.

Правило 6. Кожне запрошення повинне бути подане в письмовому вигляді

Це правило захищає кандидата, як і того, від кого надходить запрошення. Якщо навіть ви не можете одержувати всі запрошення в письмовому вигляді, розробіть метод їхньої реєстрації, з подробицями, коли надійшло це запрошення і від кого.

Розглядайте всі запрошення щотижня, що також варто включити в план кандидата .

Правило 7. Не бійтеся слова “подробиці”

У словнику відповідального за планування не існує слова “перевантаження”. Коли надходить запрошення, намагайтеся одержати про цей захід якнайбільше інформації. Якщо точний час проведення заходу невідомий, наведіть довідки про маршрут і включіть їх у докладний план.

З’ясуєте також номери телефонів і всю інформацію, що стосується справи для кожної зупинки в кампанії, що проводиться.

У проведенні виборчої кампанії є багато сфер, де вітається творче начало, але це не стосується керівництва. Відповідальний за планування повинен приділяти особливу увагу подробицям.

Правило 8. Підготуйте для кандидата коротку довідку про кожен захід

Доповідна коротка довідка про кожен захід дозволяє кандидату в дорозі ознайомитися з його матеріалами. Вона також забезпечує актуальність інформації. Визначте осіб, відповідальних за одержання інформації, необхідної для різних коротких довідок. Найкраще завести правило підготовки коротких довідок до п’ятниці за тиждень до заходу.

Виробіть з вашим кандидатом тимчасові рамки для підготування йому планів і

довідок. Спочатку кандидату знадобиться цей матеріал принаймні за сорок вісім годин. Коли це стане звичним, ви зможете працювати з запасом у двадцять чотири години. Для значних заходів варто надати кандидату більше часу для підготовки.

Коротка довідка повинна містити таку інформацію: прізвище особи, яка надіслала запрошення; час, місце і вид заходу; очікувана кількість учасників, інші присутні знаменитості; час останнього відвідування кандидатом даного району. Обов'язково включіть в зведення, що очікується від кандидата, тривалість виступу, можливі питання, що можуть бути задані кандидату, а також те, чи очікується від кандидата тільки "робота з публікою". Також, включіть в довідку прізвище людини, яка відреконує кандидата, якщо це необхідно.

Інші зведення, що будуть сприяти більш якісній підготовці кандидата містять у собі список осіб, які знаходяться на виборчих посадах, партійних посадових осіб, інших почесних гостей, які можуть бути присутніми, основні питання, що будуть обговорюватися і дані про неоднозначну обстановку, що оточує цей захід.

Зберігайте всі короткі довідки для того, щоб використовувати їх у майбутньому.

Правило 9. Зробіть після кожного заходу опитування кандидата чи помічника, який супроводжував його

Відповідальний за планування повинен прагнути до одержання після кожного заходу відповідної інформації для довідки в майбутньому. Ця інформація може стосуватися того, скільки людей брало участь у даному заході і яка була їхня реакція на кандидата, скільки представників преси були присутніми і чи успішно пройшла поїздка кандидата.

Цей зворотний зв'язок важливий для відповідального за планування, для того, щоб він міг визначити, чи варто повторно відвідувати визначені райони.

Правило 10. Зв'яжіться з організаторами кожного заходу після його завершення і зберіть інформацію про відгуки

Візьміть собі за правило зв'язуватися з організаторами кожного заходу після його завершення і збирати інформацію про відгуки на нього. Це повинно включати розсилання листів-подяк, збирання фотографій, газетних вирізок і матеріалів з кожного заходу.

Листи-подяки особливо важливі. Крім того, що вони є ознакою хорошого тону, ці листи - ще одна можливість зв'язку з виборцями. Особа, яка веде боротьбу за переобрання, повинна довести до відому виборців, що вони можуть зв'язуватися з його офісом з питань будь-якої допомоги, що може їм знадобитися. Претендент повинен створювати бойовий настрій, використовуючи такі фрази, як: "За допомогою таких людей як Ви, ми здобудемо перемогу у виборах у березні".

Правило 11. Відповідальний за планування повинен допомагати у висвітленні виборчої кампанії засобами масової інформації

Відповідальний за планування є власником важливої інформації про час кандидата, що представляє цікавість для ЗМІ. Йому потрібно працювати з керівником виборчої кампанії й особою, яка відповідає за зв'язки з громадськістю щоб переконатися, що інтереси ЗМІ дотримані. Особи, які приймають рішення, повинні виробити стратегію спілкування зі ЗМІ.

Процес інформування журналістів про плани кандидата залежить від стосунків між організаторами виборчої кампанії і ЗМІ. Надання останніх планів і забезпечення своєчасного прибуття кандидата на захід є найважливішим чинником для висвітлення кампанії в пресі, що бажано для кожної виборчої кампанії. Виступ вашого кандидата - не єдина подія дня, яка заслуговує уваги преси. Чим простіше буде представникам ЗМІ, тим вищі будуть ваші шанси на висвітлення з їх боку.

Розсилайте тижневий план діяльності кандидата ЗМІ. Це називається пам'яткою для ЗМІ і виконує дві функції. По-перше, вона сповіщає ЗМІ про місцезнаходження кандидата у випадку, якщо він їм знадобиться, і по-друге, вона рекламує план активного проведення кампанії кандидата, що підвищує довіру до виборчої кампанії.

Представникам ЗМІ не потрібно знати про всі зустрічі, що проводяться кандидатом, але їм потрібно знати, де і коли запланований захід значного масштабу.

Команда, що виробляє стратегію кампанії повинна бути однотайною щодо головного питання, обговорюваного учасниками виборчої кампанії щодня чи щотижня. План може допомогти виробити політичний порядок денний. Не збивайте ЗМІ з пантелику, говорячи про багато питань одночасно. Головне питання повинне пропагувати тему виборчої кампанії, як заплановано.

Правило 12. Дізнавайтесь про найважливіші об'єднання виборців і підтримуйте хороші стосунки з їхніми членами

У плані вашої виборчої кампанії повинні виявлятися окремі групи виборців у вашому районі, які мають особливе значення для перемоги вашого кандидата. Ці виборці можуть бути представлені об'єднаннями священиків, учителів, ветеранів і етнічних груп.

Сюди також варто віднести керівників вашої партії, осіб, які знаходяться на виборчих посадах і інших лідерів в очах громадської думки.

Обов'язково потрібно повідомити лідерів важливих об'єднань, коли кандидат буде знаходитися в їхньому районі. Ви, можливо, захочете організувати зустрічі з цими лідерами, при наявності часу. Намагайтеся ефективно використовувати час кандидата, коли він знаходиться в якомусь географічному районі. Залежно від обставин, сповістіть цих лідерів по телефону чи листом поштою.

Правило 13. Віддавайте перевагу активній, а не реактивній формі планування

Практично кожен кандидат одержує запрошення для участі в різноманітних заходах, але існують також цілі відрізки марного часу. Є й інші можливості, якщо відповідальний за

планування буде наполегливішим, виконає “домашнє завдання” з проведення аналізу особливостей округу і завжди буде шукати можливості для публічних виступів кандидата.

Необхідно працювати з іншими керівниками виборчої кампанії для впевненості, що ваше активне планування виконує стратегію кампанії. Керівник виборчої кампанії, організаційний директор, відповідальний за роботу добровільних помічників, а також особа, яка відповідає за зв'язки з громадськістю можуть мати інші шляхи заповнення часу кандидата.

Правило 14. Організуйте взаємодію з іншими виборчими кампаніями

Підтримка контактів з іншими виборчими кампаніями при плануванні може дозволити вашому кандидату взяти участь у заході, спочатку запланованому для іншого кандидата від вашої партії. Таке співробітництво тільки порадує прихильників вашої партії, оскільки при цьому їхні шанси послухати виступ кандидата від партії збільшуються. Крім того, це співробітництво допоможе вам звернути увагу на заходи, які ви могли пропустити у вашому аналізі і які є важливими з погляду присутності вашого кандидата.

Дотримуйтесь принципів, закладених у план вашої кампанії для визначення кандидатів інших виборчих кампаній, з якими ваш кандидат може себе асоціювати.

Правило 15. Не вішайте план вашої діяльності на стіну, щоб усі його бачили

Це найпростіший спосіб одержання інформації про ваші дії для суперника. Обмеживши доступ, ви зменшуєте можливість того, що ваш кандидат потрапить у незручне становище. Хорошим методом є обмеження кола тих, хто знає ваш генеральний план дій, що найкраще представлений планом виборчої кампанії.

Поряд з перерахованим вище, варто обмежити кількість людей, які одержують копії повного щотижневого чи щоденного плану дій кандидата. Ваша команда з вироблення стратегії кампанії повинна визначити вже на початку, хто повинен одержувати такий документ. Керівник виборчої кампанії й особа, яка відповідає за зв'язки з громадськістю, імовірно, є тими керівниками виборчої кампанії, яким буде потрібен повний план.

Штатний персонал виборчої кампанії та робота з волонтерами

Структура організації, створеної для участі в передвиборній боротьбі, повинна відповідати рисам характеру кандидата і відповідати потребам конкретної кампанії. Як уже говорилося, перший крок до її визначення зв'язаний з розробкою загального плану кампанії. Мета і завдання, сформульовані в ньому, обумовлять тип структури організації, на якому варто зупинитися, щоб реалізувати даний загальний план.

Кандидат, що прагне провести кампанію самостійно від початку до кінця, нагадує адвоката, що сам себе захищає. Такий кандидат рідко домагається успіху. Він виснажить себе задовго до кульмінаційної крапки кампанії. Усі добровольці залишать його, оскільки їм набридне бути слугами, позбавленими відповідальності. У такому випадку поразка

неминуча.

Тому формування команди, делегування і розподіл повноважень, обов'язків украй необхідні.

У виборчих кампаніях місцевого рівня для укомплектування їхнього штату найчастіше прибігають до послуг добровольців, що безкоштовно виконують ключову роботу. Єдина нагорода для них - задоволення від роботи на користь місцевого населення, чи кандидата, просто причетність до виконання доброї справи.

Якщо проведення виборчої кампанії організаційно буде переважно на волонтерах, важливо чітко установити, як саме така команда буде працювати, тобто спланувати її функціональну структуру, поставити перед штабом кампанії завдання, розподілити конкретну відповідальність і уточнити повноваження. Це допоможе уникнути дріб'язкового егоїзму, що (не секрет!) здатний зруйнувати організаційні зусилля цілого колективу. Тому думайте не про те, як назвати ту чи іншу посаду, а, найперше, про чіткий розподіл обов'язків між працівниками відповідно до завдань компанії. Це дозволить посилити відповідальність між працівниками і рівномірно розподілити навантаження між ними – ні занадто багато, ні занадто мало. Усвідомивши свою значимість, у працівників з'явиться додатковий стимул допомагати кандидату.

Існує безліч способів побудови кампанії. Нагадаємо ще раз, що структура створюваної організації залежить від особистості кандидата, політичної ситуації і затвердженого плану кампанії (безумовно, в увагу приймається й існуюча виборча система). Незважаючи на те, що кожна кампанія неповторна, проте для їхнього проведення, як правило, необхідні ключові працівники. Тому зупинимось трохи докладніше саме на цьому питанні, а потім розглянемо різні організаційні схеми, що допоможуть підібрати штатний персонал виборчої кампанії.

Керівник (менеджер) виборчої кампанії. На виборах у місцеві органи влади керівник кампанії, як правило, є єдиним членом команди кандидата, робота якого оплачується. Поряд з кандидатом менеджер несе відповідальність за успіх кампанії. Він повинен бути здатний очолити й об'єднати різних людей у спільну, ефективно діючу команду.

Щоб працювати плідно, менеджер повинен мати достатній обсяг повноважень. Кандидату потрібно бути настільки упевненим у людині, призначеній їм на дану посаду, щоб дозволити йому приймати відповідальні рішення. Якщо ж такої впевненості нема, краще найняти іншого менеджера.

Наведемо деякі основні моменти, що визначають роль керівника виборчої кампанії:

- під час виборчої кампанії менеджер повинен контролювати поточні справи;
- він повинен бути абсолютно впевнений у кандидаті і ніколи не висловлюватися і

не діяти проти нього;

- менеджер може мати такі повноваження як збирання коштів для виборчого фонду або не мати їх, однак він несе повну відповідальність за бюджет і розподіл коштів;
- він зобов'язаний постійно інформувати кандидата про роботу і хід виконання плану кампанії, але тільки загалом;
- менеджер повинен мати міцне здоров'я і здатність витримувати навантаження протягом тривалого часу;
- менеджеру потрібно бути наполегливим, не боятися іноді виглядати “поганим хлопцем”. Він повинен мати сміливість заради справи говорити “ні” персоналу, добровольцям і, що дуже важливо, самому кандидату;
- менеджер найчастіше перебуває в тіні, якби займаючи місце в останніх рядах залів, де кандидат привселюдно виступає. Йому варто більше піклуватися про керування кампанією, а не красуватися на людях разом з кандидатом; стежити за тим, щоб преса цитувала саме кандидата, а не керівника виборчої кампанії й інших відповідальних працівників штабу;
- менеджер повинен знати проблеми і можливості учасників кампанії. Йому необхідне вміння “наймати” і “виганяти”, не забуваючи, однак, що це дуже делікатна справа, особливо якщо штаб складається винятково з добровольців. Менеджер зобов'язаний знати хто і на що здатен.

Отже, можна підсумувати: якщо кандидат - це глава керівної ради, то менеджер виборчої кампанії головний виконавець її рішень. Менеджер - той, хто несе цілковиту відповідальність за виконання плану. Він повинен бути людиною, наділеною здоровим глуздом, що вміє делегувати повноваження іншим працівникам штабу кампанії.

Голова комітету підтримки. Це почесна посада, на яку призначається шановний і добре відомий населенню округу людина. Кандидат надає цю посаду тому, хто увійшов до нього в довіру. Ім'я голови може іноді з'являтися на основних документах виборчої кампанії, брошурах і оголошеннях.

Якщо кандидат попросив кого-небудь стати головою комітету підтримки, він зобов'язаний визначити роль, що у ході кампанії відведена цій людині. Адже голова комітету підтримки нерідко може уявити, що саме він зобов'язаний діяти як менеджер кампанії, тобто не усвідомлює значення своєї почесної посади. На жаль, іноді буває і так, що особа, що займає дану посаду, насправді керує виборчою кампанією, але, природно, робить це не професійно.

Комітет підтримки. У деяких випадках комітет підтримки формується для того, щоб ввести в його склад декількох “стовпів” місцевої громадськості і тим самим зміцнити довіру до виборчої кампанії і надати їй більше ваги. Ці люди дозволяють використовувати свої імена як прихильників кандидата, але вони, як правило, не є працюючими членами

штатної команди. До складу даного комітету входять також голова виконавчого комітету виборчої кампанії, заступник голови і секретар.

Керівний комітет ("кухонний кабінет"). Це робоча група в складі 5-7 чоловік, до яких кандидат і менеджер можуть звернутися за порадами під час виборчої кампанії. Це люди, з якими кандидат рахується і яким дозволено відверто, відкрито і критично висловлюватися про кампанію.

У залежності від змісту кампанії членами "кухонного кабінету" можуть бути ведучі працівники штабу, що постійно зустрічаються, щоб оцінити її вплив і обмінятися інформацією. До складу такого кабінету можуть також входити менеджер кампанії, керівник групи добровольців, скарбник, відповідальний працівник за зв'язки із громадськістю (прес-секретар) і консультант з юридичних питань (юрисконсульт).

Скарбник кампанії. Основний обов'язок скарбника кампанії - контроль за своєчасним і в найсуворішій відповідності з чинним законодавством надходженням коштів у виборчий фонд.

Скарбник веде бухгалтерські книги, оплачує рахунки, готує звіти про використання коштів і загальний стан фінансів. Він повинен співпрацювати з керівником кампанії і її комерційним директором.

Комерційний директор. Разом з кандидатом він є головним збирачем коштів, необхідних для ведення виборчої кампанії. Комерційний директор повинен бути добре відомий у бізнесових колах.

Юрисконсульт кампанії. Юрисконсульт завжди корисний під час організації ділових зустрічей, підписання контрактів, угод про оренду приміщень і збору передплатних аркушів.

Законодавством, як правило, передбачений цілий ряд обмежень у веденні кампанії, тому юрисконсульт тут незамінний. Він зобов'язаний стежити за тим, щоб ні кандидат, ні керівник кампанії, ні скарбник не опинилися під час діяльності за межами закону. Юрисконсульт також вкрай необхідний у день виборів. Якщо виникає потреба, він збирає команду юристів-добровольців для надання допомоги штабу кампанії.

Керівник групи добровольців. Ще однією ключовою особою серед членів команди є керівник групи добровольців, що вміє залучати їх і організувати їхню роботу з виконання завдань виборчої кампанії.

Керівник добровольців зобов'язаний вести постійний облік діяльності добровільних помічників, забезпечувати їх матеріалами, усім необхідним для виконання завдань кампанії.

Відповідальний за графік кампанії. Одна і тільки одна особа повинна скласти графік роботи кандидата. У деяких випадках відповідальність за це бере на себе керівник виборчої кампанії. Оскільки час кандидата цінується і його варто розумно розподіляти, координатор графіка його роботи повинен працювати постійно.

Відповідальний за графік повинен добре розбиратися в питаннях політики. Він зобов'язаний складати щотижневий розклад і збалансовано розподіляти час кандидата: на публічні виступи, інтерв'ю, поїздки, аналітичну роботу, засідання штабу виборчої кампанії, персональні справи і т.д. Він повинен також забезпечувати кандидата, менеджера й інших членів штабу складеним на тиждень графіком.

Складаючи графік роботи кандидата, відповідальний за це, повинен добре розуміти стратегію кампанії і її конкретні цілі. Він зобов'язаний постійно знати, де знаходиться кандидат, з ким він чи зустрічається, чи прагне зустрітися, уміти довести політичне значення тієї чи іншої зустрічі.

Відповідальний за зв'язки з громадськістю (прес-секретар). Це особа, що відповідає за комунікацію під час виборчої кампанії. У деяких випадках, особливо на рівні місцевих виборів, дані обов'язки бере на себе керівник кампанії. Однак з урахуванням особистості і положення кандидата, особливостей виборчого округу і плану кампанії на цю посаду може знадобитися доброволець, що буде працювати повний робочий день.

Головна завдання відповідального за зв'язки з громадськістю - зробити кандидата людиною, добре відомою виборцям через забезпечення спілкування з працівниками засобів масової інформації, диригування різноманітними заходами, що заслуговують уваги преси, планування появи кандидата перед представниками засобів масової інформації, координація оплачуваних рекламних матеріалів у пресі (для цього, щоправда, найчастіше буває потрібний спеціальний консультант). Відповідальний за зв'язки з громадськістю підкоряється керівнику кампанії і співпрацює з кандидатом, відповідальним за графік кампанії і керівником групи добровольців.

На початковому етапі виборчої кампанії відповідальний за зв'язки з громадськістю часто займається аналітичною роботою і керує нею. Тобто він збирає інформацію, вивчає матеріали, необхідні для складання плану виборчої кампанії. Протягом усієї кампанії відповідальний за зв'язки з громадськістю повинен продовжувати дослідницьку роботу, наприклад, накопичувати й узагальнювати зведення демографічного змісту, інформацію, що стосується поведінки електорату і дій опонентів і т.д.

Ідеальною кандидатурою на цю посаду може стати людина, що знає місцевих журналістів і має досвід роботи з людьми. Дуже важливо, щоб він добре розбирався в тонкощах політики.

Цій особі потрібно вміти говорити від імені кандидата про різні проблеми й інформувати пресу про графік його роботи. Саме на нього покладається завдання зробити так, щоб кандидат цитувався засобами масової інформації.

Керівник штабу. Це людина, що відповідає за роботу штаб-квартири і забезпечує її всім необхідним для нормального функціонування. Потреба в дієздатному штабі стає

вирішальною для проведення не тільки загальнонаціональних, але і місцевих виборчих кампаній.

Керівник штабу постійно піклується про його своєчасне відкриття і закриття, чистоту в кімнатах, устаткування, друкарські машинки, комп'ютери, телефон та ін. Він також зобов'язаний зустрічати і вітати відвідувачів, виконувати адміністративні і секретарські функції. Загальна мета його зусиль - зробити штаб зручним для роботи добровольців і громадян, що сюди приходять.

Керівник штабу підпорядковується керівнику кампанії. Іноді в залежності від організації роботи він може виконувати доручення і керівника групи добровольців, спостерігаючи за їх діяльністю.

Під час виборчої кампанії дуже важливо створити ділову атмосферу. Керівник штабу повинен подбати про відповіді на телефонні дзвінки, закупити канцелярські товари, забезпечити порядок у приміщеннях і т.д.

Дільничні координатори. Робота на конкретній ділянці забезпечується дільничним координатором, підзвітним керівнику добровольців. У великих районах може знадобитися керівник роботи на виборчих дільницях, що буде керувати дільничними координаторами і повідомляти про результати керівнику добровольців.

В округах, де мається кілька великих населених пунктів, раціонально призначати такого керівника в кожному з цих пунктів. Якщо ж округ невеликий, робити цього не варто, щоб уникнути зайвої плутанини.

Дільничні координатори у всіх деталях планують організацію кампанії "від дверей до дверей", скликають помічників, щоб провести оперативні зустрічі з виборцями, з'ясувати, хто з них буде голосувати вдома. Вони дуже ретельно керують роботою по поширенню агітаційних матеріалів і проведенню інших конкретних заходів.

Керівники спеціальних програм. Під час проведення виборчих кампаній виникає необхідність у здійсненні спеціальних програм, що сприяють росту їхньої загальної ефективності. Зміст цих програм у кожному окремому випадку конкретно і визначається планом кампанії.

Оскільки у період виборчих кампаній такі спеціальні програми мають велике значення, для їхнього виконання на ділянці призначається та чи інша особа.

Більшість керівників таких програм підкоряються на місцях відповідальним за організацію роботи добровольців. Але це не позбавляє їх від співпраці з ведучими керівниками виборчої кампанії, якщо виконання програми входить у коло питань, за які дані керівники несуть відповідальність. Керівнику спеціальних програм можна доручати виконання різних завдань: збір підписів під петиціями, відправлення спеціальної поштової кореспонденції, розклеювання передвиборної агітаційної літератури, збір інформації,

написання листів редакторам засобів масової інформації і т.д. Тут, власне, багато чого залежить від того, скільки помічників є в його розпорядженні.

Головне, що потрібно при цьому пам'ятати, - ключем до гарної організації роботи є залучення до неї безліч людей, причому кожний повинен виконувати невелику кількість завдань. Потрібно намагатися чітко розподілити обов'язки. При цьому варто зупинитися на такій координації роботи, що найбільш ефективна для даного виборчого округу і щонайкраще відповідає планам і наявним ресурсам людей, що допомагають кандидату.

Найкращий спосіб розподілу відповідальності працівників штабу виборчої кампанії - це складання організаційної схеми. Вона передбачає ключові посади, необхідні для реалізації загального плану кампанії. Організаційна схема, що визначає обов'язки і відповідальність керівного персоналу штабу, потрібна навіть при проведенні місцевих виборів. Виділяють три різновиди таких схем:

Базова організаційна схема. Вона найчастіше використовується для проведення невеликих за масштабами виборчих кампаній (місцевих виборів), де їхня організація орієнтується на кандидата. Єдиним оплачуваним працівником тут є керівник (менеджер), завдання якого - практичне, у всіх деталях реалізувати виборчу кампанію. У даному випадку на керівника виборчої кампанії додатково покладається відповідальність за встановлення зв'язків із громадськістю (виконання обов'язків прес-секретаря).

Крім того, кандидат розраховує на допомогу керівного органу ("кухонного комітету"), до складу якого входять: менеджер кампанії, голова комітету підтримки, скарбник, фінансовий директор, керівник групи добровольців і юрисконсульт.

Під час такої кампанії запрошується консультант, що безпосередньо працює з її керівником (менеджером) і кандидатом.

Відповідальний за графік кампанії одночасно виконує обов'язки керівника штабу. Як правило, у штат входить також відповідальний за виконання спеціальних програм.

Середня організаційна схема. Ця схема більш складна, оскільки отут кандидат розраховує на керівний комітет і менеджера при проведенні виборчої кампанії, на її виконавчий комітет у разі потреби одержати консультацію. Сам кандидат більш віддалений від безпосереднього керівництва щоденною роботою.

За цією схемою керівник (менеджер) безпосередньо співробітничав з керівним органом ("кухонним комітетом"), до складу якого входять він сам, відповідальний за графік, фінансовий директор, відповідальний за зв'язки з громадськістю (дослідницьку роботу) і керівник групи добровольців. До складу комітету входять менеджер, голова комітету підтримки, його заступник, скарбник, юрисконсульт і секретар.

Керівник (менеджер) кампанії керує роботою відповідальних за графік, роботою добровольців і за зв'язки з громадськістю (дослідницьку роботу). Відповідальний за

виконання графіка спостерігає за роботою керівника штабу. Фінансовий директор - підзвітний керівному комітету.

Консультант кампанії працює разом з кандидатом, що керує комітетом і фінансовим директором.

Розгорнута організаційна схема. Ця організаційна схема застосовується при проведенні великих за масштабами виборчих кампаній, керівництво якими здійснюється менеджером. Кандидат ще більше віддалений від безпосереднього керівництва поточними справами і цілком покладається на менеджера в керуванні виборчою кампанією. Крім менеджера, оплачується ще і праця керівника з питань засобів масової інформації, який також працює постійно.

Керівний комітет діє під головуванням менеджера кампанії. До складу цього комітету входять голова комітету підтримки, його заступник, фінансовий директор, скарбник, відповідальний за дотримання графіка кампанії, керівник групи добровольців і директор з питань засобів масової інформації. Скарбник, юрисконсульт, фінансовий директор виступають радниками менеджера кампанії. Консультант має справу з менеджером кампанії, може радити кандидату.

Підлеглий керівному комітету, менеджер має у своєму розпорядженні повний штат працівників у складі відповідального за графік, керівника групи добровольців, відповідального за співпрацю із ЗМІ, відповідального за роботу з коаліціями (групами виборців із особливими інтересами) і керівника штабу. Існує ще один рівень структури, що складається з добровольців, які підзвітні цим штатним працівникам.

Волонтери

Незважаючи на найвищий рівень розвитку техніки, у сучасній політиці усе-таки вони не можуть замінити добровольців. Без їхньої допомоги навряд чи яка-небудь виборча кампанія виявиться успішною. Адже існує безліч справ, завдань, які потрібно вирішувати власне людям, причому швидко.

Волонтери - це ентузіасти. Вони виконують ту роботу, на яку не вистачає ні часу, ні сил, ні коштів. Крім того, це доступний ресурс талантів, що має велике значення для виборчої кампанії. Тому вкрай важливо ефективно використовувати сили добровольців.

Існують три ключові умови ефективного використання сил добровольців. Перше - їх потрібно вміло залучати до корисної справи. Друге - необхідно постійно працювати з ними. Третє - варто зробити їх стійкими прихильниками кандидата.

Щоб втілити план кампанії в життя, потрібно опанувати спеціальною системою залучення добровольців. Ключ до цієї системи - вміння звернутися з проханням про допомогу. Не варто розраховувати, що хтось сам прийде і запропонує свої послуги. Це

справа кандидата, його обов'язок - звертатися за допомогою.

Підбір добровольців для виборчої кампанії можна знайти серед:

- особисто знайомих кандидату людей;
- членів партії. Потрібно звернутися до керівників місцевих партійних організацій,

зустрітися з лідерами партій і людьми, що займають виборні посади. Попросити в них списки партійної організації, а також учасників попередніх виборчих кампаній;

- списку виборців;
- людей, що активно працюють у громадських організаціях. Цілком можливо, що

вони особисто допоможуть йому і зведуть його з іншими потенційними добровольцями.

При підборі добровольців раціонально залучати людей, що належать до таких прошарків населення: підприємці, меценати, члени професійних спілок, суспільних формувань, споживачі, ремісники, представники утворення, науки і культури, екологи, фермери, державні, що служать, віруючі, представники спортивної громадськості, жіночих і студентських організацій, люди похилого віку, ветерани війни і праці й ін.

Кандидат не повинен запрошувати працювати добровольців так, начебто він нав'язує себе. Він має все організувати так, ніби просто додатково залучає людей до політичного процесу. Кандидат повинен довести їм, що вони одержали можливість сприяти розвитку демократії, безпосередньо працювати для цього і виявитися причетними до найважливішої для суспільства справи. Одночасно майбутньому працівнику виборчої кампанії варто продемонструвати, який внесок у неї він може внести. Кандидату не потрібно думати, що його положення і його ведуче місце в кампанії досить, щоб люди залишили свої справи і почали працювати на нього. Він повинен витримати конкуренцію з іншими кандидатами і дати зрозуміти майбутнім добровольцям, що вони дуже необхідні саме його виборчій кампанії і що він дуже високо цінує їхні зусилля.

При цьому дуже важливо бути конкретним. Людей легше залучити, якщо потрібно негайно приступити до якої-небудь конкретної роботи і завершити її в точно призначений термін. У такому випадку люди, як правило, добре розуміють, чого від них хочуть і коли саме. Дуже часто від людей, що бажають брати участь у виборчій кампанії, можна почути фразу: "Я сказав їм, що хотів би ... зміг, але вони так і не подзвонили. А коли вони нарешті подзвонили, я вже пообіцяв взяти участь в інших заходах, тому що думав, що вони про мене забули".

Не потрібно чекати останньої хвилини для того, щоб знайти добровольців. Кандидат повинен зв'язуватися з майбутніми добровольцями і відверто говорити їм, чого він від них очікує і коли саме, пропонувати різні варіанти. Як тільки доброволець пообіцяє взяти участь у роботі, потрібно послати йому чи листівку - лист з уточненням різних деталей і подякою. Телефонний дзвінок за день чи два до призначеної дати завершить залучення добровольців.

Керівник групи чи добровольців, хто-небудь з команди кандидата, повинен мати дані про кожного добровольця.

Найчастіше добровольці, що беруть участь у кампаніях, залишають свої зручні і затишні квартири для того, щоб ходити в незнайомі місця, працювати з людьми, яких вони ніколи раніше не знали. Тому завдання кандидата - дати їм відчуття, що їх чекають, їм раді, що вони потрібні і їхня робота дуже високо цінуються.

Один з методів відбору добровольців - залучати їх, коли вони заходять у штаб-квартиру кандидата чи приходять на зустрічі з ним.

Робота добровольців повинна фіксуватися в картці, заведеної на кожного з них. Крім його імені, прізвища, адреси, номера телефону, повинні бути зазначені доручення, що він виконує, програма, у якій він бере участь, і оцінка його роботи.

При роботі з добровольцями слід притримуватися наступних правил:

- їм дають зрозуміти, що їхня робота має велике значення для кампанії;
- добровольців детально інструктують;
- їм дають такі доручення, що дозволяють їм побачити кінцевий результат своєї роботи;
- їм створюють такі робочі умови, що не змушують їх залишити команду;
- у роботі з добровольцями потрібно бути терплячим;
- кандидат повинен особисто висловлювати подяку добровольцю, якщо той домогся успіху, особливо коли здійснена велика програма;
 - дякувати, дякувати, дякувати!

Іноді про добровольців забувають відразу ж, як тільки програма кампанії завершена чи закінчені вибори. На жаль, через це можна поплатитися наступного разу, коли знадобиться їхня допомога. Зовсім незначні зусилля необхідні для того, щоб зберегти активний резерв добровольців, коло талановитих людей, що сприяли і підтримували їхню готовність працювати з кандидатом.

Чотири найпоширеніші помилки в роботі з добровольцями

1. Як би кандидат не був зайнятий, він не повинен забувати сказати добровольцю «дякую». Порушуючи це правило, він близький до того, щоб втратити друзів і добровільних помічників.

2. Кандидат не повинен приписувати собі зроблене добровольцями. Якщо вони виконали роботу, то заслужили подяку.

3. Кандидат, керівник кампанії повинні тримати себе в руках. Якщо доброволець не виконав їхнього доручення точно, вони повинні стриматися. Добровольці не зобов'язані робити щось для кампанії, і вони будуть уникати доручень, якщо в них немає настрою добре

працювати. Якщо вони щось переплутали, це, як правило, тому, що їм не дали чітких інструкцій, належним чином не простежили за їх роботою.

Ні в якому разі не можна повертати добровольців напівшляху чи відправляти їх по будинках, якщо для них не знайшлося роботи. Під час виборчої кампанії завжди залишається яка-небудь невиконана справа. Якщо навіть це не так, необхідно що-небудь придумати. Якщо добровольця відправили тому, що для нього не знайшлося роботи, він більше ніколи не прийде знову.

Фінансування виборчої кампанії

Робота зі збирання коштів повинна стати частиною діяльності кожного штабу кандидата. Не повинна бути втрачена жодна можливість попросити когось про фінансову підтримку.

Однак, перш ніж попросити людину про грошовий внесок, ви повинні чітко уявляти собі причини, з яких він його повинен зробити. Вам потрібно розробити стратегію збирання коштів, яка диктується вашим планом політичної кампанії і бюджетом. Ви повинні уявляти, скільки грошей вам необхідно зібрати і коли ви повинні їх витратити ще до того, як ви почнете складати ваш фінансовий план. Іншими словами, цілі і терміни кампанії із збирання коштів повинні визначатися планом політичної кампанії.

Щодо ухвалення рішення про вибір тактики збирання коштів ви повинні правильно зорієнтувати себе і свою організацію на необхідність цього процесу. Тут усі засоби хороші, і, якнайшвидше ви почнете, тим швидше ви зберете політичний врожай ваших зусиль.

У політиці є люди, які вважають, що збирання грошей - це зовсім стороння проблема, яка їх ніяк не стосується. Насправді ж усе зовсім навпаки. Якщо ваш план збирання фінансових коштів не спрацює, не може бути і мови про успіх вашої політичної кампанії.

Якщо у вас є план того, яким чином ви збираєтеся витратити гроші (а це визначається планом вашої виборчої кампанії) і у вас є хороший товар, який ви можете продати (кандидат чи партійна платформа), вважайте, у вас є всі інструменти для того, щоб отримати кошти для забезпечення успіху всієї операції, є частиною тих витрат, які певна людина може собі дозволити, навряд чи хтось пожертвує кошти призначені на лікування або харчування своєї родини. Тому ви вступаєте в змагання лише за ті суми, що люди готові витратити без великого для себе збитку. І якщо ви спочатку спробуєте зрозуміти причини, з яких вони приймають рішення зробити свій внесок, імовірність того, що ви будете більш переконливі, агітуючи у свою користь, істотно зростає.

Основою успіху всіх заходів щодо збирання фінансових коштів є особистий підхід. Це може бути кампанія із залученням великих пожертвувачів чи окремий лист із проханням надати фінансову підтримку, потенційний пожертвувач повинен почувати свою значимість і

бути впевненим у тому, що саме його чи її внесок украй необхідний вашій організації.

От деякі з основних причин, з яких люди надають фінансову підтримку політичним організаціям:

Особисте знайомство. Вони особисто знайомі з місцевими партійними лідерами, місцевими кандидатами чи представниками адміністрації, членами фінансового комітету.

Почуття подяки. Вони хочуть продемонструвати, наскільки високо вони цінують зусилля чи політику певної партії, кандидата.

Звичка. Вони регулярно надають фінансову підтримку політичним заходам чи організаціям.

Можливість самовираження. Вони хочуть одержати можливість висловити свою думку і бути почутими.

Політичні вподобання. Вони хочуть впровадження в життя визначеної політики, що їх безпосередньо стосується.

Філософські погляди. Вони погоджуються з філософією вашого кандидата.

Ставлення до інших партій. Вони не погоджуються з тим, що роблять (чи можуть зробити, перемигши у виборах) інші партії.

Фінансовий план містить у собі ті заходи, які необхідно здійснити для того, щоб зібрати гроші на покриття фінансових витрат вашої організації. Для того, щоб розробити фінансовий план, ви повинні володіти двома основними документами: планом виборчої кампанії і її бюджетом. Процес розробки плану складається з трьох етапів:

1. Визначите чого, як і коли ви хочете досягти у вашій виборчій кампанії. План вашої політичної кампанії повинен містити всі заходи, необхідні для досягнення успіху.

2. Складіть бюджет, що відображає усі ваші витрати і містить тимчасові рамки надходження грошей, що забезпечують виконання ваших політичних цілей. Бюджет покаже вам, у що вам обійдеться виконання плану.

3. Розробіть фінансовий план, що визначає методи, які ви будете використовувати для збирання коштів, необхідних для покриття вашого бюджету. Фінансовий план покаже вам, яким чином ви зможете зібрати гроші в необхідний термін.

Якщо не вдається скласти фінансовий план, що дозволяє зібрати необхідні кошти, можливо доведеться переглянути план усієї політичної кампанії. Фінансовий план повинен бути агресивним і водночас реалістичним.

Хороший фінансовий план - це детальний і добре продуманий документ, складений з урахуванням конкретної кампанії. Він повинен бути ідеальною комбінацією програм збирання коштів, що, при їхньому виконанні, забезпечать надходження необхідних коштів в обумовлений час.

Невід'ємними компонентами будь-якого хорошого фінансового плану є:

Сторінка резюме. Почніть ваш план з резюме на одній сторінці, у якому окремо розписані всі програми збирання фінансових коштів. Укажіть загальну суму коштів, що передбачається зібрати, суму накладних витрат для збирання зазначеної вище суми коштів, а також загальну вартість усієї програми.

Розповідна частина. Тут повинна бути розписана сутність програми. Необхідно показати, яким чином сполучаються фінансовий і політичний плани кампанії. Опишіть загальну фінансову стратегію і те, яким чином вона покликана забезпечити виконання плану виборчої кампанії. Необхідно включити детальний опис кожної програми (склад фінансового комітету, робота з великими донорами, програма поштового розсилання, громадські заходи і т.п.).

Інформація з кожної програми повинна включати: дату, організацію, тему, обсяги розсилання, плановані загальні і чисті надходження, необхідну кількість людей і приблизну суму передбачуваних витрат.

План-графік. Накресліть план-графік на кожен місяць, що включає дати нарад фінансового комітету, розсилання особистих звертань, громадських заходів. Ця частина плану дозволить виділити найкритичніші періоди і дасть хорошу можливість слідкувати за ходом реалізації всієї програми.

Функціональні обов'язки. Напишіть короткі функціональні обов'язки для кожного члена вашої команди із збирання фінансових коштів - голови і членів фінансового комітету.

Зразки матеріалів. Хоча ви, можливо, і не зможете забезпечити свою команду достатньою кількістю матеріалів для збирання коштів, вам все ж потрібно мати картотеку можливих пожертвувачів, списки юридичних актів і конверти з задалегідь видрукованою зворотною адресою вашої організації, навіть якщо у вас не буде зразків запрошень і поштових відправлень.

Стратегія збирання коштів повинна включати якнайбільше тактичних рішень. Успіх фінансової програми визначається тією кількістю людей, до яких ви так чи інакше зможете звернутися за фінансовою підтримкою. Чим більше людей ви опитаєте, тим більше грошей ви зможете одержати.

Хороші люди збирають хороші гроші. Однак, це просте посилення надзвичайно складно важко реалізувати. Відбір потрібних людей для роботи у фінансовому комітеті вимагає багато часу і зусиль, однак, ці зусилля принесуть вашій кампанії свої плоди: ви зможете охопити більше людей, готових надати вам фінансову підтримку. Кращих успіхів у збиранні коштів досягають ті люди, які мають велику мережу контактів із представниками різних сфер життя.

Сильний фінансовий комітет починається з хорошого голови. Він (чи вона) повинні бути натурою агресивною і динамічною, яка не відчуває незручності при звертанні до людей

із проханнями про грошову підтримку. Голова повинен бути організованим:

- користуватися популярністю, в районі користуватися повагою, бути відданим партії чи кандидату;
- мати достатньо вільного часу, щоб виконувати свою роботу відповідний досвід роботи зі збирання коштів в інтересах політичних кампаній;
- мати бажання бути в числі перших ваших благодійників.

Головним обов'язком фінансового комітету є збирання основної частини фондів виборчої кампанії. Це досягається шляхом звертання безпосередньо до громадян, клубів спонсорів, а також з допомогою організації громадських заходів. Кожен член фінансового комітету повинен бути готовим зробити особисту фінансову підтримку кампанії, а також домогтися того ж від своїх рідних і близьких.

Найбільш ефективний спосіб збирання фінансових коштів - *особисте спілкування*. При правильному підході це дозволяє зібрати значні суми грошей у найкоротший термін.

Як впливає із власне поняття, особисте спілкування припускає пряме звертання до потенційного благодійника з проханням про фінансову підтримку. Ось кілька правил, яких необхідно дотримуватись, просячи у людей гроші:

1. Поясніть особі, до якої звертаєтесь, що його пожертвування - це внесок у краще майбутнє, що відповідає його ідеалам.
2. Будьте оптимістичні і щирі. Намагайтеся захопити потенційного донора перспективою перемоги вашої партії.
3. Будьте переконливі. Намагайтеся показати, що програми, які ви збираєтесь профінансувати, дійсно сприяють перемозі.
4. Чуйно реагуйте на співрозмовника. Потисніть руки відразу, як тільки особа погодилася внести своє пожертвування.
5. Спробуйте поставити себе на місце потенційного донора.
6. Прохання про пожертвування повинне йти від рівного до рівного. Наприклад до керівника великої кампанії варто відправляти рівного йому за рангом керівника.
7. Обов'язково поясніть, на що конкретно будуть витрачені пожертвуванні кошти.
8. Підкресліть громадський характер проекту й участь у ньому парторганізації, кандидата.
9. Не намагайтеся розжалобити потенційного донора. Не слід починати розмову словами: "Розумію, що не слід просити таку велику суму, але".
10. Не поспішайте йти, не одержавши чека або хоча б твердої обіцянки перерахувати гроші.
11. Запитайте прізвища інших людей, які, на думку вашого донора, могли б також внести пожертвування.

Громадські заходи теж можуть сприяти збиранню значних сум грошей. Тому що завданням такого заходу є збирання грошей на вашу користь, ви повинні завжди пам'ятати про це при визначенні пріоритетів. Варіантів подібних заходів може бути безліч - усе залежить тільки від вашої уяви.

Для того, щоб установити ціну на квитки, спочатку визначите для себе, які кошти ви хочете одержати в результаті проведеного заходу. Це можна вирішити, дивлячись на ваш загальний фінансовий план і бюджет.

Агітація поштою дозволяє мати доступ до широкого кола потенційних благодійників. При правильному проведенні вона може принести значну частку бюджету.

В агітаційній роботі зі збирання коштів за допомогою телефонних звертань використовується банк телефонних номерів потенційних благодійників. Агітація по телефону має багато переваг. Найбільш адекватно благодійники реагують на особисте звертання. Телефонна розмова є динамічною формою особистого спілкування з вашими благодійником. Ви одержуєте негайну реакцію, і наприкінці розмови вже знаєте, матимете ви фінансову підтримку від даної людини чи ні.

Дзвінки уже відомим вам прихильникам - надійний шлях одержання грошей. Телефонна агітація також може бути ефективною при зондуванні потенційних благодійників. Використовуючи банк телефонних номерів для перевірки списку потенційних благодійників, ви негайно одержуєте уявлення про те, які результати може дати ваш список. Природно, список повинен містити номери телефонів.

Так само, як і агітація поштою, телефонна агітація недешева і вимагає багато часу. Для набору ефективного банку телефонних номерів потрібні час і гроші. Збирання коштів за допомогою агітації по телефону є довгостроковим вкладенням.

Найчастіше використовують телефонну агітацію разом з іншими методиками збирання коштів. Вона використовується як додатковий інструмент для персональних звертань за фінансовою підтримкою, проведенням громадських заходів і агітацією поштою. Не очікуйте, що ви зберете основну частину вашого фонду за допомогою телефону. Він швидше буде доповненням до інших програм.

Підсумовуючи усе вищесказане, варто підкреслити, що збирання фінансових коштів у вашу підтримку буде займати значну і неминучу частину роботи організації.

Кампанія збирання коштів на місцях - це програма, у межах якої ваша кампанія може до виборів познайомитися фактично з кожною родиною, яка підтримує вашу партію, кандидата в країні. Фінансова допомога збирається добровільними помічниками під час відвідувань кожної квартири. Якщо виборець пожертвує навіть маленьку суму, це збільшить імовірність того, що слідом за грошима він віддасть і свій голос за вашу партію і висунутих нею кандидатів.

Особливості ведення виборчої кампанії в Україні

У виборчих технологіях, які широко застосовуються у виборчих кампаніях в Україні, вагому частку займають так звані „брудні” технології, оскільки ефективно маніпулюють свідомістю електорату. Більш того, у ЗМІ періодично висловлюється занепокоєння, що передвиборча боротьба фактично переміщується на поле „чорного PR”. Щоб довести або спростувати актуальність цих звинувачень та зрозуміти причину такого неймовірного захоплення „брудними” технологіями, важливо чітко визначити, що відносити до так званого „чорного” PR.

Слід заздалегідь зазначити, що термін „чорний PR” використовується як синонім „брудних” виборчих технологій і іноді не має жодного відношення до PR, що буде видно з подальшого його аналізу.

Доцільно почати з визначення „чорного PR”. Перш за все, слід зазначити, що назва „чорний PR” була вперше запропонована популярним сучасним письменником В.Пелєвіним у скандальному романі „Generation ?” та з легкої руки ЗМІ і PR-щиків перетворилася на сталий фразеологізм.

Знайти визначення „чорному PR” можна декількома методами. Найпростіше, здавалося, було б вивести його з різниці „білих” та „чорних” технологій. Однак, так званий „білий PR” пропонує дуже широкий спектр технологій, по-друге, іноді чисті PR-технології можуть виявлятися „брудними” в залежності від специфіки їх застосування у кожному конкретному випадку. Тому, варто діяти від супротивного і методом аналізу публікацій на цю тематику визначити більшість можливих застосувань „чорних” PR-технологій, щоб у подальшому їх можна було відрізнити від власне політичного PR і знайти методи ефективної боротьби з ними.

Деякі автори наприклад, стверджують, що до „чорного PRу” слід відносити лише не оформлені офіційно і профінансовані „чорним налом” роботи. На жаль, така точка зору навряд чи характерна навіть для демократичних країн. Проблема в тому, що витрати на PR і рекламу взагалі дуже великі, а беручи до уваги наше оподаткування, навіть „найбіліші” заходи стають непосильно дорогими. Хоча, з інформації на сайті nonofficial-elections.com, на інформаційних сайтах CNN, BBC, Daily Telegraph відомо, що навіть у США реальні витрати набагато перекривають офіційні фонди кандидатів.

Інші вважають, що „чорний PR” - технології створення негативного іміджу. Схожу думку виказав навіть відомий російський політолог А.Сахаров. Хоча навіть у США 2/3 політичної реклами мають негативний характер. Технологізація політики, звичайно, стимулює появу певного виду негативної інформації про політичні процеси і політичні персонажі. Уже хоча б тому, що з точки зору сприйняття негативна інформація завжди сприймається краще за позитивну. Однак, це ні в якому разі не може служити політичним, а

тим більше моральним виправданням чорних технологій у політиці. У зв'язку з цим, необхідно вказати різницю між негативною інформацією й поливанням брудом суперника, тобто між легітимним і нелегітимним критицизмом і, відповідно, негативним і чорним PR-ом. Негативна інформація про політичних акторів не повинна виходити за межі моральних норм.

Особливо оригінальним виявився „при кремлівський” політтехнолог Г.Павловський, який у політтехнологічних колах вважається чорним PR-спеціалістом. Він вважає за потрібне розрізняти дві речі: військові хитрощі і „брудні” технології, які недопустимі в політичній боротьбі, тому що руйнують саму боротьбу. Оскільки зрозуміти, що малося на увазі, досить складно, він наводить у якості прикладу про „брудні” технології звинувачення уряду про причетність до вибухів у Москві, що було використано для початку російсько-чеченської війни.

Особливу увагу слід приділити думці голови етичної журналістської комісії редактора тижневика "Дзеркало тижня" В. Мостового, який вважає, що: „Мета „чорного PR” – маніпуляція свідомістю. Я не скажу, що це великий плюс, коли кандидата, його фірму чи його добродійність розписують позитивно. Є, звичайно, свої нюанси, бо це не завжди відповідає дійсності, але топити політичного конкурента руками преси – це й означає маніпулювання, задурювання, зомбування виборця. Якщо весь час якогось політика бити в одну точку, не даючи шансу на виправдання, - спробуй-но доведи потім, що ти не верблюд. Оце і є „чорний PR”. На жаль, в Україні видача „дозволеної” інформації, показ неповної картини подій тощо є принципами роботи більшості мас-медіа. У нас і газети такі: або безапеляційно підтримують владу, або перебувають в опозиції. Золотої ж середини майже немає.

Дніпропетровські спеціалісти з Центру ринкових та соціальних технологій "PRovider" дотримуються думки, що класифікація повинна здійснюватись на основі дотримання при застосуванні виборчих технологій норми діючого законодавства і громадської моралі. Звичайно, така класифікація не буде мати загального застосування, оскільки законодавство кожної країни, безперечно, пропонує свої рамки передвиборчої боротьби. Що стосується різниці у законодавствах країн, підкреслюється той відомий факт, що в США агітація у день проведення виборів не заборонена, в той час, як в Україні це є серйозним порушенням законодавства, яке може привести до визнання результатів виборів недійсними.

У рамках запропонованого підходу „чорними” вважаються ті технології, застосування яких передбачає пряме порушення діючого законодавства. Сюди можуть відноситися, як технології зрозуміло кримінальні (замах на суперників, підкуп членів

виборчої комісії тощо), так і порівняно безвинні, однак заборонені законом дії („подарунки” виборцям, агітації зі сторони офіційних осіб тощо).

Відсутність однозначної й обґрунтованої оцінки зі сторони спеціалістів заважає як їм самим, так і їх підопічним. Так, часто називають „брудним” застосування адміністративного ресурсу. Однак далеко не всі з таких технологій дійсно можна вважати недопустимими. Наприклад, досить природним є більш активне освітлення в ЗМІ діяльності кандидатів, які одночасно представляють органи урядової влади і, відповідно, мають більше можливостей створення інформаційних приводів. Причому це характерно не лише для нових демократичних держав, але й для західноєвропейських демократій. Наприклад, у Німеччині існує поняття „бонусу канцлера”, що означає високі шанси перемоги діючого канцлера на виборах.

Що стосується підсумку запропонованих означень чорного PR, на нашу думку, найдоцільніше буде, погоджуючись зі спеціалістами "Provider", визначати і класифікувати його відповідно до двох критеріїв: відповідності нормам чинного законодавства й нормам суспільної моралі. Однак, тут теж виникають деякі складнощі, по-перше, якщо чорними технологіями вважати незаконні методи досягнення результатів, тоді вони ніяк не можуть бути названими виборчими технологіями і боротися з ними повинні не стільки консультанти й політологи, а ті, кого прийнято називати „компетентними органами”. По-друге, якщо відносити до брудних технологій ті, що суперечать нормам суспільної моралі, доведеться стикнутися із значною часткою суб’єктивізму і оперувати такими категоріями як „добре”, „погано”, „правильно”, „неправильно”.

Тим не менш, за відсутності більш-менш належного рівня теоретичної бази, вважаємо запропонований підхід найдоцільнішим. „Білими” технологіями називаються ті, які входять до неофіційного „реєстру дозволених” і не суперечать закону. Переважно, це найпростіші та природні технології: розклеювання інформаційних листівок, зустрічі з виборцями тощо.

Загалом, виділяють 6 основних „журналістських” прийомів „чорного” PR:

1. *„Читання думок”* — коли до вискакувань відомої людини журналістом приписуються думки або робляться висновки, про які він сам, можливо навіть і не думав.

2. *Анонімність* - коли журналіст у своїй роботі використовує анонімні джерела. Наприклад, повідомляє певну компрометуючу інформацію, посилаючись на людину, близьку до оточення, яка побажала залишитися невідомою.

3. *Вилучення*. У цьому прийомі просто відбувається нехтування деякими фактами, факт проходить через так званий інформаційний фільтр. Наприклад, всі негативні деталі розглядається зі всіх сторін, випитуються у спеціалістів, а позитивні навіть не згадуються. Саме так діяв Сергій Доренко у своїй авторській програмі. Він за тиждень робив вибірку усіх

матеріалів про Лужкова та ОВР і, творчо обробивши, пускав в ефір. Його програма характеризувалася досить оригінальними PR-ходами. Наприклад, коли він став називати ОВР - Отечество МИНУС Вся Россия. У цього пункту є декілька підрозділів:

а) *ухилення* - журналіст дає слово двом наче протилежним сторонам, але думка з ключового питання у них виявляється однаковою;

б) *перспектива* - журналіст проводить дискусію, але постійно розставляє необхідні йому акценти,

в) *евфемізм* - використання таких синонімів та фразеологізмів, які відображають сутність речей, але компрометують одну зі сторін конфлікту.

г) *останнє слово* - після дискусії або дебатів, журналіст бере слово і підсумовує конфліктну ситуацію, завершує її своєю думкою або цитатою певної сторони.

4. Як це не дивно, оспівування теж є чорною PR-технологією. У цьому випадку відбувається ідеалізація певної групи, персонажа або процесу. Головне при використанні цього методу - не перехвалити. Менталітет українця такий, що той, кого постійно хвалять починає здаватися йому негативним героєм. Можна використовувати декілька підметодів. Наприклад, подавлення негативів, найменування та оспівування негативів, ігнорування негативів, атака на аморальних опонентів.

5. „Показовий” *нейтралітет*. Використання штучних компліментів, критики, прототипу, напівдебатів (присутня лише одна сторона), подвійна бесіда (журналіст у бесіді сам собі суперечить - інформаційний флюс).

6. Остання чорна технологія, яку відзначають PR-практики, називається „*Структура, яку редагують*”. Вона поділяється на два підтипи це:

а) *отруєний сендвіч* - між позитивними інформаціями дається негативна;

б) *солодкий сендвіч* - між негативними інформаціями дається, відповідно, позитивна;

Іншою особливістю в Україні стали *політичні провокації*. За об'єктом інформаційної атаки їх класифікуються наступним чином:

- дискредитація політичних діячів;
- дискредитація суспільно-політичних організацій;
- дискредитація промислових і фінансових компаній, холдингів;
- дискредитація державних установ або структур;
- дискредитація держави в цілому.

За напрямком інформаційної агресії, провокація може бути:

- безпосередньо проти політичного суб'єкта (пряма дискредитація);
- проти деяких подій, фактів, ознак, які прийнято ототожнювати з політичним суб'єктом, який атакується (непряма дискредитація).

До першої групи можна віднести такі дії як:

1. Компрометуючі відомості, або просто так званій „компромат” - організація „витік” і „розкручування” певних відомостей, які дискредитують певного політичного суб'єкта, придуманих або тих, що мали місце насправді, без вказування конкретного джерела отримання цих відомостей.

2. Так звані „організаційні” технології, коли певного політичного суб'єкта дискредитують „постановлюючими” методами - наприклад, зрив зустрічі з виборцями або цілеспрямоване стравлювання „протестного електорату” із певним політичним суб'єктом.

3. Дискредитація певного політичного суб'єкта „від його імені”. В цьому випадку джерелом певної інформації є ніби сам кандидат (у цьому відмінність від компромату).

До другої групи можна віднести інші дії:

1. Дискредитація групи осіб, які знаходяться в оточенні певного політичного суб'єкта.

2. Дискредитація образу політичного суб'єкта (ракурс зйомки, символи, слогани). Наприклад використання у заставці авторської програми С.Доренка салогана: „Отечество - Вся Розсип” чи „Справи вище за слова” у компрометуючій манері. Те саме можна віднести до обігрування назв деяких блоків („За ЄдУ” - едоки, Трубова Україна - Тундра та ін), з американських прикладів - використання республіканцем Бушем у передвиборній телевізійній рекламі слова демократи наступним чином - democRATS (демоКРИСИ). Хоча цей приклад можна віднести і до чистого порушення законодавства, оскільки у даній провокації використовувався метод 25-го кадру і справа вирішувалася у суді.

3. Як варіант можна розглядати агітацію (яка мала місце або придуману) за певного політичного суб'єкта людиною, яка не користується довірою у виборців. Наприклад, підтримка наче б то зі сторони А.Чубайса або С.Радуєва під час парламентських виборів у Росії.

4. Опублікування подробиць особистого життя, здоров'я, особистого стану політичного суб'єкта, що подається у вигляді набору фактів, вільних від оцінок та емоцій (тобто перерахування деяких фактів, розуміння яких викликає у виборців негативне ставлення). Достатньо згадати лише один приклад - передачу С.Доренка, у якій демонструвався тазобедрений суглоб Євгена Примакова „у розрізі”. Операція Є.Примакова - реальний факт, і сам по собі він може не лише відлякнати виборців, але й, навпаки, викликати їх співчуття та симпатію до кандидата (особливо, якщо враховувати гендерні та вікові особливості електорату Примакова). Але форма подачі цього реального факту, яка була обрана телеведучим, не могла викликати у виборців ніяких емоцій, окрім страху та огиди.

I, нарешті, існують більш конкретні чисто політичні чорні PR-засоби. Усі вони поділяються на три підрозділи: побутові, адміністративні і власне PR-технології.

1. Побутові засоби понизити імідж конкурентів:

- нічні дзвінки від опонента. Люди не люблять, коли їм дзвонять додому у пізній час. Можна посадити декілька чоловік на телефон, щоб вони ночами обдзвонювали виборчу дільницю та агітували за опонента. Цей прийом широко застосовується в Росії на всіх рівнях виборів, у нас же активно користуватися ним стали лише на минулих;

- вручення продуктових наборів низької якості. Влаштування благодійних їдалень із дуже низькою якістю та брудним обслуговуванням від імені опонента. Тема дуже легко підхоплюється й розкручується ЗМІ. У спростування звичайно, не вірять;

- звернення представників сексуальних меншин за підтримкою до політичних суперників. Не дивлячись на показну терпимість багатьох до сексуальних меншин, така підтримка буде негативним фактором;

- в Росії дуже великою популярністю користується розклеювання листівок опонента клеєм "Момент" або "Суперклеєм" на вітрове скло автомобілів або оббивку дверей квартири;

- інформація про плідні відносини опонента зі спецслужбами своєї або зарубіжних країн;

- одруження, навчання дітей за кордоном на кошти, які були виділені постраждалим будь-яких катастроф;

- відправка учням протизаплідних засобів від імені кандидата - прихильника збереження сімейних цінностей. Цей прийом було використано на президентських виборах 1999 року, коли презервативи розсилалися від імені лідера Комуністичної партії України П.Симоненка.

Адміністративні засоби фальсифікації результатів виборів не раз і не одним кандидатом, політичною силою називалися визначальним чинником у виборчих перегонах. Щоправда, судовими рішеннями з цього питання хвалитися не доводиться.

До адміністративних „технологій” відносять встановлення: числа турів, кордонів округів, норм представництва виборців, структури відповідного органу влади, вимоги до заповнення листів із підписами (до поки їх не відмінило чинне законодавство), дати виборів, порядок утвердження результатів виборів тощо. Що стосується України, то останнім часом слово „адмінресурс” за частотою використання на шпальтах газет стоїть на другому місці після слова „вибори”. Ситуацію з адмінресурсом в Україні було достатньо професійно висвітлено Д.Видріним. Він поділяє його на:

а) *прямий адмінресурс* - звичайні вульгарні командно-наказові методи, коли підпорядкованим чиновникам на місцях указується, як і за кого голосувати, кого підтримувати, а кого гальмувати - займає біля 10% потужності адмінресурсу;

б) *прихований адмінресурс* - теж вульгарні маніпуляції вже з результатами голосування (бюлетенями, підрахунками) - потенціал близько 5 %;

в) непрямий адмінресурс - бюджетне фінансування виборчих проектів, які підтримує влада; сюди ж відносять вплив влади на ЗМІ - складає більше 80% потужності загального адмінресурсу.

До власне адміністративних засобів чорного PR відносять:

- надання виборцям на дільницях ручок, які містять парасимпатичні чорнила;
- статистика вказує, що приходять, але не голосують 15-20 чоловік; це не заважає заявити, що взяли бюлетені, але не опустили їх 50-100 чоловік, що перевірити практично неможливо. Нездані бюлетені можуть бути використані на шкоду певному кандидату;

- люди, які брали участь у передвиборчих комісіях, стверджують, що фальсифікація відбувається на вищому рівні, так як спостерігачі, преса, представники об'єднань та інші види контролю там відсутні. А за допомогою печатки та пустого, але завіреного бланка протоколу можна владнати такий статистичний дисбаланс, який виявився в територіальній комісії;

- псування дійсних бюлетенів під час підрахування голосів, наприклад, проставленням у ньому додаткової відмітки напроти будь-яких кандидата чи політичної сили.

До PR –івських(або професійних) брудних політичних технологій відносять:

- Взаємне залякування за допомогою рейтингів, що контролюються. Що стосується прикладів із минулих виборів, відомо, що майже на кожен потужну партію працює своя соціологічна служба, яка методами певної технологічної маніпуляції (наприклад, спеціалізація вибірки) отримує потрібні замовнику результати.

- Кандидати-клони - ймовірно, найпопулярніша з чорних PR-технологій останньої виборчої боротьби. „Двійник” виставляється штабом одного із кандидатів, і всі свої дії співвідносить із ним. Найвідоміші випадки:

а) рух Бойка попадає під цю категорію, оскільки „клонувати” можна не лише конкретного політика, а й уже розкручений бренд якоїсь партії;

б) блок „За Ющенка” О.Ржавського ніякою мірою не суперечить чинному законодавству, оскільки після відмови Віктора Ющенка очолити його першу п'ятірку очолив один із керівників районної організації „Єдиної родини” Вінниччини Володимир Ющенко;

в) лідер політичної організації „Всеукраїнська партія трудящих” носить ім'я та прізвище лідера соціалістів Олександра Мороза;

д) сина покійного лідера Руху В'ячеслава Чорновола Тараса дублює його аполітичний брат.

- Провокування попереднього піку популярності опонента. По принципу „спортивної форми” - передстартова лихоманка призводить до перегорання ще до старту. В опонента не залишиться до кінця гонки ані аргументів, ані грошей, ані сил. Частково цей прийом був застосований до В.Ющенка, Ю. Тимошенко та О. Мороза. Застосування його приписують російському PR-агентству ФЕП.

- Посилення опонента № 2 для послаблення опонента №1.

- Перебір позитивної інформації - доведення позитиву до абсурду або „перебір за рейтингом”. Наприклад, дійсно благородне діло певного кандидата (ремонт дороги, школи) за допомогою десятки тисяч листівок нагадують населенню, хто це спонсорував. Дуже ефективний прийом у злидених районах.

- За аналогію з попереднім, але спрямований на протилежну сторону, прийом, спрямований на нейтралізацію існуючого компромату на кандидата. Політтехнологи влаштовують свій власний потік компромату, який легко спростовується. У ньому „топляться” небезпечні факти, які мали місце насправді.

- Розповсюдження компромату, який не відповідає дійсності, здійснюється, як правило, за допомогою „партизанської атаки”, тобто анонімно, від імені самого конкурента або через підставну особу. В останньому випадку може використовуватися інший кандидат (у тому числі висунутий спеціально для цієї мети) або ж реально існуюча організація. Найбільше можливостей для дій такого роду надає останній день перед виборами. Цей час найчастіше використовується для розповсюдження відверто „чорних матеріалів”, що позбавляє конкурента можливості виправдатися перед виборцями. Під час кампанії розповсюдження компрометуючих матеріалів здійснюється засобами пліток, листівок. Подібні дії переслідуються законом як наклеп, однак цей процес займає більше часу аніж триває кампанія.

- Особливе місце займають брудні технології, спрямовані на підвищення особистої популярності, які застосовуються з метою викликати співчуття до кандидата і негативне ставлення до його конкурентів, які „брудно грають”. До їх числа належать:

а) імітація замахів (так звані „самостріли”);

б) розповсюдження неправдивих повідомлень про погрози кандидату;

в) розповсюдження неправдивих повідомлень про встановлення прослуховуючих пристроїв в офісі, квартирі кандидата;

г) розповсюдження неправдивих повідомлень про підтримку кандидата популярною у виборців особою.

- „Важкоатлети у легкій вазі” або „Болівар не витримає двох”. Кандидат з першої п'ятірки, який не має шансів в першому турі набрати 22-25% голосів має бути виключеним із списку претендентів. Такі кандидати примушують багатьох виборців задаватися питанням,

кому ж надати перевагу - симпатичному аутсайдеру або „важкоатлету” із високим рейтингом. Технологи „примушують” зробити вибір на користь більш прохідних кандидатів за допомогою „стартових” рейтингів, коли на старті через ЗМІ дається список з двох (дуже рідко трьох) кандидатів - це один із найбільш ключових етапів маніпулювання. Цей список практично ніколи не змінюється.

- „Жаб'ячий зір”: жаба бачить лише предмети, які рухаються, а того, що не змінюється, наче не існує. Точно побудована у часі нерівномірність публічної поведінки політика з яскраво вираженими піками та спадами популярності дозволяє ефективно звертати на себе увагу широкої аудиторії. Співрозмірна стратегічному контексту помітність для виборця - це високе політичне мистецтво сучасного корегування стереотипів іміджу, які склалися.

Це далеко не все з переліку брудних технологій. Вважаємо, що обізнаність із ними є обов'язковою для кожного виборця, оскільки це дозволить позитивно вплинути на зниження їх ефективності.

РОЗДІЛ VI. Основи політичного маркетингу

Зміст і складові організації політичного маркетингу

Проведення виборчої кампанії являє собою певну форму політичної конкуренції - боротьби за вплив на потенційних виборців тим чи іншим кандидатом або групою зацікавлених осіб. За своїм характером такі дії є аналогом конкурентному характеру ринкової економіки, а тому мають подібні підходи та технології.

Політичний маркетинг – це різновид некомерційного маркетингу, діяльність, спрямована на створення, підтримання чи зміну поведінки людей щодо конкретних політичних лідерів, організацій, ідей громадського значення. Вдале застосування прийомів маркетингу в політиці дозволяє досягти популярності, перемогти на виборах і утриматись на вершині політичного олімпу.

Зміст політичного маркетингу полягає у вивченні існуючої та формування бажаної громадської думки щодо образу (іміджу) політика, політичної організації чи ідеї. До найважливіших його функцій слід віднести:

- вивчення існуючого уявлення людей про політика, організацію чи ідею;
- визначення характеристик ідеального образу, що існує в масовій свідомості;
- планування та втілення у життя конкурентноспроможної програми дій,

розрахованих на завоювання розуміння та активної підтримки політика, партії чи ідеї громадськістю.

Політичний маркетинг – це метод організації й проведення виборчих та громадських кампаній, акцій або заходів, які зверненні на здобування політичного впливу чи влади шляхом демократичних виборів та парламентської боротьби окремих партій, організацій та груп громадян. Маркетинг у політиці означає орієнтацію всієї діяльності партії чи об'єднання на задоволення актуальних сподівань та політичних уподобань виборців. Ширина охоплення потрібних електоральних груп визначається специфікою завдань, що стоять перед конкретною партією, кандидатом чи виборчим об'єднанням, а також рівнем та різновидами конкретних виборів чи референдумів. Так, наприклад, якщо сильна, масова партія (КПУ, Народний Рух України) бореться за можливість утворити велику та впливову депутатську фракцію у Верховній Раді України, то будуть задіяні одні маркетингові методи. А якщо, у парламентських виборах приймає участь нове чи маловідоме політичне об'єднання (блок “Команда Озимого Покоління”, Комуністична партія України (оновлена), партія “Нова генерація”), використовуються інші маркетингові прийоми й технології. Також мають свої особливості маркетингові кампанії у виборах на місцевому, регіональному та національному рівні, які можуть суттєво різнитися також під час президентських та парламентських виборів, довиборів чи референдумів.

Таким чином, політичний маркетинг як філософія та технологія передвиборчої боротьби в системі сучасної розвинутої демократії базується на чотирьох основних принципах:

- орієнтація на потреби і запити виборців та гнучке реагування на політичну кон'юнктуру;
- сегментування та стратифікація електорального простору;
- глибоке та різнобічне дослідження електорату, його уподобань, стереотипів, схильностей та специфіки реагування й вибору;
- націленість на конкретний, але стійкий та довгостроковий результат.

Політичний маркетинг включає такі різновиди передвиборчої діяльності, як:

- стратегія та планування виборчої кампанії;
- проведення суспільно-політичних, соціологічних та соціально-психологічних досліджень, опитувань, моніторингу громадської думки і масових настроїв;
- політичну пропаганду та рекламу;
- кампанії та акції просування (премоушен) політичних програм, кандидатів, об'єднань, партій та блоків;
- публіситі та політичні PR (зв'язки з громадськістю): прес-конференції, брифінги, масові соціальні та культурні заходи тощо;
- організація та участь у конкурсах, фестивалях, спортивних змаганнях, меценатство, спонсорські та фінансово-економічні акції.

Політичний та комерційний маркетинг (що орієнтується на прибуток) мають як спільні, так і відмінні риси. Особливість першого зумовлена метою його застосування (наприклад, якщо йдеться про політика, то метою можуть бути голоси виборців, а не гроші). Специфічним є й "товар", що "просувають на ринку". Проте у практичній політичній діяльності можуть успішно застосовуватись елементи універсальної системи, що має назву "маркетинговий МІКС" і включає сукупність чотирьох "р" - Product (продукт, товар), Price (ціна), Place (місце, розподіл), Promotion (просування). Виняток для некомерційного маркетингу складає ціна.

Застосування комплексу універсальних маркетингових заходів передбачає розробку та здійснення спеціальних дій, що викликають бажану для політиків реакцію з боку людей. У політиці "товаром" виступає певний образ політика, організації чи ідеї (наприклад, таким образом для політика може бути "свій хлопець", "аристократ", "партократ" або "демократ"). Для успіху політика потрібно прагнути чітко виділити його серед конкурентів, тобто здійснювати "позиціонування товару на ринку". Зовнішність політика, манера поведінки - це своєрідна "упаковка", без якої успіху не досягти. Важливо також вирішувати, де, в якому місці, яким чином політик буде повідомляти громадян про свої наміри, демонструвати своє вміння спілкуватись (по телебаченню, на мітингу тощо). І нарешті, розробляється ціла низка заходів,

до яких входить політична реклама та PR, різні прийоми формування сприятливого враження (благодійні вчинки, співпраця із засобами масової інформації тощо). Успішне застосування комплексу маркетингу для політичних цілей можливе тоді, коли йому передують сегментування – групування людей за певними ознаками - і розробка спеціального комплексу маркетингу для кожного електорального сегмента.

Вивчаючи проблеми виборювання та утримання політичної влади, варто виокремити поняття політичного ринку. *Політичний ринок* – це система взаємодії конкуруючих політичних сил (суб'єктів політичних відносин), які змагаються за право розпоряджатися часткою політичної влади, яка їм довіряється пересічним громадянином під час виборів. Тобто, ми можемо говорити про виникнення процесу купівлі-продажу влади, або обміну її кожним із виборців на іміджі партій, блоків або кандидатів. У процесі виборів відбувається конкуренція уявлень-образів різних політичних сил у свідомості кожного окремого виборця, а також усвідомлення своїх власних політичних інтересів та потенційних переваг від результатів голосування.

Фокус-група як метод поглибленого маркетингового дослідження. Політико-інженерна діяльність

Політичний товар – це політична ідея, політична організація, блок партій чи конкретний політик, які пропонуються підтримати шляхом голосування на виборах до публічних органів влади.

Політичний товар не існує сам по собі. Він є тим, чим сприймається в уяві споживача-виборця. Як з'ясувати таку реальну дійсність? Пропонуємо скористатися методом фокус-групи, різновидом групового інтерв'ю, який дозволяє:

- 1) *скласти об'єктивне уявлення* про популярність у виборців та імідж певних політичних партій, та кандидатів;
- 2) *достовірно оцінювати та прогнозувати* сприйняття представниками кожної соціальної групи змісту та форми певних політичних гасел, програм, ідей;
- 3) *визначити*, які питання повинні бути включені у передвиборну програму;
- 4) *виявити* інтереси, цінності, свідомі та несвідомі установки;
- 5) *вивчити* мову, основні поняття, характерні слова, висловлювання, якими люди обговорюють проблеми повсякденному житті (з метою їх подальшого використання у громадських диспутах, передвиборчих матеріалах).

Цей метод уже давно використовується в комерційній сфері як метод маркетингового дослідження. У політиці першим цей метод застосував Рональд Рейган, і з тих пір жодна успішна виборча кампанія не обходиться без нього.

Для участі у фокус-групі запрошуюються незнайомі між собою люди, які відносяться до одного соціального прошарку, який нас цікавить, наприклад, пенсіонери. Оптимальна

кількість 10 – 12 осіб. Заняття проводяться у спеціально обладнаному приміщенні, де є напівпрозоре дзеркало або монітор, який дозволяє спостерігати за дискусією. У кімнаті є стіл, або декілька столів, зсунутих разом. Учасники сідають по колу, щоб бачити один одного та ведучого. Для більш комфортної та невимушеної атмосфери перед початком інтерв'ю учасникам пропонується чай, печиво, цукерки. Усіх обов'язково попереджають, що буде вестись аудіо або відеозапис.

На обговорення пропонується 10 – 15 питань, складених заздалегідь. Запланованим елементом обговорення може бути перегляд відео сюжету, ознайомлення з фотографіями або зразками продукції. На початку ведучий виголошує вступне слово в якому знайомить учасників з темою й процедурою обговорення. У процесі обговорення ведучий стимулює щире та відверте висловлювання думок, демонструє цікавість до висловлювання респондентами точок зору, готовність зрозуміти й прийняти різні точки зору та почуття. Завершуючи групову дискусію, ведучий підводить підсумки, дякує кожному учаснику за участь в обговоренні. Учасники отримують подарунки або їм виплачують попередньо обумовлену винагороду.

Приклади питань для обговорення на фокус – групі:

- Кому зараз краще всіх живеться?
- Хто знаходиться в найгіршому становищі та чому?
- На вашу думку, є зараз зміни у житті?
- Ці зміни на гірше чи на краще?
- Коли життя покращиться?
- Може таке бути, що життя погіршиться ще більше? Чому так може статися?
- Кому зараз можна вірити?
- У що люди вірять?
- У що люди вірили, а тепер не вірять, чому?
- опишіть людину, яка користується повагою серед жителів Вашого міста.
- Про що Ви частіше за все розмовляєте з друзями?
- Чи часто Ви розмовляєте про політику? Про які події?
- Які у Вас виникають асоціації коли Ви чуєте слово ...?
- Що Ви думаєте про ... (прізвище)?
- Що Ви знаєте про майбутні вибори?
- Хто на вашу думку має реальні шанси на перемогу? опишіть цього кандидата.

Одним із поширених видів і засобів політичного маркетингу, що використовується під час боротьби за мандати представницької та виконавчої влади, є *політична (виборча) інженерія*, під якою розуміють пристосування виборчих процедур до реалізації інтересів правлячих

політичних еліт щодо завоювання та збереження влади на національному, регіональному та місцевому рівнях.

Політико-інженерна діяльність – комплекс правових, адміністративних, політичних та інших заходів, що регулюють політичні відносини в частині вибору норм представництва та процедур формування законодавчих, виконавчих та судових органів влади.

Основним предметом уваги політичної інженерії є виборчі системи, що аналізуються, виходячи з таких їх характеристик: число голосів на одного виборця, спосіб комплектації виборців в округи, кількість депутатів, що обирається від кожного округу тощо.

Основними видами виборчої інженерії є:

- зміна виборчих систем і процедур залежно від політичної ситуації; стимуляція переміщення виборців з одного округу до іншого;
- маніпуляція кордонами виборчих округів, відповідна “нарізка” меж округів та дільниць по проведенню виборів;
- маніпуляція часом проведення виборів.

У будь-якому зі згаданих випадків виборча інженерія є цілком легальним способом нав'язування правлячими колами своїх правил гри на виборах, які змушена приймати політична опозиція. При розумному використанні цих засобів представниками правлячої еліти вони можуть дати істотну перевагу тим, хто перебуває при владі.

Управління PR-процесом

На Заході “паблік релейшнз” або “зв’язки з громадськістю” - це й розвинута науково-прикладна дисципліна, й повсякденна практична діяльність. А також це важлива складова частина будь-якої системи управління, пов’язаної з громадськістю, із людьми. Якщо ми спробуємо знайти визначення, що таке “паблік релейшнз”, то ми побачимо, що таких визначень налічується більше п’ятисот. Одне з найбільш відвертих: PR-агентство працює для клієнта, маючи на меті створення комунікативних стратегій і повідомлень для передачі їх цільовій аудиторії, щоб переконати її зробити дещо для нашого клієнта та збудувати між ними взаємовигідні стосунки. Іншими словами, у спрощеному вигляді, *PR - це наука та мистецтво управління громадською думкою*. Важливим завданням для бізнесу, політики, владних структур та інших, яку виконує PR, це вплив на громадськість, особливо на соціальні групи, від яких залежить успіх справи. Але потрібно знати, що головні зусилля PR спрямовані *не просто на отримання результатів, а на створення відповідних умов для досягнення максимальних результатів*.

Як визначити стартову доріжку: спроектувати реальний політичний простір діяльності кандидата? Як здобути авторитет? Як виграти у суперників “любов” до виборців? Як мобілізувати виборців? Політичний PR, в першу чергу, включає у себе виборчі технології. Тут значну роль відіграє певна кількість факторів, в тому числі й сама аудиторія, адже ефект

від політичної діяльності в значній мірі закладений у самій аудиторії, її настроях і чеканнях: людина більш охоче сприймає те, що відповідає її уявленню. Так що, не без участі PR-спеціалістів, виникає взаємодія поміж ідеєю та широкими масами. Для цього потрібні:

- розробка стратегії й тактики передвиборної кампанії на основі нових технологій;
- підготовка кандидата;
- підготовка виборчої команди штатного персоналу і волонтерів;
- робота з засобами масової інформації в період підготовки й проведення виборчої кампанії;
- моніторинг і оцінка ефективності PR-кампанії;
- робота з пресою у виборчій кампанії;
- створення спеціальних подій у ході виборчої кампанії;
- дослідження електорального поля тощо.

Широку сферу для PR являють собою політична, громадська та інші види діяльності, які узагальнюючи можна визначити, як вплив на широкі аудиторії, не об'єднані будь-якими галузевими чи професійними інтересами. Власне, впливаючи на аудиторію, на виборців (електорат), політик, громадський діяч досягають своїх цілей.

У найбільш розвинутій формі “паблік рілейшнз” як відкрита система являє собою складову науково керованого процесу розв’язання проблем організації. Спираючись на теорію, тривалу практику управління, фахівці сфери зв’язків із громадськістю, як правило, виділяють наступні чотири етапи процесу розв’язання ПР-проблем:

1. Визначення проблеми. Це перший крок, що включає зондування та відстежування проблеми, з’ясування точок зору, установок і поведінки тих груп громадськості, на які справляє вплив політика кандидата, організації і від дій яких залежить її діяльність. По суті - це аналітична функція організації, яка, складаючи підвалини для інших напрямків процесу розв’язання проблем, з’ясовує: “Що відбувається в даний момент?”

2. Планування й програмування. Зібрана на першому етапі інформація використовується для прийняття рішень щодо програм роботи з громадськістю, визначення завдань, змісту практичних кроків, стратегії й тактики комунікації. Тобто на цьому етапі відбувається трансформація зібраної інформації у політику та програми діяльності організації. Головне завдання другого етапу розв’язання проблеми полягає в тому, щоб дати відповідь на запитання: “Виходячи з того, що ми знаємо про ситуацію, що ми повинні змінити, зробити або сказати?”

3. Дія й комунікація. Третій етап охоплює реалізацію програми дій та комунікації, спрямованої на досягнення конкретних змін у кожній групі громадськості як складових

наближення до загальної програмної мети. Головні запитання цього етапу, на які необхідно дати відповідь: "Хто має це зробити, сказати, коли, де і як?"

4. Оцінка програми. Це останній етап процесу управління, який включає оцінку підготовки, ходу реалізації та досягнутих результатів програми. По ходу реалізації програми відбувається постійне коригування курсу з врахуванням зворотної інформації про те, що спрацьовує, а що ні. Виконання програми продовжується або припиняється після з'ясування питання: "Як ідуть справи або як ми спрацювали?". Кожний з названих етапів ПР-програми розв'язання проблеми має виключне значення, та все ж перший крок в управлінському процесі, що розпочинається зі збирання інформації та діагнозу, є особливим. Вивчення інформації, її інтерпретація виступають мотивуючими факторами та керівництвом до дії на наступних етапах. Безумовно, діагноз, планування, реалізацію та оцінку процесу управління можна розмежувати лише умовно, оскільки цей процес безперервний, має циклічну природу і відбувається в умовах динамічного розвитку подій, на які потрібно постійно реагувати.

Кажуть, що набагато простіше дослідити стан громадської думки, ніж вплинути на неї. Однак розумно складені та вміло реалізовані програми "паблік рілейшнз" здатні кристалізувати установки, підсилити вірування та певним чином змінити громадську думку. Для цього потрібно дотримуватися наступного:

1. Перш ніж спробувати змінити громадську думку, її потрібно ідентифікувати та зрозуміти.
2. Мають бути чітко визначені "цільові групи громадськості".
3. Фахівці сфери зв'язків із громадськістю мають тримати у центрі уваги "закони" формування громадської думки, якими аморфними б вони не здавалися.

Методи роботи з виборцями

Дуже важливо у роботі із виборцями правильно вибрати метод (або комбінацію методів). Для цього слід відповісти на такі запитання:

1. Скільки даний метод потребує ресурсів (час, гроші, люди)?
2. З якими виборцями буде налагоджуватися контакт?
3. Чи зможете ви їх переконати?
4. Чи зможете ви перевірити, чи переконали їх і забезпечити їхню явку на ділянки для голосування?

Кожний з нижчеописаних методів різноступенево відповідає цим критеріям.

Доставка друкованих матеріалів: волонтери під час кампанії "від дверей до дверей" залишають матеріали про кандидата в кожній квартирі або будинку. Велика кількість добровільних помічників можуть порівняно швидко охопити великий район, тому що будуть звертатися лише до ваших потенційних прихильників.

Роздавання друкованих матеріалів можна проводити в місцях великого скупчення людей: на ринках, залізничних станціях, тощо. Це простіше, ніж розносити матеріали по будинках, але цей спосіб менш ефективний, тому що не можна бути упевненим, що ті, хто їх отримає, живуть на території саме вашого округу. Цей спосіб буде більш ефективним, якщо матеріали, що роздаються, стосуються проблеми, пов'язаної з місцем проведення заходу.

Наприклад, біля воріт фабрики можна роздавати листівки про збереження цієї фабрики, на станціях – листівки про ремонт вокзалу.

Розсилання поштою матеріалів кампанії може бути дуже ефективним при переконанні виборців. Ви можете робити вибірку адресатів для розсилання по географічному або демографічному принципу (вік, стать і т.д.). Наприклад, літнім виборцям ви можете розіслати матеріали про вашу позицію стосовно питань, що стосується їх безпосередньо; молодим жінкам-матерям – матеріали, що пояснюють вашу позицію з питань, що хвилюють їх, і т.д. У цьому випадку ви будете точно знати, що виборці, які одержали ваші матеріали, дійсно живуть у вашому окрузі.

“Від дверей до дверей” - один з найефективніших способів переконання виборців, зводиться до ходіння від будинку до будинку, від квартири до квартири, від дверей до дверей, безпосередньо спілкуючись з ними. У результаті, ви зможете довідатися, які проблеми їх турбують, відповідно змінити свій “меседж” і приблизно визначити можливий рівень підтримки. У більшості випадків на виборців робить гарне враження сам факт, що кандидат витрачає свій особистий час на спілкування з ними, і ви можете заручитися їхньою підтримкою тільки тому, що зробили це.

Зрозуміло, що метод “від дверей до дверей” вимагає дуже багато часу. Дисциплінований кандидат може поговорити приблизно з 50 виборцями за вечір, або 300 виборцями на тиждень – і то, якщо він буде займатися агітацією по три години на день і буде витрачати не більш трьох хвилин на виборця (плюс небагато часу, щоб перейти від одних дверей до інших). Тепер вам зрозуміло, чому “меседж” повинен складати одну хвилину.

Робота “від дверей до дверей” займає багато часу. Така робота вимагає ретельного планування. Ви можете адаптувати ці способи до ваших обставин.

Виборці скоріше запам'ятають “меседж” кандидата, якщо почують його неодноразово. Тобто, у кандидата більше шансів зробити враження на виборця, якщо він підвищить інтенсивність своєї роботи до двох, трьох, чотирьох контактів. Для цього за тиждень до обходу району кандидатом у квартирах обраних виборців залишається листівка з інформацією, що кандидат буде ходити від дверей до дверей. Листівки можна послати поштою, також їх можуть рознести волонтери. Ця листівка також повинна включати “меседж” кампанії. Фактично, такий візит кандидата до виборців стане виконанням першої обіцянки, що він дав.

Під час обходу кандидат доводить свій “меседж” до виборців – як усно, так і залишаючи у них свою листівку. У висновку, якщо кампанія відслідковує, з ким зміг поговорити кандидат, а з ким ні, то через тиждень можна буде ще раз розіслати листівки, де кандидат або висловить свою подяку за те, що з ним поговорили, або пожалкує, що не застав виборця вдома.

Щоб йти за планом, необхідно, щоб кандидат ходив разом з довіреною особою, яка носить матеріали, дзвонить у двері і представляє кандидата, коли двері відчиняють. Потім, поки кандидат говорить з виборцем, помічник дзвонить у наступну квартиру, записуючи номери квартир, де їм відчинили. Якщо кандидат затримується з виборцем, якому хочеться поговорити, помічник повинен повернутися і припинити тривалу бесіду. Таким чином, саме на помічника ляже провина за те, що кандидатів не вдалося поговорити з виборцями.

Телефонні дзвінки. Телефон можна використовувати для переконання виборців проголосувати за Вашого кандидата, виявлення прихильників і нагадування їм прийти на виборчі дільниці. У будь-якому випадку це повинен бути окремий дзвінок. Найбільш часто телефон використовується для виявлення прихильників і спонукання прийти на виборчі дільниці.

Працювати на телефонах можуть волонтери. Також можна встановити кілька додаткових телефонних ліній у штаб-квартирі кампанії. Дуже важливо мати можливість поділитися досвідом (поганим або вдалим). Кампанія також може негайно розібратися з проблемами, які виникли, тобто мати негайний зворотній зв'язок. Іноді може статися, що “сценарій” телефонного дзвінка, що використовують волонтери, не підходить до конкретної ситуації і його потрібно змінити, або кампанії потрібно швидко переключитися на дзвінки в іншому районі. В обох випадках – і коли дзвонять з офісу, і коли волонтери дзвонять з дому – важливо дати їм чіткі інструкції, включаючи пояснення мети дзвінків і чіткий “сценарій” бесіди. Також важливо пояснити, чого не треба робити, наприклад, сперечатися з виборцями. Волонтери повинні розуміти, що їхня мета – зробити якнайбільше дзвінків, і якнайшвидше, а суперечки з виборцями тільки зменшать продуктивність їхньої роботи. Крім того, пам'ятайте, що виборці швидше дадуть правдиву відповідь, якщо вважають, що це опитування громадської думки, а не агітація кампанії.

Наочна агітація. Сюди входить усе, що може привернути увагу виборця. Це можуть бути рекламні щити вздовж дороги, плакати, встановлені в будинках ваших прихильників, наклейки на машинах, машини з плакатами, що проїжджають через важливі для перемоги райони, ім'я кандидата на футболках, календариках і т.п. І хоча це приверне увагу виборця до кампанії і підсилить її “меседж”, усе таки цей метод не найкращий. Він занадто “розсіяний”, спрямований не тільки на адресну групу, але і на людей, що не проживають на території округу, і на тих, хто не буде голосувати за вашого кандидата. Також, неможливо

виявити тих, хто підтримує вашого кандидата. Однак цей метод корисний у районах із сильною підтримкою, щоб нагадати виборцям про те, що необхідно проголосувати.

Підтримка за рахунок лідерів. Кандидат може зустрітися з відомими і впливовими людьми, щоб спробувати залучити їх на свою сторону. Такими лідерами можуть бути редактори газет або представники організацій, що відстоюють інтереси цього району. Ефективність підтримки залежить від того, чи має авторитет дана людина серед виборців. Звичайно такою підтримкою заручаються на ранніх стадіях кампанії, коли виборці ще не думають про вибори, але про них уже думають лідери.

Друзі друга: прихильники і волонтери особисто говорять з людьми, яких вони знають, і просять їх голосувати за кандидата. Це можна зробити за допомогою заздалегідь виготовленої листівки, або вони можуть дзвонити тим, кого вони знають у своєму районі. Важливо, щоб кампанія відслідковувала, хто буде цим займатися від імені кампанії, і хто буде охоплений цією кампанією. Ключ до успіху – чітка організація. Так як такою роботою звичайно займаються безпосередньо у переддень виборів, її часто розглядають як частину програми “Йди голосувати!”.

“Чужі» заходи” – це заходи, організовані людьми або організаціями, що діють поза рамками кампанії, де кандидати або їхні представники можуть зустрітися з виборцями. Це різноманітні заходи, наприклад дебати, або зустрічі, у яких можуть брати участь усі кандидати. Ефективність такого методу роботи з виборцями залежить від охоплення аудиторії. Так як в цих випадках зворотній зв’язок із виборцями незначний, то важливість таких заходів можна оцінити за реакцією преси.

Власні заходи. Кампанія також може організувати власні заходи, щоб “засвітитися” в пресі. Це можуть бути мітинги, що додадуть мотивацію прихильникам, або прес-конференції для висвітлення позиції кандидата за визначеними питаннями. Ефективність роботи з виборцями залежить від того, як ці заходи можуть бути висвітлені в пресі. Перевага заходів, організованих кампанією в тому, що вона може контролювати їх хід і поширювати свій “меседж”. Недолік у тому, що такі заходи досить складно організувати, для цього потрібно багато часу, грошей і людей. Щоб використовуваний вами “меседж” працював ефективно, він повинен бути переконливим і охоплювати достатню кількість виборців із вашої цільової групи.

Комбінація різних методів. Специфіка і рівень кампанії потребують різних комбінацій методів роботи з виборцями. Кампанії, проведені на загальнодержавному рівні, якими треба охопити мільйони виборців, не можуть витратити час на кампанію “від дверей до дверей”. Для доведення свого “меседжа” до виборців вони можуть використовувати комбінацію друкованих та електронних ЗМІ, наприклад, телевізійні реклами. З іншого боку, маленькі кампанії, проведені на місцевому рівні, не зможуть витратити великі суми на

телевізійну рекламу, щоб охопити невелику кількість виборців. У цьому випадку кандидат може ходити від дверей до дверей і особисто говорити з виборцями паралельно з проведенням прямого поштового розсилання, поширюючи “меседж” серед тих же виборців. Після розсилання кампанія може організувати телефонні опитування, волонтери будуть дзвонити всім потенційним виборцям, щоб виявити прихильників кандидата, і тих, кого переконав його “меседж”.

Наявність конкретних ресурсів часу, грошей, людей і визначить відповідну комбінацію методів роботи з виборцями, тому жодна кампанія ніколи не буде схожа на іншу. От чому так важливо зібрати максимум можливої інформацію про округ, виборців і всіх кандидатів, після чого кампанія повинна розробити реальний план роботи з доведення свого “меседжу” і викласти його на папері.

Важливо бути реалістом. Не потрібно намагатися використовувати всі запропоновані методи. У цьому випадку ви просто розпорозите свої ресурси і не зможете повноцінно задіяти жоден з них. Потрібно реалістично оцінити наявні тимчасові, людські, грошові ресурси і визначити, скільки буде коштувати кожен метод. Також важливо вибрати таку комбінацію методів, що реалізує всі три завдання, – переконає виборців, виявить прихильників і приведе ваших виборців на голосування.

РОЗДІЛ VII. Засоби масової інформації і вибори

Чому важливо співпрацювати із ЗМІ?

Сучасне суспільство називають інформаційним, тобто інформація, її обмін виступають чинниками суспільного розвитку в цілому і вашої організації зокрема. Здійснюючи обмін інформацією, ви повинні чітко усвідомити, яку інформацію і якими каналами бажаєте поширювати. Засоби масової інформації є надзвичайно важливим елементом комунікативного процесу, оскільки вони можуть підвищити довіру громадськості до вашої організації та її діяльності. Якщо будувати роботу із засобами масової інформації, не дотримуючись загально визнаних правил та стандартів, вона може принести багато проблем та розчарувань. Роль організації в цій роботі полягає не в простому висвітленні тих чи інших заходів організації, а в розробці стратегій використання ЗМІ.

Просвітницька роль ЗМІ у сфері життєдіяльності громадського сектору може бути таких типів:

- розповсюдження повідомлень, що заохочують широку громадську підтримку соціально орієнтованим проектам та питанням. ЗМІ можуть бути рушійними силами та сприяти негайному вирішенню гострих соціальних проблем;
- забезпечувати осіб, що приймають рішення, необхідною інформацією та зворотним зв'язком, потрібним для прийняття рішення або для впливу на нього;
- побічне підтвердження вірогідності, схвалення і підтримка проекту чи питання через редакційне оформлення.

Представники громадських і благодійних організацій, налагоджуючи інформування громадськості через ЗМІ, повинні пам'ятати про особливості інформаційного середовища:

- змагання між різними темами і громадськими групами за прихильність та підтримку ЗМІ збільшує рівень навантаження повідомлень і може завадити ефективності;
- інформування є мотиваційно та емоційно орієнтованим, тому декому здається, що ними маніпулюють, через що втрачається контроль над поведінкою;
- посилене проникнення ЗМІ до осель та робочих місць, широке використання нових комунікативних технологій сприяють більшому доступу до інформації, що спричинює самоізоляцію та відчуження людей;
- оприлюднення інформації - це "палиця з двома кінцями", оскільки воно може розкрити як сильні, так і слабкі сторони будь-якого питання. По суті, оприлюднення може породити марні сподівання та надії і спричинити більшу протидію, ніж до початку певної кампанії.

Тому при зверненні до засобів масової інформації і при роботі з ними слід пам'ятати про два дуже важливі моменти:

- потрібно виробити стратегію стосовно того, яким є ваш підхід до засобів масової інформації; кому ви хочете донести повідомлення; що ви скажете у повідомленні; якою вам бачиться його інтерпретація засобами масової інформації;
- ваша стратегія зв'язків з громадськістю не може існувати окремо від загальної стратегії діяльності організації.

Функції та класифікація засобів масової інформації

Залишаючись одним з найвпливовіших елементів суспільства, засоби масової інформації виконують дві важливі функції: повідомлення новин та інформування громадськості (таблиця 7).

Таблиця 7

| Функції засобів масової інформації | |
|--|-----------------------------------|
| Повідомлення новин | Інформування громадськості |
| <ul style="list-style-type: none"> • розповсюджують повідомлення, що заохочують громадську підтримку соціально орієнтованим проектам та питанням; • забезпечують осіб та організації, що приймають рішення, необхідною інформацією; забезпечують зворотний зв'язок; • доповнюють обмежені знання людей та надають відомості про повноваження шляхом ознайомлення з інформацією. | |

Чимало журналістів стверджують, що обов'язок засобів масової інформації - це подача "всіх новин, придатних для друку". Але представник громадської чи благодійної організації, що передає інформацію журналістові, повинен розуміти, що ЗМІ й собі мусять заробляти гроші - продавати свої видання й програми, розважати читачів, отримувати високі місця за рейтингом, приваблювати рекламодавців тощо. Для журналістів сенсаційну "ціну" має передусім інформація про державного чиновника, який "розтринькав" тисячі з державного бюджету, чи епідемію ВІЛ/СНІДу, яка поширюється щороку жахливими темпами, чи про наркозалежних, які вживають великі дози героїну, тощо. І в тіні залишаються інші факти, приміром, як з кожним роком медикам вдається вилікувати набагато більше наркозалежних, аніж торік, або наскільки громадські організації є успішними в проведенні профілактичної та реабілітаційної роботи з людьми, що живуть з ВІЛ/СНІДом. Отже, для більшості журналістів "погані" чи негативні новини є набагато привабливішими, аніж позитивні повідомлення.

Більшість журналістів настільки перебуває під впливом "поганих" чи негативних новин, що в них не залишається часу для огляду позитивних повідомлень від організацій. Якщо ж у вас "погані" новини, то репортери не забаряться і зроблять повне висвітлення події чи факту. Якщо ж у вас "добрі" новини, то вам слід докласти чималих зусиль, щоб привернути увагу журналістів.

У громадських і благодійних організаціях відбуваються справді цікаві події, громадськість має таке ж право й бажання діставати інформацію про суспільно значимі зміни, корисні соціальні програми й проекти. Громадські та благодійні організації працюють з людьми і для людей, тому журналістам і громадськості насправді цікаво дізнатися про те, що може стосуватися або стосується їх безпосередньо.

Реалії сьогодення такі, що просто повідомити інформацію про якийсь захід чи то проект недостатньо, інформацію необхідно подати. Контакти із засобами масової інформації можуть набувати найрізноманітніших форм: чи то ви йдете до преси, чи то преса йде до вас.

Найскладніше визначити, який зміст вкладають журналісти у слово “новина”. Якби ви запитали їх про це, знадобилося б чимало часу, щоб отримати відповідь на запитання. Слушно зауважено: “Новина - це не подія, що реально відбувається, а те, що з неї роблять журналісти”. Редактори друкованих видань чи телевізійних програм часто стверджують: “Знайти новини — не проблема. Проблема — що з них залишити”.

Побутує серед журналістів і таке визначення новин, яке бажано пам'ятати під час підготовки прес-конференції, розповсюдженні прес-релізу чи написані статті для газети: *Собака кусає людину - не новина, а от людина кусає собаку - це вже новина.*

Не існує сталих правил, які визначали б те, що заслуговує бути новиною. Тут може бути багато варіантів. Проте варто поміркувати над наступними питаннями, коли планується або організовується захід, інформація про який має потрапити в пресу:

- Чи виходить даний захід за рамки буденного?
- Чи своєчасний він?
- Чи є захід, коментар або дія значущими?
- Чи є подія новиною з точки зору спостерігача - репортера, редактора новин, видавця або власника станції тощо?
- Чи цікава вона для даної місцевості, чи має локальний характер?
- Чи емоційна вона?
- Чи стане вона неприємною для кандидата та його кампанії або для його опонента?
- Чи викликає вона загальний інтерес?
- Чи містить вона елемент конфлікту?
- Чи схвилює подія читача, слухача або глядача?
- Чи причетні до неї місцеві знаменитості та видатні люди?
- Чи це те, про що говорять люди?

Цей список далеко не повний, але він дає уявлення про те, що таке новини. Не треба думати, що створення новин є самодостатнім. Від кандидата чимало очікується, щоб потрапити в пресу. Для цього потрібно, щоб він поставив проблему і запропонував шлях її розв'язання. Проте, кандидат не отримає преси лише одним заявами про це. Має бути ще

щось вагоме, що підтверджує заяву. Один із найкращих способів для кандидата стати об'єктом новин - поводити себе так, ніби він уже є обраною посадовою особою. Кандидат має продемонструвати свої якості лідера, привертаючи увагу громадськості до проблеми і пропонуючи новаторське рішення.

Щоб потрапити у фокус преси, розробку ефективних заходів з завоювання висвітлення у ЗМІ слід зробити одним із головних завдань виборчої кампанії. Заходи з завоювання уваги до кандидата з боку засобів масової інформації мають стати невід'ємною складовою її плану. Щоб добитися висвітлення у пресі, яке необхідне для перемоги, треба бути готовим виділити для цього певні ресурси.

Особливості новин:

- *своєчасність*: застаріла новина - це вже не новина! Усі засоби., масової інформації працюють дуже швидко й оперативно (наприклад, для радіо подія, що відбулася вчора, - це вже історичний факт);
- *ілюстрація активності та змін*: інформація про динамічні події або ситуації викликає значно більший інтерес серед журналістів та громадськості;
- *велика потреба справити певне враження і викликати реакцію*: зростає тенденція вражати увагу громадськості якоюсь сенсацією, викликати емоції, розпочати дискусію з певних питань;
- *точність та достовірність фактів*: засоби масової інформації не можуть дозволити собі втратити довіру своєї аудиторії (читачів, глядачів чи слухачів). Точність і зваженість фактів є обов'язковою умовою їх подачі.

Класифікація засобів масової інформації

Кожен засіб масової інформації має специфічні характеристики залежно від того, як він збирає та повідомляє новини. Для організації дуже важливо знати ці характеристики, щоб підготувати інформацію і розподілити час для привернення уваги засобів масової інформації.

Інформаційне середовище, як і будь-яка інша система, має свою структуру. Кожний структурний елемент виконує певні визначені функції, характеризується своїми особливостями. Знання функцій та особливостей усіх елементів забезпечує ефективну взаємодію. На сучасному етапі в інформаційному полі можна визначити такі елементи системи або, іншими словами, запропонувати класифікацію засобів масової інформації:

- інформаційні агентства;
- друковані засоби масової інформації (газети, журнали);
- електронні засоби масової інформації (радіо і телебачення);
- Інтернет (електронні видання, Інтернет-сторінки і сайти, Інтернет-версії друкованих періодичних видань).

Особливості роботи інформаційних агентств:

- наявність спеціальних інформаційних служб, які збирають та розповсюджують інформацію для своїх передплатників (редакції журналів, газет, телеканали, радіостанції);
- інформаційні агентства поширюють інформацію майже для всіх засобів масової інформації, зареєстрованих в Україні, тому поширення прес-релізів чи запрошень на події є найшвидшим і найдешевшим способом для громадської чи благодійної організації.

Особливості друкованих засобів масової інформації:

- журналісти друкованих видань мають порівняно більше часу для підготовки повідомлення. Це дає можливість журналісту якомога глибше дослідити, зрозуміти та пояснити проблему читачам;
- підготовлений текст інтерв'ю чи статті переглядається співавторами (людиною, яка давала журналісту інтерв'ю, чи представником організації, який брав участь у підготовці аналітичного матеріалу), що зменшує ризик подачі неправильної інформації чи її викривлення;
- друковані засоби масової інформації дають більше можливостей зберегти анонімність, ніж трансляційні засоби (наприклад, історія жінки, що потерпіла від насильства). Журналісти можуть використовувати інформацію без посилання на джерело або ж вказати, що джерело, автор анонімні чи “імена героїв змінено з етичних міркувань”;
- газета чи журнал - це матеріальні предмети, що дають змогу читачам засвоювати інформацію у зручний для них час. Газети та журнали можна також передавати іншим, копіювати та підшивати для майбутнього використання.

Особливості роботи телебачення:

- телебачення - найпопулярніший засіб масової інформації, який забезпечує контакт з найбільшою аудиторією. Телебачення - емоційний засіб інформації, здатний швидко завоювати симпатії, привернути увагу громадськості;
- часові ліміти обмежують обсяг інформації та фактів, тому телебачення не розраховане на поглиблений розгляд питання;
- сюжетами для новин на телебаченні, як правило, є драми, конфлікти, проблеми. Тележурналістам потрібні “картинки”, обличчя людей, емоційні висловлювання;
- через свою масовість, телебачення викликає певну довіру населення до поданої інформації.

Особливості роботи радіо:

- радіо - це єдиний засіб інформації, що має аудиторію “вірних” слухачів;
- по радіо повідомляють найактуальніші новини дня;
- радіоповідомлення дуже легко створити і дуже просто передати. Інтерв'ю може передаватися безпосередньо в ефір, братися в студії, бути записаним на плівку або ж даватися по телефону;

- передачі на зразок “радіобесіди” чи “гарячої телефонної лінії” дають можливість розповсюджувати й одразу обговорювати інформацію.

Особливості роботи Інтернет-видань:

- Інтернет - найшвидший засіб обміну інформацією (інформація про події поширюється через Інтернет набагато швидше, ніж через будь-який інший засіб інформації);
- люди з різних куточків Землі можуть читати Інтернет-видання;
- Інтернет-видання надає читачам можливість висловити свою думку з приводу того чи іншого питання, викладеного в статті, за допомогою форумів та голосувань;
- Інтернет-видання є найдешевшим засобом обміну інформацією як для читачів, так і для тих, хто займається її виданням і розповсюдженням.

Деякі поради щодо налагодження співпраці із ЗМІ

Чітке планування роботи організації із ЗМІ є важливим інструментом зв'язків з громадськістю. Насамперед необхідно здійснити відбір засобів масової інформації для майбутньої співпраці: з ким ваша організація співпрацюватиме під час організації інформаційно-презентаційних подій, висвітлення соціально значущих питань тощо. При відборі засобів масової інформації слід керуватися такими критеріями:

- *вид засобу масової інформації* (друкований засіб інформації, радіо та телебачення, Інтернет);
- *рівень розповсюдження* (міський, районний, обласний, національний чи міжнародний);
- *періодичність* (щодня, щотижня, щомісяця чи щокварталу тощо);
- *наклад/глядацька та слухацька аудиторія*;
- *тематичне спрямування* (соціальні проблеми, медицина, освіта, культура тощо);
- *наявність тематичних рубрик чи програм*, у яких висвітлюються соціально значущі питання, діяльність громадських і благодійних організацій;
- *наявність редактора (журналіста), відповідального за соціальну інформацію*.

Збір таких даних про засоби масової інформації допоможе вам проводити інформаційну роботу організації цілеспрямованіше та ефективніше, адже вибір засобів масової інформації дуже широкий. Крім цього, зібрана інформація може стати змістовним наповненням так званого медіа-листа вашої організації. *Медіа-лист* - це короткий опис засобів масової інформації, з якими співпрацює ваша організація, і в якому, окрім вищенаведеної інформації, фіксується інформація про досвід роботи організації з тим чи іншим засобом масової інформації, тобто імена журналістів, форми роботи з журналістами, події, у висвітленні яких вони брали участь, тощо.

Тепер вам слід дати відповіді на такі запитання:

- ◆ *що ви повідомите журналістам* (новий соціальний проект, акції чи фестивалі, інформаційна кампанія тощо)?

- ◆ *кого ви інформуватимете через засоби масової інформації, тобто ваші цільові групи?*
- ◆ *які фінансові та людські ресурси необхідно задіяти, щоб налагодити роботу із засобами масової інформації (координатор зв'язків із засобами масової інформації, PR-менеджер, телефон-факс, комп'ютер, програмне забезпечення тощо)?*
- ◆ *який формат повідомлень ви використовуватимете (статті, прес-конференція, друкована поліграфічна продукція, радіо- та телепередачі тощо)?*
- ◆ *на чю професійну підтримку можна розраховувати під час роботи із засобами масової інформації (редактор інформації, дизайнер, фотограф тощо)?*

Перелік можна продовжити, адже в процесі роботи з журналістами виникатиме багато інших запитань, на які можна було б підготувати відповіді заздалегідь, але то вже буде ваш унікальний досвід роботи із засобами масової інформації.

Принципи роботи із засобами масової інформації:

Оперативність: ЗМІ працюють в оперативному режимі. Про професійних журналістів говорять: “Він написав про це ще вчора”, тому вам необхідно враховувати останній термін підготовки матеріалів журналістами і всіляко допомагати їм підготувати якісний матеріал. Якщо журналіст розшукує вас, щоб отримати більше інформації про подію, що відбулася, контактуйте з ним негайно, навіть якщо робочий день уже закінчився. Наступного дня буде вже запізно: матеріал може вийти в ефір, бути надрукованим або навіть знятим з випуску без вашого відома.

Фактаж: оперуйте фактами, робіть їх цікавими. Цікаві статті базуються на реальних фактах, подіях та особистостях. Інформуйте журналістів про джерела та статистичні дані щодо кожного факту, який наводите.

Щирість: будьте щирими. Ніколи не дезінформуйте журналістів. Будьте відкриті, наскільки це можливо, чесно відповідайте на запитання.

Справедливість: будьте справедливими до журналістів, якщо хочете, щоб журналісти ставилися так само до вас.

Прязнь: як і всі люди, журналісти цінують повагу. НЕ забувайте їхні імена; читайте те, що вони пишуть; слухайте те, що вони говорять, чим цікавляться; дякуйте їм, коли вони використовують ваші матеріали та розповіді.

Пам'ятайте: що постійно віддаючи перевагу одному тижневику, ви поступово втрачаєте довіру інших газет та журналів.

Сприятливі можливості для налагодження зв'язків із засобами масової інформації існують завжди й повсюди. Ви можете дізнатися від своїх партнерів про журналістів, які пишуть на ту соціальну тематику, якою займається ваша організація. Крім цього, існують інші джерела інформації про засоби масової інформації, якими можна скористатися під час

налагодження контактів:

- ✓ *довідкова література: „Золоті сторінки”, медіа-довідники;*
- ✓ *державний реєстр засобів масової інформації;*
- ✓ *Інтернет-сайти засобів масової інформації;*
- ✓ *перша чи остання сторінка газети або журналу.*

Проблема упередженості

Об'єктивне, неупереджене та врівноважене висвітлення подій - це випробування, з яким щодня стикаються журналісти, але не існує кращої перевірки на професійність, ніж випробування у розпалі пристрастей та під тиском запеклої передвиборної боротьби.

Вибори - це також випробування політичної відданості демократії. Це той час, коли у правлячих партій та політичних лідерів виникає найсильніше бажання маніпулювати засобами масової інформації та контролювати інформацію.

А як щодо виборців? Вибори - це ще більший виклик для медіа, тому що вони зосереджують увагу на необхідності для ЗМІ надавати громадянам доступ до всіх фактів, поглядів та ідей, які було застосовано у передвиборній кампанії. Журналісти також повинні забезпечити доступ до ЗМІ для того, щоб голоси громадян були почуті під час політичних дебатів.

Як журналісти долають цей тиск? Яким чином вони можуть, якнайліпше застосувати професійні стандарти та правила для всебічного висвітлення якихось дебатів. Які закони та нормативні акти мають стримувати зацікавлені політичні угруповання від виявлення їх надмірного впливу на ЗМІ?

У країнах, де ЗМІ традиційно підлягали монопольному контролю та недоречному політичному впливу, зокрема з боку держави та іноді однопартійного уряду, процес пристосування до багатопартійної системи ніколи не буде легким.

Звинувачення засобів масової інформації в упередженості трапляються весь час, але у передвиборний період вони найбільш помітні.

Журналісти знають, що політики та зацікавлені суспільні угруповання іноді тлумачать пропуск певних фактів чи аспектів у газетних, радіо- чи телевізійних новинах, кут, під яким розглянуто події, або вибір місця розташування статті на сторінці, як навмисно упереджений підхід.

Все ж таки частіше журналісти роблять свій вибір на основі ґрунтовної професійної оцінки. Але трапляються й помилки. Коли термін виконання короткий, а тиск з усіх боків шалений, зважування цих факторів може бути менш ретельним. Взагалі, журналісти повинні прагнути до справедливості та керуватися цим при прийнятті рішень. Проте, навіть критики ЗМІ мають визнати, що ЗМІ не можуть бути повністю вільними від упередженості, погодитись, наприклад, що колонка редактора, яка служить установчим голосом газети щодо

великого кола питань, за своїм призначенням має бути упередженою, тому що вона виражає чиясь думку, навіть якщо ця думка обов'язково ґрунтується на перевірених фактах. Вони не можуть заперечити права ведучого рубрики висловлювати свою думку, навіть якщо з ним не погоджуються.

Навмисна упередженість, іноді невелика, іноді надмірна, є результатом свідомого рішення репортера. Прикладів багато: замовчування суттєвих чи важливих фактів та навмисне викривлення інших фактів шляхом неправильного або недоречного наголошення. Неупередженість трапляється також тоді, коли ведучий програми новин підсумовує виступи лідерів опозиції і показує невеликий відеоматеріал. Упередженість можна бачити також у “куті”, під яким знімає камера, коли знімальні групи просять зосередитись на передвиборних мітингах таким чином, щоб вони здавалися більшими, ніж є насправді. Чи коли їх просять зняти кандидата з “найкращого” або “найгіршого” боку.

Але той факт, що газета друкує більше новин про президента або прем'єр-міністра, ніж про лідера чи кандидата опозиції, сам по собі не є свідоцтвом навмисної упередженості. Можливо це пояснює той факт, що президент або прем'єр-міністр робить або каже більше згідно зі своїми посадовими обов'язками, або президент чи прем'єр-міністр - більш цікаві особи.

Перший крок у розробці успішної програми зв'язків з засобами інформації розпочинається з призначення керівника, відповідального за зв'язки з громадськістю. Це має бути особа, яка постійно шукає нові шляхи зростання популярності організації, особливо за допомогою використання засобів масової інформації, особа, яка стежить за тим, щоб авторитет організації набирал ще більшої ваги.

Другий крок полягає у тому, щоб керівництво організації, знаходило час, ресурси та докладало зусиль, необхідних для успішного поширення потрібної інформації.

Як тільки ці два кроки зроблено, настає період постійного використання інструментарію зв'язків з громадськістю та засобами інформації на користь конкретних потреб організації.

Наведені далі поради, що певною мірою запозичені з досвіду західних країн, можуть допомогти керівникам ваших виборчих кампаній, партійним лідерам завоювати більшу довіру з боку громадськості (виборців).

Робота з засобами інформації

Налагодження плідних робочих стосунків з друкованими та електронними засобами інформації є життєво необхідним для комітетів виборчих кампаній або партійних організацій. Завоювання поваги з боку працівників цих важливих ланок спілкування з громадськістю може позбавити кандидата та партію від багатьох неприємностей.

Термін “заслужити пресу” означає висвітлення, яке хтось надбаває у засобах

інформації завдяки своїм досягненням, помітній діяльності, визначним подіям або заявам, які заслуговують на те, щоб потрапити в програму новин. На відміну від платної реклами, така преса, безперечно, дуже важлива для кандидата або партії, оскільки цей шлях висвітлення їх діяльності у засобах інформації не потребує фінансових витрат. Однак таке висвітлення не безкоштовне. Воно вимагає творчих зусиль, активності і копіткої роботи.

Заслужене висвітлення у пресі має значення для виборчої кампанії з таких причин:

По-перше, оскільки кандидат неспроможний зустрітися з кожним виборцем у своєму окрузі, репортажі у пресі про його кампанію можуть бути основним каналом спілкування з населенням.

По-друге, заслужене висвітлення у засобах інформації дає кандидатові такий кредит довіри, який не можна одержати за допомогою платної реклами. Поява на телеекрані, виступ по радіо- чи в газеті можуть скласти у виборців враження, що кандидат - значна особа, яка потрапляє в новини. Це важливо для його подання як людини, що має достатній рівень підготовки та авторитету аби обійняти виборну посаду.

По-третє, вартість оплачуваної реклами настільки висока, що під час багатьох виборчих кампаній кандидати не можуть собі цього дозволити. Слід використовувати кожен можливість висвітлення в пресі своєї діяльності, оскільки воно є надзвичайно важливим компонентом виборів будь-якого масштабу. Як відомо, виборчим кампаніям часто не вистачає грошей та інших ресурсів. Добре сплановане заслужене висвітлення у засобах інформації може принести кандидатові кредит довіри і привернути до нього виборців так, як це ніколи не вдалося б зробити за допомогою оплачуваної реклами.

Як правило, виборчі кампанії обласного та місцевого рівнів одержують лише дві можливості гарантованого “безкоштовного” висвітлення в пресі: 1) коли кандидат висуває свою кандидатуру; 2) коли кандидат виграє або програє вибори. В решті випадків увагу преси потрібно активно завойовувати.

У виборчих кампаніях такого рівня часто доводиться працювати вдвічі більше, щоб привернути увагу преси, ніж під час проведення кампаній республіканського рівня. Вибори до місцевих органів влади не видаються пресі такими вже й важливими.

Щоб привернути увагу засобів інформації, кандидата і його кампанію слід зробити цікавими для преси. З огляду на це, потрібно працювати наполегливо; виборча кампанія має справді заслужити висвітлення у засобах інформації.

Заслужене сприятливе висвітлення у пресі - це результат добрих зв'язків із засобами масової інформації. Представники преси такі ж смертні, як і всі інші. У них є свої сильні і слабкі сторони, симпатії і антипатії. Досягнення взаємодовіри і взаємоповаги з представниками преси потребує часу і терпіння.

Якщо представники засобів інформації знають кандидата особисто, вони з більшим

бажанням будуть до нього прислуховуватися. А якщо вони до нього більше прислуховуються, то є більша ймовірність, що він одержить позитивну пресу.

Кандидат і члени його команди не повинні бути упереджені до журналістів. Журналісти - не вороги. Найкраще забути про колишні негаразди. Якщо кандидат і члени його виборчого комітету діють з підозрою щодо преси, преса відплатить їм тим же.

Засоби масової інформації, обрані представники влади, кандидати, що виборюють місце у представницьких органах, мають спільну аудиторію - громадськість. Працівники засобів масової інформації спілкуються з нею безпосередньо. В той же час кожний кандидат або особа, що вже перебуває при владі, зобов'язані мати справу з пресою, щоб інформувати громадськість.

До числа *основоположних принципів зв'язків з ЗМІ* можна передусім віднести такі :

1. Щоб мати доступ до преси, необхідно з'ясувати, хто її представляє і як вони працюють.

2. Щоб мати добру пресу, кандидат повинен подавати свої звернення у такий спосіб, щоб вони були зрозумілими для репортерів і їх легко було друкувати.

Для полегшення спілкування зі ЗМІ складається акуратний, детальний, постійно поновлювальний список засобів інформації. Цей список має містити всі щоденні, тижневі та щомісячні видання, а також теле- і радіостанції, що обслуговують населення виборчого округу.

Окрім даних про журналістів і репортерів, бажано також мати інформацію про керівників засобів інформації - редакторів та видавців.

Джерелами інформації для багатьох друківаних видань, радіо- і телестанцій є телеграфні агентства, як вітчизняні, так і закордонні. Прес-секретар виборчої кампанії повинен мати їх телефони, імена керівників центральних і місцевих відділень, прізвища репортерів, які висвітлюють те або інше коло питань, мати уявлення про політичну спрямованість таких агентств.

Необхідно також скласти список незалежних журналістів, які надсилають власні матеріали до різних засобів інформації.

Відомо, що окрім політичних партій, які мають власні засоби інформації, є значна кількість громадських організацій, спілок, релігійних організацій, асоціацій, які також друкують та поширюють газети й бюлетені. Ця група організацій з готовністю відгукується на прохання надрукувати матеріал, в яких порушуються проблеми, що їх особливо цікавлять.

Порада: поширюючи прес-релізи або надсилаючи запрошення, слід дбати про те, щоб жодний канал інформації не залишився поза увагою. Преса надто чутлива до того, щоб бути у курсі всіх подій. Також важливо постійно поновлювати контрольний список засобів інформації. У засобах масової інформації, особливо на радіостанціях, часто трапляється

перестановка кадрів. Якщо кандидат стане надсилати матеріали не туди або не до тієї особи, шансів, що вони будуть надруковані чи поширені, мало.

Проаналізувавши коло засобів інформації та їх можливості, переходять до розробки стратегії ефективного підходу до них. Останній залежить від особливостей політичної ситуації, кандидата та опонентів. Головне: не боятися працівників засобів інформації та ставитися до них з повагою.

Основні медіа-техніки та інструменти Mass Media Relations

Серед найбільш поширених методів роботи із засобами масової інформації є: організація прес-конференцій, написання прес-релізів, презентації, прес-тури, факт-листи, інтерв'ю та фотознімок з коротким підписом.

Прес-конференції - ефективний спосіб потрапити у пресу. Проте тут важливе значення має завчасна підготовка, оскільки кандидат у ході прес-конференції буде, мов “на сковороді”. Слід заздалегідь підготувати та провести репетицію відповідей на можливі запитання. Хоч планується, як правило, прес-конференція на певну тему, преса може на це не зважити. Тому треба бути готовим до запитань на інші теми.

Заздалегідь ґрунтується вступне слово, в якому пояснюється головна підстава скликання прес-конференції. Поширюється прес-реліз, який містить витримки із майбутньої заяви кандидата. Готується інформаційний пакет для преси з усіма матеріалами даної теми прес-конференції. Сюди додаються й матеріали виборчої кампанії.

Прес-конференції потрібно використовувати для головних заяв кандидата та готувати завчасно у відповідності до стратегії й плану виборчої кампанії. Важливо не зловживати прес-конференціями і скликати їх лише тоді, коли кандидатів є що сказати. Серія інтерв'ю з репортерами, особисто чи телефоном, може довести інформацію до преси і без прес-конференції.

Плануючи прес-конференцію, необхідно дотримуватися наступних правил:

- конференція планується з урахуванням графіку роботи засобів інформації. Вибираються день і час, коли преса не завантажена іншими подіями, наприклад, регулярними заходами державних органів;

- передбачається можливість того, що щось може не дозволити пресі відвідати прес-конференцію;

- пресу повідомляють про захід не пізніше, ніж за 48 годин, а ще краще за тиждень. Періодично нагадують журналістам про час і місце проведення прес-конференції;

- нагадуючи про прес-конференцію, переконують пресу у важливості заходу. Підказують журналістам, під яким кутом зору потрібно розглядати ті новини, про які вони довідаються на прес-конференції;

- вибирається зручне і привабливе приміщення, причому найкраще знайти таке, яке

символізує зміст повідомлення на прес-конференції. Це особливо важливо для телебачення. Слід завчасно потурбуватися про дозвіл на використання даного приміщення;

- кандидата слід добре підготувати. Він має прорепетирувати заяву, підготуватися до запитань і відповідей та бути добре обізнаним з усіма матеріалами, які передаватимуться представникам преси під час конференції;

- до журналістів виявляють гостинність. Готують для них прохолодні напої, каву, завчасно перевіряється приміщення, аби переконатися, що все готове. Потрібно потурбуватися про електричні розетки, якщо очікується телебачення, сцену, стільці, освітлення, розташування мікрофонів, якими користуватиметься преса;

- слід розпочинати своєчасно і закінчувати прес-конференцію до того, як інтерес почне спадати. В іншому разі, якийсь репортер використає це для провокаційного запитання. Кандидат має бути готовим затриматися після прес-конференції і дати інтерв'ю один на один;

- прес-реліз або інформаційні пакети для преси поширюються до початку конференції, причому забезпечується наявність цих матеріалів в доступному для всіх місці. Не зайве записати, хто з представників преси не прийшов, і надіслати їм усі матеріали після прес-конференції;

- прес-конференція звичайно планується на півгодини: 10 хвилин на виступ і 20 хвилин на запитання і відповіді; прес-конференція записується на магнітофон, щоб залишилося документальне свідчення про все, що було сказано.

Прес-реліз містить інформацію про вашу організацію, підготовлену та представлену в стандартизованій формі. Звичайно це має бути одна - максимум дві сторінки тексту. Прес-реліз виготовляється з метою анонсувати важливість того, на що ви хочете звернути увагу всіх засобів масової інформації - як друкованих, так і електронних. Прес-реліз має бути коротким і влучним.

Яку інформацію треба вміщувати у прес-реліз? Хороший прес-реліз у Сполучених Штатах Америки відповідає на п'ять запитань у першому ж параграфі: Хто? Що? Де? Коли? і Чому?

Хто: про кого цей матеріал? Тут треба подати максимально чітке визначення і опис. Це "хто" може бути особа, група, подія чи діяльність.

Що: що сталося такого, про що б мали сповістити засоби масової інформації? Ваша мета - привернути увагу читачів. Для цього ваш прес-реліз має добре читатися і дохідливо висвітлювати проблему, в якій ви зацікавлені.

Де: якщо це якась подія чи прес-конференція, ви повинні відзначити, де вона має відбутися. Ви повинні дуже точно зазначити адресу чи місце, де має відбутися подія, та додати карту із зазначенням напрямку. Також необхідно додати інформацію про те, де можна

залишити машину і який є поруч громадський транспорт. Ви маєте зробити все, щоб максимально полегшити роботу репортерів, які будуть висвітлювати вашу подію.

Коли: коли це має відбутися. Ви повинні дуже точно визначити дату, день тижня та час, коли має відбутися ваша подія. Інформація повинна бути максимально точною. Жодних приблизних даних.

Чому: чому це так важливо. Причини випуску прес-релізу мають бути максимально привабливими для читача. Будьте точними. Пам'ятайте: заголовок чи перше речення повинні бути написані так, щоб захопити читача і примусити його дочитати ваш реліз до кінця. Який стиль найкращий для написання прес-релізу? Використовуйте цитати. Речення і абзаци повинні бути короткими. Ваше завдання полягає в тому, щоб очі читача максимально швидко і легко ковзали по сторінці.

Починайте з головного, розміщуйте вашу інформацію по низхідній. Іншими словами, ви повинні писати прес-реліз в класичному стилі “піраміди” - так, як пишуться сучасні примітивні оповідання.

Часто ви не знаєте за якими параметрами можна визначити якість анотації та заголовка, поки ви не побачите статтю про вашу подію у друкованому вигляді. Якщо ви розмістите найважливішу інформацію у заголовку, відповісте на 5 згаданих вище запитань, поясните найважливіше і визначите найпривабливіше, у вас хороші шанси досягти успіху. Пам'ятайте, статті часто пишуться і друкуються безпосередньо за наданими прес-релізами. Після того, як ви повністю написали прес-реліз, ви повинні редагувати його доти, доки він не стане максимально привабливим. Не бійтеся міняти вступну частину (розгорнутий підзаголовок, анотацію). Ви повинні завжди бути впевнені, що ви відповіли на всі 5 запитань. Однак, пам'ятайте, що ви можете настільки захопитися, намагаючись зробити ваш прес-реліз драматичним і захоплюючим, що важливі факти можуть вислизнути з останнього варіанту.

Щоб прес-реліз потрапив до того, до кого він має потрапити, ви повинні надрукувати ім'я особи чи осіб, які мають одержати ваш прес-реліз, розбірливо і чітко. Якщо ви відправляєте його до газети, ви повинні правильно написати ім'я головного редактора і назву газети. Ви мусите звертатися до конкретних осіб.

Якщо ви не знаєте, хто займається висвітленням саме ваших проблем, ви повинні послати ваш прес-реліз головному редактору. При цьому слід з'ясувати:

- Хто вирішує, які новини треба висвітлювати? Його ім'я і посада.
- Хто вирішує це у відсутність цієї людини? Його ім'я і посада.
- Чи є журналісти, які спеціалізуються у висвітлюванні вашої проблеми? Їхні імена.
- В які дні тижня (місяця) у цьому виданні відбувається редакційна нарада, присвячена обговоренню статей?

- За скільки часу до виходу чергового номера видання треба сповіщати про подію?

- Які ще матеріали необхідно надсилати до редакції разом з прес-релізом? Чи потрібно надсилати ґрунтовну інформацію, фотографії, кольорові слайди, аудіо- та відеокасети? Що ще могло б стати в пригоді?

- Не забудьте зібрати всі необхідні номери телефонів та факсів. Ви повинні також вивчити імена усіх секретарів і пам'ятати їх.

Стандартна форма прес-релізу:

1. Прес-релізи друкуються на білому папері звичайного стандарту, вживаною в повсякденній роботі. Якщо ви маєте бланки вашої організації, варто використати їх. Це допоможе вирізнити вашу організацію як автора даного прес-релізу.

2. Поля прес-релізу зробіть шириною 38-40 мм. Це дасть змогу редактору чи журналісту робити помітки на його полях.

3. Якщо ви не використовуєте бланк вашої організації, радимо вам надрукувати вашу повну адресу у верхньому лівому кутику сторінки.

4. Дата прес-релізу: ця інформація повинна бути надрукована жирним шрифтом і великими літерами у верхньому правому кутику сторінки, трошки нижче від адреси, розташованої у верхньому лівому кутику сторінки.

5. Ім'я особи, відповідальної за випуск прес-релізу, друкуються відразу під датою разом з номером контактного телефону, якщо це можливо.

6. Більшість підприємств або неурядових організацій подають також номер контактного телефону, за яким можна отримати інформацію у позаробочий час.

7. Власне текст прес-релізу повинен починатися з другої третини сторінки. Ви повинні почати з заголовка. Він має бути надрукований з лівого боку, під адресою, над текстом великими літерами. Текст прес-релізу треба друкувати через два інтервали. Абзаци повинні відділятися один від одного певним простором і мають бути вирівняними. Якщо ваш прес-реліз довший за одну сторінку, ви повинні надрукувати, наприклад, "див. далі" внизу першої сторінки. Не варто робити прес-реліз більшим, ніж одна-дві сторінки. Надрукуйте будь-які символи, наприклад, # # # по центру знизу останньої сторінки.

Видавши прес-реліз, треба сідати за телефон. Спершу, коли ви дзвоните, ви повинні представитися повністю та назвати вашу організацію. Якщо ви прагнете поговорити, обов'язково запитайте чи вільний ваш опонент. Якщо журналіст зайнятий підготовкою чергового матеріалу, спробуйте з'ясувати, коли найкраще подзвонити знову, і негайно прощайтесь, щоб вас не вважали невихованим.

Якщо людина, з якою б ви хотіли поговорити, на цей час вільна від термінової роботи, перш за все радимо вам запитати, чи вона одержала ваш прес-реліз. Радимо вам запитати, чи могли б ви надати їй ще якусь інформацію або чи не хотіла б вона з кимось

поговорити з цього приводу. Намагайтеся, не ускладнюючи розмову, з'ясувати його (її) реакцію на матеріал, який ви надіслали. Навіть якщо відповідь не дуже обнадійлива, подякуйте за розмову. Пам'ятайте: вам доведеться спілкуватися з цією людиною знову, і ще настане час, коли ви почуєте у відповідь: “Так, ми просто в захопленні, що нам доводиться висвітлювати вашу подію, і були б дуже раді зустрітися з вами”.

“Дата виходу в світ” - це та дата, якою ви дозволяєте, щоб інформація, вміщена у прес-релізі, була опублікована. Більшість журналістів не опублікує інформації до дати, визначеної вами. Це часто називається “ембарго на публікацію”. Наприклад, коли міжнародна неприбуткова організація провадить прес-конференцію, щоб оприлюднити якісь нові особливі дані, вона часто направляє релізи з документами і обумовлює заборону публікувати їх до певної дати. Це дає журналістам досить часу, щоб ознайомитися з документами і написати свій матеріал. Це також дає можливість неприбутковим організаціям залишити новини “свіжими” на час проведення своєї прес-конференції.

Якщо ви хочете, ви можете додати будь-які обґрунтовуючі матеріали до вашого прес-релізу, наприклад, брошуру або витяги з попередніх прес-релізів. Є безліч способів, за допомогою яких ви могли б зробити ваш прес-реліз дієвішим. Якщо ви оголошуєте початок кампанії, ви можете надсилати разом із прес-релізом будь-які цікаві дрібниці. Проте, ви повинні стежити, щоб ваші додаткові матеріали не відволікали увагу від новин, які ви хочете опублікувати.

Як готувати та проводити *презентацію*? Здавалося б, нічого складного в цьому немає, але декілька чітких правил та вимог мають бути неухильно витримані при проведенні презентації.

Отже, презентація – це спеціально організована з метою поінформування значної громадськості PR – подія, яка передбачає представлення певного об'єкта (організації, проекту, вибору).

1. Перш ніж вирішити питання щодо кількості запрошених на презентацію, варто вирішити проблему приміщення, від місткості якого залежатиме кількість гостей.
2. Організатори презентації не зможуть обійтися без виготовлення стандартних запрошень з необхідними додатками (папка для преси та ін).
3. Після розсилки запрошень безпосередньо напередодні презентації, нагадайте про презентацію по телефону.
4. Підготуйте індикатори (бейджі) для кожного запрошеного і для представників вашої організації зокрема. Це полегшить процес комунікації, а також відсіє „непрошених гостей.” Уточніть вимову всіх прізвищ, щоб уникнути небажаних образ.
5. Вручайте роздаткові матеріали прибулим при вході у приміщення або розкладіть їх ще до початку презентації на стільці чи столі.

6. Будьте на місці презентації десь за годину до її початку, щоб ще раз перевірити розташування стільців та столів у залі, розміщення демонстраційних матеріалів, наявність достатньої кількості роздаткових матеріалів; щоб узгодити з обслуговуючим персоналом усі перерви (на каву, чай).

Прес-тур – спеціальний захід для журналістів. Що поєднує прес-конференцію з відвідуванням різноманітних об’єктів. Такі заходи для ЗМІ проводять тоді, коли хочуть ширше і повніше познайомити журналістів з діяльністю кандидата в тому чи іншому регіоні, населеному пункті або з роботою осередків партійної організації, показати структуру організації, розкрити зміст її роботи. Спочатку журналістів, наприклад, можна зібрати у офісі організації, партійному чи виборчому штабі. Вступну частину (10-15 хв) прес-конференції проводять у повному обсязі, а наступну (запитання – відповіді) - у скороченому вигляді, пообіцявши присутнім, що на інші питання ми дамо відповіді безпосередньо на місцях, аби ви побачили все своїми очима. Після чого влаштовують своєрідну, “екскурсію” для журналістів, яку проводить спеціально підготовлений гід.

Для запрошення журналістів до участі у прес-турі варто наголосити на чіткості і деталізації інформації: вказати місце збору, вид транспорту, на якому журналісти поїдуть на місце події, його марку і номер. Варто обов’язково сказати, що організатори передбачили харчування (обід). За день-два до прес-туру слід обов’язково зателефонувати до кожної редакції і отримати підтвердження про кількість журналістів, записати їх прізвища та ін. Таким чином, організатори уникають незручностей з кількістю місць в транспорті. Бажано забезпечити журналістів максимальним комфортом під час поїздки. В автобусі журналістів повинен супроводжувати представник організації, штабу. З одного боку, це зручна нагода використати час в дорозі для надання додаткової інформації, а з іншого – під час поїздки можна налагодити неформальні стосунки з представниками преси.

На роль гіда під час прес-туру необхідно підібрати людину, не обов’язково з керівного штабу організації. Бажано, щоб людина (доброволець, активіст) володів інформацією, був комунікабельний. Звичайно, для безпосередньої участі у прес-турі варто обговорити коло питань, яких варто торкатися гіді.

Вибираючи об’єкти “на показ” обов’язково врахуйте також споруди, офіси з яскравою візуальною “картиною” навіть, якщо ці об’єкти, на вашу думку, не мають важливого значення.

За те після їх відвідин телевізійники матимуть цікавий відео ряд, а газетярі – гарний сюжет для фотоілюстрацій. Варто потурбуватися про тих журналістів, що будуть без фотоапарату: підготуйте для них у прес-папці декілька професійних знімків маршруту прес-туру. При підготовці прес-туру варто передбачити харчування журналістів (легкі напої, бутерброди). Не варто закінчувати прес-тур розкішним пригощанням зі спиртним. Логічно

буде, якщо по завершенню прес-туру буде підбито підсумки. Бажано, щоб це зробив хтось з перших осіб організації, штабу. Такий керівник повинен подякувати журналістам за присутність та зацікавленість.

Факт-лист. Зазвичай у спілкуванні із засобами мас-медіа організація, що бере участь у виборах, підтримує певного кандидата та ін. має створити пристойний факт-лист про себе. Це має немаловажне значення, як, наприклад, для людини її резюме або рекомендація.

На відміну від ілюстрованого представницького буклету, факт-лист, насамперед, – суто діловий документ для найширшого застосування. Він призначений для роздавання діловим людям, партнерам під час переговорів. Його можна запропонувати можливому союзнику, колезі по майбутній справі та ін.

Факт-лист має бути складений повною діловою інформацією про організацію, у ньому має бути достатньо фактів, цифр та інших точних показників. В документі обов'язково має бути поштова та електронна адреса, номери телефонів факсів, прізвища та імена контактних осіб чи керівників.

Весь текст має бути розміщений лише на одній стороні листа формату А4 (зліва слід відступити 30мм для підшивання у ”справу”). Щоб розмістити на листку максимум інформації, можна віддрукувати його мінімальним розміром шрифту (№9).

Зверху зліва обов'язково слід розмістити логотип організації. Буде добре, якщо емблема буде кольоровою: у такому випадку факт-лист буде відрізнятися від інших документів (його легше буде знайти серед паперів будь-якому чиновнику). Для того щоб правильно і точно подати інформацію у факт-листі, треба відповісти на наступні питання:

1. Коли і хто заснував організацію, з якого часу вона працює в регіоні?
2. Яка головна мета її діяльності?
3. Яким шляхом і за допомогою яких засобів організація досягає своєї мети?
4. У яких інших регіонах є підрозділи вашої організації?
5. Назвіть організації, установи, конкретних політиків, що є партнерами вашої організації;
6. Якими є досягнення організації?
7. Ваші плани на майбутнє?
8. Хто очолює організацію та входить до її керівних органів?

Отже, головне при написанні факт-листа подати найповнішу інформацію у найбільш лаконічному вигляді.

Як правило, вручення факт-листа робиться під час першого ділового контакту чи знайомства з державними службовцями, майбутніми партнерами, потенційними грантодавцями, редакторами газет, журналів, журналістам, випадковим „Р-персонам”. Факт-

листи є першими атрибутами папки для преси, які готуються з метою проведення прес-конференцій, семінарів, круглих столів, конференцій, фестивалів та ін.

Іноді можливість контактів, знайомства з значним колом ділових людей виникає абсолютно несподівано, випадково. Ось чому провідні працівники організації завжди повинні мати у своїй діловій папці наготові не менш десятка - два факт-листів. Не забудьте, кожного року, вкладати факт-листи у прес-пакет або ж до папки, ще раз переглянувши чи не застаріла в ньому інформація, номери телефонів, прізвища керівників та ін.

Інтерв'ю дає можливість представникам громадських і благодійних організацій не лише зайвий раз наголосити на власному існуванні, а й викликати довіру у журналістів і стати для них постійним джерелом інформації. Участь в інтерв'ю - не проста справа для людей, які не володіють навичками ефективної комунікації та презентації і не дуже добре знають тему інтерв'ю. Під час інтерв'ю може бути поставлено безліч несподіваних запитань, на які потрібно дати чітку і недвозначну відповідь. Крім цього, журналіст може спрямувати розмову в небажаному для вас напрямку. Людина, яка дає інтерв'ю, повинна вміти знайти вичерпні відповіді, не виявити розгубленості від непростих запитань та пам'ятати про те, що вона хоче сказати.

“Все, що ви скажете, може бути використано проти вас”, - ця відома з фільмів поліцейська фраза повинна стати пересторогою для тих, хто має справу з журналістами. Журналісти-професіонали не мають іншої мети, окрім виконання свого завдання: збирати інформацію та повідомляти її широкому загалові.

Для того щоб отримати від вас інформацію про реальний стан справ, журналіст не ставить легко передбачуваних запитань, а попередньо зібравши всі можливі відомості про подію, людину чи певну соціальну тематику, використовує техніку інтерв'ю в такий спосіб, аби змусити вас повідомити ту інформацію, яку ви, можливо, не хотіли б оприлюднювати.

Людина, в якій беруть інтерв'ю, повинна постійно усвідомлювати, що розмовляє з журналістом-професіоналом, який сидить просто навпроти неї і може зробити надбанням громадськості все, що почує. Перед тим як відповідати на запитання, запитайте себе, чи хотіли б ви бачити свою відповідь надрукованою у газеті чи журналі або почути по радіо. Єдине, у чому ви можете бути впевнені - це те, що ваші ідеї та переконання не будуть опубліковані, якщо ви їх не озвучили вголос.

Зазвичай журналіст має значно більший досвід у проведенні інтерв'ю і може суттєво впливати на розмову за допомогою спрямування своїх запитань і зауважень, які він робить протягом розмови. Однак ви не повинні розглядати інтерв'ю як заздалегідь програшну ситуацію. Адже ви значно краще володієте темою обговорення і тому можете вдягнути маску “самовпевненості”. Під час підготовки до інтерв'ю:

- спробуйте передбачити його перебіг. Ви можете вдатися до рольової гри, ставлячи самому собі потенційно “важкі” запитання. Запорука успішного інтерв'ю - тренінг за допомогою ваших друзів або ж членів організації. Проведіть імітацію інтерв'ю з подальшим аналізом можливих помилок;

- пам'ятайте, що найскладнішим, безумовно, є телеінтерв'ю. Якщо ви виступаєте на телебаченні вперше, то студія, камера і відповідне освітлення викличуть у вас надмірне хвилювання і розгубленість. Підготуйте себе психологічно до інтерв'ю на телебаченні;

- чіткість і зрозумілість - це важливі фактори успішного інтерв'ю. Вирішіть заздалегідь, про що ви будете говорити, тобто яким буде ваше ключове повідомлення;

- попередньо запитайте, яка тема обговорюватиметься під час інтерв'ю. Журналіст готуватиметься, переглядаючи різні матеріали, що стосуються теми інтерв'ю, скористається особистими контактами тощо. Ви так само повинні готуватися до інтерв'ю, перечитуючи статті, які стосуються обговорюваної теми, запам'ятовуючи важливий фактичний матеріал;

- складіть перелік “найважчих” запитань, які може поставити журналіст, і спробуйте сформулювати короткі відповіді на них.

Під час інтерв'ю:

- *будьте правдивим*. Якщо ви не знаєте відповідей на запитання, скажіть журналісту про це;

- *будьте вичерпним*. Уникайте відповідей “так” і “ні” й відповідайте на запитання повними реченнями, наводьте цікаві життєві факти;

- *будьте готовим*. Обґрунтуйте кожен вашу відповідь фактами, поясненнями. Журналіст після кожної вашої відповіді буде запитувати: “Чому?”

- *говоріть цікаво*. Використовуйте нові ідеї, несподівані спостереження та ефектну статистику;

- *говоріть чітко*. Користуйтеся мовою вашої аудиторії і давайте пояснення, зрозумілі слухачам. Намагайтесь уникати спеціальної термінології;

- *будьте позитивним*. Не критикуйте діяльність інших організацій чи конкретних осіб.

Отже, ви добре підготувалися до інтерв'ю, але під час участі в ньому у вас можуть виникнути ситуації, які ви не могли завчасно передбачити. Що ж робити в таких випадках? Головне - тримайтесь упевнено і спокійно:

- журналіст може поставити запитання, які не стосуються безпосередньо теми інтерв'ю і вас особисто. Дайте коротку відповідь і зауважте, що “ми відхиляємося від основної теми нашої розмови”;

- ви маєте право подумати над запитанням, і кількасекундна пауза не обов'язково означатиме, що ви вагаєтесь або не знаєте відповіді;

- якщо журналіст поставив вам незрозуміле або складне запитання, то в такому випадку

перепитайте в нього: “Що саме ви маєте на увазі?”;

- ви маєте повне право не відповідати на провокаційні запитання;

- коли журналіст завершує інтерв'ю, висловіть сподівання, що суть теми стала зрозумілою та підсумуйте всю розмову одним реченням;

- запропонуйте журналісту свою допомогу в подальшій підготовці статті чи інтерв'ю;

- з'ясуйте, коли текст статті буде готовий і коли його можна буде переглянути.

Фотографія – не просто жанр у газетній чи журнальній періодиці, але перш за все могутній засіб медіа-техніки. Основним інструментом у цьому виді медіа-техніки є фотознімок з коротким підписом, що розкриває зміст події зображеної на фотографії.

Така публікація, як правило, іменується “фоторепортажем”. Цей елемент хоча і не є основним елементом співробітництва з друкованими ЗМІ, але має ряд переваг. По-перше, інформаційна ефективність таких публікацій дуже висока (читач бачить подію, читає під знімком найбільш суттєве і майже миттєво формує власні враження від події, яка стала відома, “фіксує” її у своїй свідомості). По-друге, редактори газет і журналів з задоволенням беруть до своїх видань такі фоторепортажі до друку. По-третє, процес підготовки такого матеріалу для друку займає зовсім небагато часу (застосування цифрової фототехніки дає можливість робити це одразу після події, тобто знімок, зроблений сьогодні, читач зможе побачити вже завтра).

Для того щоб підписати фото, тобто оснастити його текстом супроводу, слід мати фото, і запам'ятати, що мистецтво його складання полягає в тому, щоб розкривати суть події. Текст не повинен перевищувати 70 слів. Для того щоб у вас все вийшло на практиці, спочатку довільно напишіть текст супроводу таким чином, щоб він мав відповіді на такі запитання:

- Хто зображений на знімку? Що роблять ці люди? Які причини стали поштовхом до того, що зображено на фото?

- Якими можуть бути наслідки події?

Якщо ви набрали текст супроводу і він виявився громіздким (більше 10 речень), варто подумати над тим, як скоротити текст. Відмовтеся від другорядних слів, по одному. Скоротили? Ще раз зверніть увагу на дату і місце події, а потім перечитайте написане знову, “очима читача”. Чи все зрозуміло? Чи справить текст враження на читача. У кінцевому варіанті повідомлення матиме, наприклад, такий вигляд:

“24 травня, майдан Соборний. Члени освітянської профспілки збирають підписи житомирян під зверненням до парламенту і Уряду України щодо негайного підвищення рівня зарплати педагогів. Біля 25 тисяч мешканців обласного центру поставили свої підписи, підтримуючи вимоги вчителів. Акція продовжуватиметься до кінця травня, після чого підписи будуть відправлені до столиці” (49 слів).

Фоторепортаж може складатись із 2-3 знімків. У такому випадку також пишуть текст-супровід.

Можна написати два тексти: один буде головним (що пояснює суть події), а другий – додатковий (що розкриває сюжет першого знімку).

Для посилення інформаційного ефекту події, варто готувати не один, а декілька варіантів “фото фактів” аби запропонувати їх одразу декільком редакціям. Для цього збільшуються витрати на друк фотографій, але інформаційний ефект буде збільшений.

Автору фоторепортажу потрібно зауважити, що:

- знімки мають бути різноплановими, великі та середні знімки мають чергуватись, не варто зловживати загальними виглядами (для гарного вигляду знімків треба мати відповідну професійну фото техніку);
- особливо цінні ті знімки, де обличчя і жестикуляції людей відображають їх емоції (радість, гнів, хвилювання та ін.);
- чим менше ви економите плівку і знімаєте “все підряд”, тим більша вірогідність отримати з багатьох знімків той єдиний і унікальний фотознімок. Професіонали завжди запевняють, що шедеври народжуються випадково. Але до цього випадку слід завжди бути наготові з об’єктивом.

У ході передвиборчої кампанії потрібні фотографії кандидата для преси розміром 8x10 (см), одна – з усміхненим, а одна – з серйозним виразом обличчя. Далі необхідно зробити набір різних фотографій кандидата для використання у передвиборній літературі та надсилання до ЗМІ. Нарешті, кандидата фотографують під час усіх головних заходів та надсилають ці знімки до щоденних та щотижневих газет.

Рационально створити добірку фотографій, що ілюструватиме імідж кандидата. Наприклад, якщо головною темою кампанії є освіта, готується фото кандидата з дітьми. Використовуються фотографії, що працюють на користь кандидата. Ні в якому разі не можна розповсюджувати фотографії, на яких він зображений не в кращому вигляді. Кращий тип фотографій – зовнішні зйомки, знімки кандидата з іншими людьми, де він виглядає невимушено і природно.

Знадобитися в ході виборчої кампанії можуть фотографії з наступними зображеннями:

- уже згадувані офіційні фотографії 8x10 (см), одне фото з серйозним, одне з усміхненим виразом обличчя;
- кандидат і народ – знімки кандидата з працівниками підприємств, установ, організацій;
- кандидат і сім’я – натуральні фотографії кандидата з дружиною;
- кандидат працює – фото кандидата на його робочому місці;

- кандидат і діти (власні, школярі та студенти);
- кандидат і ветерани;
- кандидат у своєму окрузі – знімки кандидата у визначних місцях округу.

Крім вказаних, існують й інші, *нетрадиційні методи роботи із ЗМІ*, які не досить часто використовуються в діяльності громадських організацій. До них належать:

- листи читачів;
- листи до редактора;
- листи-роздуми.

Листи читачів. Цей метод доречно використати, коли ваша організація має на меті зацікавити певне видання якоюсь проблемою. У багатьох виданнях є рубрика “Листи читачів” або “Листи до редакції”. Для цього ви організуєте написання листів прибічниками вашої організації, співробітниками та користувачами послуг. Листи повинні стосуватися однієї певної проблеми, але ілюструвати особисте ставлення авторів, їхні міркування. Залежно від проблематики, якій присвячені листи, і відповідного резонансу, якого ви очікуєте, їх можна надсилати до міської, обласної або національної преси. Якщо проблема, заради якої ви вдаєтеся до написання листів до редакцій, справді зацікавила редактора, ви можете розраховувати на певне місце в газеті, у найкращому випадку - на низку матеріалів.

Листи до редактора дають ще одну можливість для ПР-працівника і громадської організації поспілкуватися з журналістами. Що це за можливість? Читаючи газету, ви можете з чимось не погодитись або захочете продовжити обговорення якоїсь теми, але з іншої, тобто вашої, точки зору. Ви пишете листа на ім'я редактора і, посилаючись на матеріал статті, яку було опубліковано раніше, пропонуєте до уваги читачів свій коментар або новий погляд на проблему з цікавими фактами. Ваш лист може викликати бурю емоцій у читачів і ви матимете можливість отримати відгуки від них. Такі відгуки можна розглядати як зовнішню неупереджену оцінку проблеми, яку ви запропонували для обговорення на шпальтах газети.

Листи-роздуми пишуть з метою висловити власну думку або ставлення до конкретної проблеми, окреслити можливі шляхи її розв'язання. Як правило, листи-роздуми публікуються цілком, без правок редактора. Такий лист може супроводжуватися коментарем редакції газети. Його мета - спонукати читачів замислитися над певною проблемою, закликати їх до дискусії на шпальтах газети.

Моніторинг засобів масової інформації

Ваша організація провела прес-конференцію з великою кількістю журналістів. Прозвучало багато цікавих запитань і відповідей, що свідчить про зацікавленість журналістів соціальною темою, яку ви порушили на прес-конференції, або новим проектом вашої організації. Ви перебуваєте в приємному і очікуванні наслідків успіху, адже вашу

організацію можуть показати по телевізору, про неї ймовірно надрукують статті та інтерв'ю у популярній місцевій газеті тощо. Але знову ж таки “може”, а от чи і покажуть і надрукують - це вже запитання, відповіді на які дає моніторинг засобів масової інформації або прес-моніторинг. Крім статей у пресі чи репортажів по телебаченню, ви ще матимете уявлення про якість підготовленого матеріалу про вашу організацію та її діяльність.

Прес-моніторинг здійснюється різними методами:

- *шляхом прочитання газет і журналів, перегляду програм та новин по телевізору, прослуховування радіопередач.* Звичайно, перегляд усіх міських газет чи прослуховування всіх радіопередач може здатися складним завданням, та насправді все набагато простіше. Візьміть реєстраційну форму учасників прес-конференції і перегляньте перелік журналістів, що відвідали ваш захід. Потім законтактуйте з журналістами і запитайте в них: коли буде розміщено повідомлення про прес-конференцію або ваш прес-реліз;

- *шляхом прес-моніторингу, як однієї з послуг інформаційних агентств, комерційних фірм, що надають інформаційно-консультаційні та маркетингові послуги.* Проте це може коштувати досить дорого. Такий метод прес-моніторингу є пасивним, оскільки ви надалі не підтримуєте жодного контакту з журналістами і просто отримуєте готові результати прес-моніторингу.

Після того, як ви знайшли кілька інформаційних повідомлень: статей про вашу організацію у пресі або записали репортажі на відеомагнітофон, необхідно провести аналіз змісту матеріалу або, іншими словами, контент-аналіз. Метою контент-аналізу є вивчення якості статей та репортажів про вашу організацію. Здійснюючи контент-аналіз, ви можете керуватися своїми критеріями якості: відповідність матеріалу реальному змісту, повнота викладу матеріалу тощо.

Не слід занадто критикувати журналістів, якщо вони підготували неякісний матеріал про вашу організацію чи новий соціальний проект. Зробіть із цього належні висновки і підготуйте рекомендації щодо поліпшення роботи організації із засобами масової інформації. Не бажано робити категоричні висновки на зразок “ми не довіряємо журналістам” або “журналісти не вміють гарно писати на соціальну тему”. Налагоджуйте ефективну співпрацю із засобами масової інформації, і це рано чи пізно дасть бажаний результат.

РОЗДІЛ VIII. Підготовка кандидата до виборів

Поняття політичного лідерства

Проблема політичного лідерства, що існувала завжди і скрізь, вивчалась в цивілізованому світі ретельно та без зайвого піклування про тих, хто на таку популярність і лідерство претендували. На десятки років ми, через ряд причин об'єктивного та суб'єктивного характеру, виключили себе з кола цивілізації стосовно цього параметру і сьогодні лише починаємо писати сторінку за сторінкою в області теорії і технології політичного лідерства, відповідаючи для початку на азбучні запитання: хто такий політичний лідер? Чим відрізняється він від вожака і вождя? Яка відмінність між молодіжним лідером і молодим політиком?

На відміну від розвинутих країн, у колишньому СРСР питання про політичне лідерство було ніби знято. В умовах, коли діяв відомий „закон Пітера” і керівний працівник зростав до рівня своєї некомпетентності, говорити про політичне лідерство було не прийнято тому, що в кращому випадку йшлося лише про вожака або вождя. При цьому, і він був не признаним вождем, а вождем призначеним номенклатурою в якості виразника, рупора її інтересів. Вузкий прошарок комуністичної бюрократії за зрозумілими причинами не допускав і не міг допустити, щоб який-небудь відповідальний пост зайняв радикальний політик зі своїми поглядами, силою інтелекту та характеру. Тому вищими керівниками країни ставали досить опосередковані люди, і, як правило, випадково. Їх влада була значно обмежена. Як підкреслює відомий дослідник бюрократії в СРСР А.Авторхамов, всі голови СРСР, Генеральні секретарі КПРС (після Й.В.Сталіна, - авт.) мали лише право опублікувати думку Політбюро і без нього були безсильними. Ще складніша ситуація з лідерством була в республіках колишнього СРСР.

Майже до самого кінця 80-х років, і в умовах перебудови не існувало суб'єктивних передумов у вигляді можливості політичного лідерства. Демократизація суспільства, виникнення політичного плюралізму, зростання політичної культури громадян вперше проклали дорогу для можливої реалізації політичних лідерів. Безсумнівно, все, що нині відбувається в області політичного лідерства, ще не досконале, так як ще не зовсім здорове наше суспільство. Тому доволі часто у нас переважає прагнення не „винаходячи велосипеда”, брати все найцікавіше, випробуване із західної політології, західних технологій політичного лідерства, хоч і з деякими виправленнями.

Вперше трактування поняття лідерства, а також політичного лідерства ми знаходимо в працях античних істориків Геродота, Плутарха, Гракха та інших. У центрі їх історичних розповідей завжди знаходились визначні особистості - монархи, полководці, впливові державні мужі. Цих людей розглядали як деяких володарів від бога, які істотно

відрізняються від собі подібних громадян, і, природньо, претендують на всі блага в суспільстві. У середні віки Н. Маккіавелі вважав, що типовий політичний лідер - правитель, який домагається мети, не вибираючи засобів.

Ф. Ніцше у праці „Генеологія моралі” вказував на прагнення людини зайняти пост лідера як на природній інстинкт людини і зазначав, що лідер має право ігнорувати мораль.

Ця думка дещо перегукується з міркуваннями Б. Рассела, який визначав, що найголовнішою потребою людини є жадання влади і слави. Жадання влади має дві форми: експлікативну (explicit- чітко виражену), що притаманна лідерам, і імплікативну (implicit- нечітко виражену), що притаманна послідовникам.

Більш пізні західні політологи і соціологи намагаються з'ясувати проблему лідера уже на інших рівнях. Заслугує на увагу концепція особистих якостей, згідно якої лідер є особистістю з відповідними соціально-психологічними якостями (почуттям гумору, такту, вмінням звертати на себе увагу та ін.)

Проголошується також підхід, при якому особистість виступає як функція ситуації. Поведінку лідера, його позиції, придатні в одній ситуації, не можна використовувати в інших. В одних умовах на посаду лідера підходить одна людина, в інших - інша. У рамках цієї теорії цікаві висновки роблять Е. Фромм та Д. Рісмен. Вони вважають, що лідером може виступати безпринципна людина, яка є “функцією ситуації”, керівником, що підкоряється обставинам.

Здається цю проблему спробував вирішити Д. Є. Видрін, який зробив спробу розрізнити поняття “вожак “ і “ політичний лідер “. Вожак скоріше і відповідає портрету того політичного лідера, який змалювали Е. Фромм та Д. Рісмен.

До найбільш характерних рис вожака належать: потакання щохвилиним найпростішим вимогам мас; використання для підвищення і підтримки власної популярності критичних емоційних станів великих груп людей - страху, ненависті, ворожби; підлезування і підлабузництво перед масами; використання лексики юрби; завищені обіцянки, звертання до найменш підготовлених і малоосвічених верств населення. Філософ і політичний мислитель Семен Франк казав : “Вожак - це той, хто не в змозі перевершити найнищі прошарки суспільної свідомості і вийти на рівень саме взаємодії з найперспективнішими суспільними силами. Якщо “номенклатурник - це слухняний рупор верхів, то вожак - не менш слухняний рупор низів”. Г. Лебон висловився ще рішуче: “Вожак дуже рідко іде попереду суспільної думки; звичайно він іде за нею і вбирає в себе всі її помилки. Немало проникливих і їдких висловлювань присвятив феномену вожака і П.Струве. На переконуючих історичних фактах він показав, що найчастіше політичний вожак паразитує на ідеї руйнації і саме на ній будує свою популярність і кар'єру, оскільки маса, як правило, легше сприймає не створюючі, а саме руйнуючі ідеї.

Отже політичний вождь і політичний лідер - це дві несумісні речі, і відрізнити лідера від вождя не важко. Найголовніша ознака, за якою це можна зробити, - інноваційність, тобто здібність лідера постійно продукувати нові ідеї (або їх комбінувати і вдосконалювати, зважаючи на те, що інновація поділяється на радикальну, комбінуючу і вдосконалюючу).

Значна кількість західних вчених були і залишаються прихильниками концепції лідерства, побудованої на припущенні, що лідери - це люди, обдаровані специфічними лідерськими рисами ще від народження. Найбільш поширеною тут виступає так звана харизматична концепція, згідно якої лідерство отримують видатні люди як дещо, що зійшло на них як благодать. Харизматичний тип лідерства заснований на неординарних, незвичайних якостях самого лідера, по суті цей тип лідерства спирається на авторитарний механізм володарювання.

Інший напрямок - інтерактивний. Його прихильники відстоюють те, що лідером може стати будь-яка людина, що відіграє певну роль у міжособистісних відносинах і, зрозуміло, не позбавлена організаторських здібностей.

У визначенні феномена політичного лідерства часто використовується також системний аналіз. Суть його в тому, що політичний процес, політична діяльність розглядаються не інакше як гра ролей, в яку грають "серйозні люди".

Такий підхід до виявлення сутності політичного лідерства виник в результаті виявлення двох зрізів у будь-якій політичній ролі. Перший - об'єктивно-соціологічний. У відповідності до нього вважається, що в політичному житті і діяльності "ролі" політиків не тільки завчасно розподілені, але й певним чином повинні бути узгоджені. Другий зріз політичного лідерства більш важливий - це зріз соціально-психологічний, що стосується суб'єктивного сприйняття власної ролі як політиком, так і тими людьми, що спостерігають за політиком. Мова йде про те, що політики зовсім по-різному усвідомлюють свою роль, призначення і також по-різному її виконують. У новітній політичній думці Заходу проблема лідерства розглядається частіше в плані емпіричних досліджень у малих соціальних групах. При цьому за допомогою різноманітних психометричних і соціометричних тестів і методик виявляються психологічні і соціо-психологічні аспекти лідерства, які досліджують механізм групової інтеграції, об'єднувальної дії групи навколо особистості (лідера).

До найбільш поширених зарубіжних теорій лідерства належать:

1) *теорія рис* (лідерство трактується як феномен, породжений специфічними рисами лідера);

2) *теорія визначальної ролі послідовників* (лідерство в ній виступає як функція від запитів і очікувань однодумців-соратників, які приймають чи відхиляють лідера, його позицію);

3) *релятивна теорія* (потребує врахування при дослідженні лідерства рис лідера і специфічних умов, за якими він діє, характер групи її членів);

4) *ситуаційна теорія* (лідерство розглядається як явище, детерміноване тією чи іншою ситуацією).

Ряд сучасних західних вчених відстоюють думку про те, що лідерство проявляється тільки у проблемних ситуаціях, які виникають перед колективом чи групою, незалежно від її чисельності - якщо обставини зачіпають інтереси, турботи людей, доводиться приймати рішення.

Цікавий погляд на виявлення лідерства у Рассела. Він каже, що лідерство проявляється не завжди. "Людам подобається влада до тих пір, поки вони вірять в свою здатність контролювати ситуацію, проте, коли вони знають про власну нездатність, то надають перевагу слідуванню за лідером".

За Такером, діяльність лідерів поділяється на три фази - функції:

- 1) *діагностична функція*: лідери визначають ситуацію, ставлять їй "діагноз";
- 2) *пропонуєча функція*: лідери пропонують певну політичну лінію, тобто напрямок дій в інтересах групи, який вирішуватиме проблемну ситуацію;
- 3) *мобілізуюча функція*: лідери покликані добитися підтримки групою даного ними визначення її становища і запропонованого плану дій.

Існує величезна типологія політичного лідерства. Так, Г.Лассуел намагається пояснити типи лідерів, виходячи із особливостей їхньої політики. З цих позицій він виділяє лідерів - ідеологів, агітаторів, теоретиків. На думку Г. Лассуела лідерами - агітаторами керує почуття провини, вони шукають полегшення через такі механізми, як викривання інших. Лідери-ідеологи - це індивідууми, котрі пережили втрату багатьох ідей. Лідери-теоретики схильні до теоретизування, вміють поборювати тривогу, перетворюючи її у слова, заяви і маніпулювати ними.

Більшість сучасних політологів виходить із дихотомічного трактування лідерства. В.Хагеман виділяє "консервативний" і "революційний" типи лідерів. Перший у своїй діяльності спирається на традиційні установки та норми, другий - основні свої дії спрямовує на поновлення останніх, тому мусить мати особливі риси характеру.

Дві категорії лідерів - *перетворювачів та дільців* - виділяє Дж. Йернс. Лідери-перетворювачі діють в ім'я реалізації своїх глобальних поглядів, лідери-дільці, навпаки, чинять "тут" і "негайно", концентруючи свою увагу на деталях, незважаючи на те, яким повинно стати суспільство в остаточному підсумку. Дж. Йернс також пов'язує ці типи лідерів з наявною ситуацією і середовищем, де відбувається їхня діяльність. Він взагалі протиставляє революційне лідерство в межах суспільства, як перетворююче, партійному.

Цікаву типологію політичного лідерства запропонував Є. Вятр. Вона ґрунтується на психологічних рисах й типах поведінки політичних лідерів і постає у такому вигляді: виходячи із ставлення до ідеології власного руху виділяють “чисті” типи *лідера-ідеолога* та *лідера-прагматика*; за ставленням до власних прихильників існують *лідер-харизматик* та *лідер-представник* (перший формує, другий виражає волю тих, хто за ними стоять); за ставленням до противників лідери бувають *угодовцями*, що прагнуть до пом’якшення конфлікту і пошуку компромісних рішень, а також *фанатиками*, котрі намагаються навмисне загострити конфлікт і будь-що знищити противника; за способом оцінки дійсності виділяють “чисті” типи *відкритого лідера* та *лідера-догматика*.

Допускаються й інші критерії класифікації політичних лідерів. Зокрема, можлива і необхідна типологія за рівнем лідерства: *загальнонаціональні лідери*, *лідери регіональних, локальних спільностей різного масштабу*.

Можливий підхід до лідерства на рівні різних політичних інститутів - “*перших осіб*” тих чи інших партій, суспільно-політичних організацій та рухів.

Також розрізняють два виміри політики лідерів на підставі того, чи *прагнуть вони змінити* або *зберегти існуюче становище* і які *масштаби проблем їм доводиться розв’язувати*. Взаємозалежність цих двох вимірів дає змогу виявити типи впливу лідерів на суспільство.

Цікавий тип лідерства описав Рассел, зокрема на прикладі Кромвеля, Леніна та Гітлера. Він зазначає, що Кромвель і Ленін були людьми глибоких релігійних, за характером, переконань, які вірили в те, що є обраними виконавцями надлюдського замислу. Таким чином їх власні спонукання здавались їм виправданими, і вони мало піклувалися про ті блага, що дає влада. Наполеон, на відміну від них, - яскравий приклад солдата, якому пощастило. Революція влаштувала його, оскільки забезпечувала його власний шанс, в інших відношеннях він був би байдужим до революції. Його успіх прийшов не стільки завдяки визначним якостям особистості, скільки завдяки практичним навичкам у військовій справі. Саме розум Наполеона, а не його психологія, дали йому силу для того, щоб одержати перемогу там, де інші зазнавали поразку. Зважаючи на все це тип Гітлера схожий з типом Кромвеля і Леніна, а тип Муссоліні - з Наполеоном.

За політичним практичним досвідом класифікують лідерів як демократів і диктаторів. Останній тип лідерства властивий авторитарним режимам. Як зазначав Р. Міхельс, диктаторство вождів впливає не тільки з ганебної жадоби панування і дикого свавілля, а й дуже часто зі щирої впевненості в значимості власного „я” для суспільства. Що представляє собою цей тип, можна побачити на прикладі Й. Сталіна. Поширювалися міфи про його виняткову силу волі, стійкість, рішучість та „геніальність”. Насправді він був надзвичайно нерішучим, дуже часто не знав як бути і що робити. Така ж пристрасть до влади

і честолюбство, бажання будь-якою ціною бути об'єктом уваги, досягти слави і викликати захоплення юрби була властива й іншим диктаторам, зокрема Гітлеру. До речі, не завадить знати, що Гітлер страждав на короткозорість. Тексти його промов друкувалися на машинці великими літерами, і виходив Гітлер до народу без окулярів, роблячи вигляд абсолютно здорової людини.

Дія демократичного лідера не виходить за межі закону, насамперед конституції. Однією з ознак демократії є можливість ненасильницьким шляхом усунути від влади недостойного лідера.

Істотне значення має поділ лідерів на *реформаторів* і *революціонерів*. Це, насамперед, відмінності в питаннях тактики. Для реформаторів типовим є прагнення до мирної тактики поступових змін, в основному шляхом переконання. Революціонери дотримуються екстремістської тактики, що включає насильство. Хоча для досягнення окремих цілей революціонери за певних умов беруть на озброєння тактичні прийоми реформаторів. У свою чергу реформатори стикаються з тим, що їхня ненасильницька конфронтація викликає тактику насильства з боку прихильників існуючих порядків.

Різниця між лідерами *реформаторами* і *революціонерами* більшою мірою виявляється в розумінні й оцінці ситуації. Як зазначає Р.Такер, реформатор відстоює базовий міф політичного суспільства, його ідеальну модель культури. Відхилення практики в деяких сферах життя від моделі - це ситуація, яку можна і потрібно виправити. Революціонер, визначаючи колективну ситуацію, вважає, що вона ганебна, виправити її неможливо. Єдиний вихід - фундаментальна перебудова суспільства.

Завдяки авторитету й особистому впливу політичний лідер відіграє визначальну роль у здійсненні влади над організацією, до якої він належить і яку очолює. Функціонально він покликаний формувати політичний курс, стратегію і тактику. Його діяльність здійснюється на трьох взаємопов'язаних рівнях: перший - здійснення функції оцінки (від лідерів чекають авторитетної, мудрої та своєчасної оцінки групових ситуацій), другий - вироблення лінії поведінки (визначення від імені групи напрямку її дій з метою розв'язання проблеми), третій - виконання мобілізуючих функцій (лідер повинен домагатися підтримки всієї групи або її більшості в оцінці ситуації і реалізації наміченого плану).

Лідер - обов'язково особистість, продукт „природного відбору”. У зв'язку з цим слід розрізняти поняття „лідер” і „керівник”. Політичний керівник також визначає мету політики і засоби її досягнення, домагається реалізації певної стратегії і тактики. Проте, робить це тому, що призначений або вибраний на керівну посаду. Звичайно, він може бути при цьому справжнім лідером - це найкращий варіант. Але можлива і відсутність у політичного керівника, як в особи, якостей лідера. І ще одне: якщо керівник призначається, то лідер висувається стихійно.

Серед усіх атрибутивних якостей політичного лідера на перше місце можна поставити харизматичні якості: вміння говорити, спілкуватись із людьми. Базовими для лідера є також якості організаторські. Перш за все - це вміння створювати свою команду.

Три вирішальні і обов'язкові якості для лідера визначав М. Вебер. Це - пристрасть, почуття відповідальності, окомір. Пристрасть у розумінні орієнтації на сутність „справи”, пристрастну самовідданість їй. Проте, однієї тільки пристрасті недостатньо. Відповідальність за справу повинна бути провідною міркою його діяльності. А для цього потрібен окомір, здатність внутрішньо зібрано і спокійно піддаватися впливові реальностей. Відсутність дистанції і тільки такої - один із смертних гріхів усякого політика.

Звичайно, лідер повинен бути наділений багатьма визначальними рисами . Зокрема, він повинен зрозуміти і ліквідувати, а ще краще, не допустити політичного конфлікту. Лідер повинен мати здібність відчувати політичний час, адже вважається, що лідер, який іде на компроміс раніше ніж треба, втрачає авторитет, а лідер, який іде на компроміс пізніше ніж треба, втрачає ініціативу.

Певна річ, серйозний політичний лідер повинен мати власну політичну програму, втілення якої у життя стане „альфою і омегою” його власної політичної лінії. Процес реалізації цієї програми багато в чому залежить від уміння особистості доповнити формальне лідерство (яке пов'язане з встановленими для „першої особи” правилами і функціональними відносинами) з лідерством неформальним (воно виникає на основі особистісних взаємовідносин у даній групі). В іншому випадку, якщо формальне лідерство вступає в конфлікт з лідерством неформальним, то проблема реалізації політичної програми матиме низький процент ймовірності і слабку перспективу.

Формування морально й інтелектуально розвиненої особистості сьогодні - це високоякісна демократія і цивілізована державна політика завтра. Справді вільною і справді незалежною Україна може стати лише за умов становлення і зміцнення у суспільстві стійкої, життєздатної традиції цілеспрямованого виховання у людини почуття власної духовної гідності - воно не просто забезпечує їй імунітет проти „вуличного плюралізму”, а є найпершою й основною аксіомою правосвідомості і політичної культури особистості, включаючи й особистість політичного лідера. Ця традиція, а ми є свідками перших її паростків, і започатковує перехід від авторитарного лідерства (яке передбачає одноосібний спрямовуючий вплив) до демократичного лідерства (яке залучає людей до спільного управління суспільними справами), а якщо ширше - то і до формування розвинутого демократичного менталітету українського народу.

Підбір і висування кандидата

Кандидат - центральна фігура кампанії. Тому привабливість основної ідеї кампанії прямо пропорційна привабливості самого кандидата.

Хоча кожна передвиборча кампанія має свої особливості, проте є ряд універсальних принципів, що можуть бути застосовані для оцінки будь-якого кандидата.

1. *Відданість справі.* Кандидат повинен бути стійким прихильником конкретної ідеї чи справи політичної організації. Він повинен бути готовим усіма силами домагатися перемоги у виборах, жертвуючи при цьому за необхідністю своїм особистим часом. Кандидат повинен мати якості завзятого бійця, здатного витримати пильну і критичну увагу громадськості, що неминуче супроводжує громадських діячів.

2. *Керівні здібності.* Кандидат повинен бути здатним керувати і спрямовувати діяльність великої кількості людей для досягнення однієї загальної мети. Здатність керувати це не просто якість, необхідна для виборної посадової особи, це найважливіша передумова для створення сильної і гнучкої організації з метою проведення виборчої кампанії. Кандидат повинен брати участь у керівництві передвиборчою кампанією і розподілі повноважень.

3. *Особисті якості.* Під особистими якостями кандидата маються на увазі ті моральні риси, що формують моральність особистості. Кандидат є особою передвиборчої кампанії, її основним представником для зв'язків із громадськістю і головним у збиранні фінансів для її проведення. Тому він повинен бути здатний завоювати повагу і довіру майбутніх виборців.

Найістотніші елементи успішної роботи з відбору і висування кандидатів містять у собі наступні дії:

1. Переконати політичну громадськість даного виборчого округу в можливості завоювання виборної посади і заручитися її підтримкою для переконання гідного кандидата балотуватися у виборах.

2. Спрямувати ресурси партії і громадськості на виявлення потенційних кандидатів.

3. Провести дослідження з метою визначення якостей і характеристик ідеального кандидата для даних виборів.

4. Довести потенційним кандидатам реальність завоювання виборної посади чи, принаймні, необхідність участі у виборах при відсутності повної впевненості в перемозі.

5. Переконати потенційного кандидата в тому, що зібраних коштів вистачить для перемоги у виборах.

6. Довести кандидату, що віддача від займання виборної посади відшкодує ті втрати, що він/вона понесуть у плані особистого життя родини чи кар'єри.

7. Партія повинна давати кандидату тільки ті обіцянки, які вона може виконати.

Щонайперше, при виборі кандидатів варто розібратися з особливостями даного виборчого округу. Як мінімум, це включає аналіз електорату, ознайомлення з особливостями демографічної ситуації в окрузі і рівнем життя людей, які проживають у ньому. Розуміння цих факторів допоможе знайти гідних кандидатів відповідно до цього критерію. Результати

вивчення виборчого округу дозволяють визначити вихідцем з якої його соціальної верстви повинен бути „ідеальний” кандидат. Так, при вивченні округу дізнаються прізвища місцевих громадських діячів, які можуть стати гідними кандидатами на виборах. Може статися, що деякі з цих людей стоять поза політикою, не є депутатами, але користуються повагою в місцевого населення. Найчастіше, вони ніколи не задумувалися про те, щоб балотуватися на виборні посади. Однак, якщо таким людям запропонувати випробувати свої сили, вони іноді охоче погоджуються. Крім того, дуже важливо переконати потенційного кандидата в тому, що він здатен здобути перемогу на виборах. Для цього потрібно, якщо це можливо, використовувати приклад успіх кандидатів від вашої партії на попередніх виборах саме в даному виборчому окрузі.

Аналіз опитувань громадської думки про кандидатів від інших політичних партій може теж виявитися могутнім засобом для пошуку гідних кандидатів і дозволяє визначити які гасла і теми будуть сприяти досягненню перемоги. Не провівши, принаймні, короткого вивчення своїх політичних суперників, важко відповісти, власне кажучи, на основне питання вашого потенційного кандидата про те, як здобути перемогу у виборах. Аналізуючи слабкі сторони своїх політичних суперників, перевірте їх відносно так званих „шести смертних гріхів”: з’ясуйте, чи не:

- ✓ голосував за введення вищих податків;
- ✓ домогся підвищення своєї зарплати, перевищував свої повноваження;
- ✓ втратив занадто багато голосів на попередніх виборах, допустив інші елементарні прорахунки;
- ✓ переїхав у даний округ нещодавно з кар’єристськими намірами (зазвичай, це не застосовуємо до осіб, які вже обіймають виборну посаду);
- ✓ діяв при вирішенні важливого і хвилюючого всіх питання;
- ✓ відбувалося перераховане вище неодноразово.

Якщо ваш основний суперник є депутатом, проаналізуйте його останні виборчі кампанії, а також перші вибори, у результаті яких він одержав виборну посаду. З’ясуйте, які обіцянки він роздавав на виборах і як проводилися виборчі кампанії.

Термін „ідеальний кандидат” може використовуватися лише умовно – жоден кандидат не ідеальний. Сила вашої партії полягає в тому, щоб у неї була безліч кандидатів, які претендують на виборні посади. Визначення характеристик, властивих ідеальному кандидату, допомагає зрозуміти, якими якостями повинен володіти кандидат для досягнення успіху.

Ідеальний кандидат повинен володіти двома групами якостей:

- 1) визначеними загальними навичками й уміннями, обов’язковими для кандидата у виборах;

2) якостями, які диктують конкретні умови даного округу й обумовлені особливості виборчої кампанії.

До якостей першої групи належить можливість кандидата витримувати фізичні й емоційні навантаження під час кампанії, збирати навколо себе групу відданих прихильників, уміння переконувати своїх слухачів, збирати грошові пожертвування, а також викладатися без залишку в інтересах кампанії.

Вивчення результатів соціологічних опитувань і аналіз можливостей опонентів дозволить вам загалом визначити якості, необхідні ідеальному кандидату для перемоги в даному окрузі. Місцеве коріння і професійний досвід допоможуть вашому кандидату „вписатися” у специфіку округу і можливо виділять його в кращий бік порівняно з опонентами.

Наприклад, якщо в окрузі переважають робітники, а основним політичним опонентом є банкір або технократ з „білих комірців”, доцільно підібрати кандидата з робітничого середовища. Якщо ваш опонент родом із менш населеної частини округу, вигідніше шукати кандидата серед мешканців того району, де проживає основне число виборців.

Хороший кандидат повинен відповідати таким вимогам:

- ✓ *Сильний характер*: кандидат повинен уміти справлятися з емоційними і фізичними навантаженнями передвиборчої кампанії. Він повинен продемонструвати, що добре розуміє потреби виборців і вірить, що краще від інших зможе захищати їхні інтереси. Кандидат повинен завоювати повагу широких верств населення округу.

- ✓ *Організаторські якості*: кандидат повинен мати групу відданих прихильників кількістю 6-10 чоловік (для великої виборчої кампанії значно більше), які будуть не тільки допомагати в проведенні кампанії, але і давати об'єктивні поради кандидату. Кандидат повинен уміти надихати людей на добровільну і безоплатну участь у своїй передвиборчій кампанії.

- ✓ *Фінансування*: кандидат повинен уміти звертатися за грошовою допомогою (чи ж мати достатньо власних коштів), а також знаходити і підтримувати в окрузі контакти з заможними людьми і мешканцями, готовими вносити свої пожертвування.

- ✓ *Опирається на визначену частину електорату*.

- ✓ Кандидат повинен користуватися безумовною підтримкою визначеної частини електорату завдяки політичним, географічним, фінансовим чи ідеологічним причинам.

Існує безліч сфер діяльності, де потенційний кандидат може набути досвіду, що пригодиться для виборчої кампанії. Але буває і так, що його справи зосереджені у конкретній сфері, що майже не зв'язана з питаннями політики. Тому час до оголошення

намірів балотуватися, потенційний кандидат повинен використовувати для проби своїх сил, нагромадження деякого досвіду і знань про суть тих битв, що у нього мають бути.

Кандидати часто „вриваються” у виборчу кампанію без відповідної підготовки і уявлення про те, що їх очікує. Переважно це відбувається тому, що до подачі реєстраційних документів людині просто бракує часу на осмислення своєї ролі як кандидата.

Але будемо виходити з того, що є досить часу зібратися з думками і силами й остаточно прийняти рішення стосовно включення у передвиборну гонку. У залежності від можливостей на момент прийняття такого рішення людині знадобиться ще від шести місяців до року, щоб стати кандидатом. Тут багато чого буде залежати від його здорового глузду і вже зроблених перших кроків по шляху зміцнення своїх позицій.

Але навіть і тоді, коли немає часу, у випадку, якщо людина вже заявила про свій намір балотуватися, ніколи не пізно почати ті необхідні для підготовки кандидата дії, про які ми згадаємо далі.

Привести все до ладу: кандидату необхідно подивитися на себе критично, переконатися, чи в нього є бажання працювати у даній галузі, чи вистачить у нього витримки і сил боротися за виборну посаду. Перш ніж інші повірять у нього, йому потрібно самому повірити в себе.

Кандидату варто *розібратися з деякими проблемами*. Наприклад, істотно те, чи живе він на території округу, де планує балотуватися? За законом це може бути і не обов'язково, але з політичної точки зору дуже важливо. Чи є в нього борги? Чи заручився він підтримкою з боку родини? Чи має можливість на час виборчої кампанії залишити свою постійну роботу? Чи може він розраховувати на зарплату з основного місця роботи?

Слухати, вчитися, ставати лідером. Щоб бути впевненим у собі, кандидату необхідно розуміти проблеми і питання, що хвилюють людей у даній місцевості. І чим більш активним він буде на території виборчого округу, тим глибше перейматиметься цими проблемами. Кандидату потрібно навчитися мислити масштабно.

Найкращий шлях до розуміння проблем жителів виборчого округу - це навчитися уважно слухати. Кандидат повинен змусити себе їздити по окрузі і вислухувати людей про їх проблеми, дати їм можливість виговоритися і висловити свої думки як під час випадкових зустрічей, так і на запланованих зборах. Кандидату потрібно прагнути охопити всі верстви населення, ніколи не зосереджуючись винятково на тих групах, що йому симпатизують.

Вислуховуючи людей в окрузі, він довідається про те, що їх більше хвилює. Узагальнивши свої враження і розібравшись у суті їхніх турбот, він буде більш підготовлений до того, щоб стати лідером.

Люди цінують лідера, що вислухує. Фундаментальний принцип демократичної системи влади укладається саме в тому, щоб обрані посадові особи представляли людей, що

обрали їх. Керівником для них є народ. А чи зможе кандидат представляти інтереси виборців, якщо не перейметься їхніми турботами?

Для того, щоб кандидату краще вивчити людей в окрузі і глибше зрозуміти, що їх хвилює:

1. Наприклад, читає всі листи, що прийшли в редакцію місцевої газети за останні два тижні. Вибирає серед них 10, які найбільше зацікавили його. Зв'язується з їхніми авторами і влаштовує з ними зустріч для обговорення питань, що вони підняли в листах. Записує свої враження про ці зустрічі, а також ключові фрази, якими користалися присутні.

2. Проводить зустрічі на трьох різних підприємствах, де він ніколи не був раніше, причому підбирає такі, де працює більшість людей його виборчого округу (краще зробити це конфіденційно). Записує свої враження про роботу на підприємствах.

3. По черзі, у неділю, відвідує церкви на території виборчого округу. У кожній намагається поговорити з парафіянами і духовними особами. Записує свої враження.

4. Кандидат зустрічається з місцевими керівниками сфери охорони здоров'я, просить у них дозволу провести якийсь час у лікарнях. Розмовляє там із хворими, родичами, що їх відвідують, та іншими людьми. Бере інтерв'ю в лікарів. Робить запис своїх вражень.

Наведені вправи є прикладом того, як можна довідатися про життя і проблеми жителів виборчого округу. Отримані враження допоможуть кандидату подумати над тим, що можна ще зробити, щоб краще зрозуміти людей, його майбутніх виборців.

Досліджуючи округ і виборців, кандидат повинен почати зі збору географічної, демографічної й історичної інформації про свій виборчий округ. Він не повинен тішити себе думкою, що все знає про місцевість. Варто також зібрати матеріал про результати попередніх виборів. Потім, переглянувши всю цю інформацію, можна сформулювати задачі для проведення об'єктивного дослідження.

Кандидат зобов'язаний скласти *список відомих людей* у своєму виборчому окрузі й *організувати зустрічі з ними*. Заносить у список обраних посадових осіб, а також впливових представників промисловості і підприємницьких структур, культури, лідерів суспільної думки.

Кандидату потрібно *зустрітися з керівництвом місцевих партійних організацій*, *порадитися з колишніми кандидатами*, що балотувалися на посаду, за яку він тепер бореться. Кандидат зобов'язаний знайти привід для зустрічі з ними. Якщо він знає їх особисто, можна спробувати заручитися їхньою підтримкою. В іншому ж випадку, це може бути просто візит ввічливості з метою обговорити різноманітні проблеми округу. Але не слід покладати особливі сподівання на їхню підтримку, особливо якщо кандидат лише випадково знайомий з ними.

Більшість кандидатів потребують підтримки впливових людей округу. Зустрічаючись з ними, кандидат повинен позитивно на них вплинути. Тоді вони можуть поділитися з ним важливою інформацією про округ. Якщо він заручиться їхньою підтримкою, вони допоможуть його кампанії матеріально, організаційно і забезпечать підтримку з боку громадськості.

Далекоглядний кандидат повинен *встановити добрі стосунки з засобами масової інформації* в окрузі. До того, як він висуне свою кандидатуру на вибори, необхідно з'ясувати, хто є ведучими фігурами в засобах масової інформації, здатними вплинути на виборчу кампанію. Кандидат складає список усіх джерел масової інформації, що обслуговують округ, включаючи щоденні і щотижневі газети, радіо- і телестанції.

У кожному з інформаційних джерел він знаходить найбільш впливових працівників, що могли б висвітлювати його кампанію: видавців, редакторів газет, керівників радіо- і телестанцій, тих, хто задає тон у висвітленні новин. Вивчає, як ці люди підносять місцеві і загальнодержавні новини, подають аналітичні матеріали. Довідується, хто з журналістів спеціалізується з тих чи інших питань. Стежить за їхніми публікаціями протягом декількох місяців.

У залежності від свого суспільного статусу кандидат робить спробу зустрітися з цими ключовими фігурами і довідатися якнайбільше про їхні організації. З'ясовує порядок роботи очолюваних ними інформаційних джерел, їхнє відношення до листів на ім'я редактора, чи ведуть вони особливі рубрики, наприклад, колонку гостей у газеті, місцеві програми на радіо- і телебаченні і т.д. Ці люди можуть стати невичерпним джерелом інформації про округ, його життя і гострі проблеми.

Кандидат мусить розширити свою участь у житті місцевих громадських організацій, але без зайвої реклами. Дістає інформацію про всі клуби і суспільні об'єднання, що діють у його виборчому окрузі. Якщо він не є їхнім членом, пробує вступити в найбільш впливові організації й активно в них працювати. Намагається відвідувати загальні збори таких суспільних утворень як ради ветеранів, організації жінок, шкільні ради й ін. З'ясовує, які проблеми їх хвилюють, довідується про їхнє фінансове становище і штатних працівників.

Проведення виборчої кампанії вимагає твердого планування зустрічей з людьми, публічних виступів, знання різних проблем, довгих годин роботи і постійних відряджень. Кандидат готується до таких іспитів заздалегідь, прагне бути в гарній фізичній формі. Деякі кандидати заради цього худнуть, кидають курити, починають систематично займатися фізичними вправами.

Багатьох турбує необхідність виступати перед великими аудиторіями, оскільки не кожному вдається добре це робити. Тільки постійні виступи допоможуть кандидату розвивати ораторські здібності. Нерідко трапляється так, що він набагато краще викладає

свої думки наприкінці кампанії, ніж на її початку. Існують спеціальні школи, курси й окремі фахівці, що проводять заняття з ораторського мистецтва. Кандидат повинен звернутися до них з метою попрактикуватися в публічних виступах.

Кандидат визначає початкову кількість штатних працівників кампанії і починає підбирати помічників. Імовірно, у нього вже є на прикметі деякі люди, що могли б приступити до роботи. Намітивши план кампанії і глибше розібравшись у її вимогах, він може організувати більший штат команди. Але для початку варто намітити потенційних працівників. До речі, кандидату не слід давати великих обіцянок людям на початковому етапі роботи. Спочатку потрібно придивитися до них, а вже потім призначати їх на офіційні посади і завантажувати обов'язками. Кандидат може використовувати цей час як випробуваний термін, щоб побачити, як люди працюють разом, як вони реагують на його кандидатуру.

Існує кілька задач, що вже на початку повинні виконати члени керівної команди: допомогти зібрати аналітичні матеріали, щоб розробити план кампанії, установити потенційних прихильників і скласти список тих, хто робив пожертвування на ведення попередніх кампаній. Вони також можуть допомогти кандидату підібрати керівника кампанії й інших платних працівників команди.

Якщо кандидат - член партії чи входить до складу фракції в представницькому органі, то перш ніж заявити про свій намір взяти участь у виборчій кампанії, він повинен зустрітися з лідерами своєї партії. Це вкрай важлива частина політичного протоколу, який не можна зневажати. Але, крім того, дані люди більш досвідчені і здатні краще підготувати його як кандидата. Вони можуть вивести кандидата на необхідні контакти для відбору основних радників, складання списку добровольців, забезпечення підтримки з боку вже обраних посадових осіб, одержання політичної інформації і фінансової допомоги. Вони також можуть допомогти йому скоординувати свою виборчу кампанію з іншими кампаніями в даній місцевості, щоб уникнути конкуренції за ті самі ресурси.

Кандидату корисно довідатися, як інші кандидати планують працювати з партійними добровольцями, виконувати програми контактів з виборцями й іншою роботою під час майбутніх виборів. Такі програми можуть виявитися надзвичайно корисними і для його кампанії.

З іншого боку, якщо кандидат живе в такому районі, де важко розраховувати на допомогу місцевих партій чи організацій, то про це краще довідатися заздалегідь.

Партійна організація може допомогти своєму кандидату:

1. Проведенням навчальних семінарів для кандидатів.
2. Проведенням рольових ігор із використанням відеокамери для розвивання навичок проведення публічних дебатів.

3. Проведенням досліджень, необхідних для вироблення стратегії передвиборчої кампанії.
4. Вивченням політичної біографії опонента вашого кандидата, включаючи спеціальний аналіз результатів його голосування з 20-40 найважливіших законопроектів. (Дані можуть бути надані національною штаб-квартирою партії або парламентською фракцією).
5. Наданням відомостей про демографічний склад виборчого округу (дані перепису населення і т.п.).
6. Пільговими розцінками або безкоштовно як внесок у фонд кампанії для проведенням соціологічних досліджень.
7. Залученням апарату партії або добровольців до складання плану проведення кампанії, контролю за її проведенням і надання необхідної допомоги для її проведення.
8. Проведенням програми „шефської допомоги”, у рамках якої депутат від партії „опікує” вашого кандидата і допомагає йому в проведенні виборчої кампанії.
9. Наданням прямої фінансової і технічної допомоги.
10. Складанням списків прізвищ і телефонів виборців, оформленням поштових конвертів тощо.
11. З’ясуванням настрою виборців.
12. Проведенням програм, спрямованих на підвищення активності виборців.
13. Виділенням штатних працівників (якщо вони є) для участі в проведенні передвиборчої кампанії в останні кілька тижнів перед виборами.

Надзвичайно важливо, щоб партійне керівництво забезпечило висування гідного кандидата від партії на будь-яку виборну посаду. Ніколи не можна допускати, щоб через чийсь недбалість виборна посада дісталася іншій партії. Якщо в списках буде фігурувати кандидат від вашої партії, іншій партії доведеться витратити багато ресурсів на проведення виборчої кампанії. При відсутності конкуренції, ці ресурси пішли б на користь кандидата від цієї ж партії в іншому окрузі і зміцнили б його шанси на перемогу.

Кандидат - особа, що несе повну відповідальність не тільки перед самим собою, але і перед тими, хто його підтримує. Кожен кандидат, що балотувався у виборний орган, після виборів відчуває себе втомленим, „вичавленим як лимон”. Ця робота виснажлива не тільки для нього, але і для його родини, друзів, усіх помічників. Тому будь-який кандидат від початку повинен бути упевнений у собі, у правильності прийнятого рішення і готовий віддати всі сили для перемоги.

Кандидат - це епіцентр виборчої кампанії. Його поведження визначає успіх боротьби.

Формування позитивного іміджу

Сучасна політологічна наука виділяє шість основних способів, які можна використати для формування іміджу:

1. Декларація причетності.

Цей спосіб полягає в тому, що Ви використовуєте свою причетність до якоїсь політичної партії, громадської організації, руху чи конкретного політика, які є популярними в даному регіоні. У цій ситуації особистісні характеристики кандидата відходять на задній план.

2. Створення міжособистісного контрасту.

Цей метод полягає в порівнянні кандидатів, їх особистісних характеристик, соціально-психологічних та професійних статусів, віку, зовнішності, статі, освіти та ін. Порівняння проводиться за параметрами, які для Вас можуть стати найбільш придатними. Ними можуть бути риси характеру, фізична привабливість, комунікабельність, ставлення до якоїсь із проблем даного округу.

3. Створення ідеологічного контрасту.

Даний метод подібний до попереднього. Відрізняється він тим, що побудований виключно на ідеологічних факторах (комунізм, антикомунізм, консерватизм, лібералізм тощо).

4. Ставка на базову проблему.

Світова політична практика знає приклади, коли об'єктивно слабкіші кандидати перемагали своїх конкурентів, зробивши ставку на єдину базову проблему, яка була дуже актуальною для виборців даного округу або регіону.

5. Формування позитивного іміджу кандидата.

Ні в кого, мабуть, не викликає сумнівів те, що якщо Ви хочете, щоб за Вас проголосували, треба подібатись виборцям. Занадто позитиву не буває. Якщо Ви навіть користуєтесь неабиякою популярністю серед населення, треба весь час слідкувати за еволюцією Вашої іміджу в суспільній свідомості і постійно коригувати його за допомогою соціологів, психологів та спеціалістів із масових комунікацій.

6. Створення негативного іміджу конкурента.

Засіб старий як світ: долити до чужої бочки з медом ложку дьогтю. Однак, цей метод має два недоліки. По-перше, він не є моральним. По-друге, він ефективний лише проти популярних опонентів. Спроба обливи брудом маловідомого політика може просто додати йому популярності.

У перекладі з англійської *імідж* – образ, престиж, репутація.

Кожна людина прагне робити сприятливе враження й одержувати схвалення своїх дій від навколишніх. Схильність людини до створення свого образу й бачення цього образу універсальні.

Політизація всіх сторін життя породила нові вимоги: жити на очах, виставляти себе на показ. Щоб бути при владі, потрібно робити гарне враження про себе. По зовнішньому вигляді людини, по його одязі, ході можна точно сказати, якого рангу він фахівець, скільки заробляє, на що розраховує в майбутньому.

Якщо політик бажає підвищити свій ранг у соціальній ієрархії, то йому необхідно багато чого в собі змінювати, тобто працювати над своїм іміджем.

Крім того, імідж формується не тільки зовнішніми рисами людини, але й особистісними: заповзятливістю, сміливістю, творчим типом характеру, цілеспрямованістю.

Можна сказати, що імідж – образ, що живе в уявленнях людей. Цей образ може мінятися, коректуватися, щоб “відповідати запитам суспільства”.

У політику імідж визначає багато чого і, головним чином, перемогу на виборах, що є одним із найбільш серйозних актів набуття влади. Останнім часом політичні лідери стали звертати увагу на формування свого іміджу, але лише деяким вдається створити його таким, щоб він завоював симпатії виборців.

Якщо виходити з того, що імідж – це образ, то в перекладі на українську мову “образ” є “присутність відсутнього”. Виходячи з цього, імідж і є той образ, те представлення про людину, що залишається у свідомості людей, коли її вже немає поблизу. Цей образ може бути феноменальним, приголомшливим, а може бути огидним.

Політичний імідж - образ політика або політичної організації, що цілеспрямовано формується й покликаний справити емоційно-психологічний вплив на певних осіб із метою популяризації, політичної реклами тощо.

Оскільки політик існує не тільки в рамках політичного поля, а й у рамках поля комунікативного, значну роль у його житті відіграє символічний світ, сформований масовими комунікаціями. Населення формує своє уявлення про політика не на підставі безпосередніх контактів, як при звичайному знайомстві, а на основі його символічних уявлень у межах суспільних комунікацій. Такі символічні, знакові уявлення і є політичним іміджем.

Імідж акторів відіграє суттєву роль у шоу-бізнесі, відповідно імідж політика є важливою складовою, котра визначає всю його політичну кар’єру. Політик, як правило, виступає в ролі символу, що значно полегшує вироблення реакції на його поведінку в населення, оскільки відпадає потреба кожного разу по-новому дешифрувати ті чи інші його дії. Політики більш передбачувані, а тому й більш зрозумілі для населення. При цьому імідж президента відрізняється від іміджу депутата, імідж міністра - від іміджу мера.

Політичний імідж - це своєрідне уявлення населення про ідеальне втілення тієї чи іншої соціальної ролі. Імідж політика включає різноманітні характеристики: особистісні якості (рішучість, певна агресивність, привабливість, зовнішній вигляд); організаторські, управлінські здібності (компетентність, вміння вести полеміку, участь у процесах прийняття рішень); характеристики, що зближують лідера з електоратом (пересічне походження, простота). Імідж політика витворюється з реально властивих певній особі характеристик. При цьому спеціалісти відбирають з наявного набору ті характеристики, котрі краще будуть впливати як на населення в цілому, так і на конкретні соціальної групи. Образ політика таким чином свідомо збагачується тими характеристиками, які потрібні для посилення значущості особи, але представлені лише потенційно. Формування іміджу спирається не тільки на політичні реалії, а й на ті, що постійно супроводжують їх (сім'я, діти, тварини, хобі, минуле тощо).

У цілому політичний імідж є позитивним явищем, оскільки він наближає політика до свого електорату, заставляє його враховувати настрої населення, підтримувати з ним постійний зв'язок.

Створення політичного іміджу – серйозна, важлива та непроста річ. Тут не обійтися без допомоги психолога, стиліста, візажиста, але першу скрипку грає генеральний менеджер або фахівець з іміджу – іміджмейкер.

Кожна виборча команда має людину, яка іменує себе іміджмейкером. Іміджмейкер – творець іміджу. Від його професійних знань, умінь і навичок залежить дуже багато.

Іміджмейкерів не готує жоден навчальний заклад. Найчастіше це люди, інтуїція яких чуйно вловлює кон'юнктуру політичного ринку. Це люди будь-яких спеціальностей: психолога, філософа, режисера, фахівця з ораторської майстерності, реклами, виборчих технологій і багато чого іншого. Це рідкісні люди, і працювати з політичними лідерами їм дуже важко, тому що політичні лідери це найчастіше люди з розвинутою “Я-концепцією”, що активно пручаються впливу іміджмейкера, навіть якщо їхнє поведіння перед виборцями далеко не бездоганне.

У країнах з розвинутою демократією і сформованими політичними традиціями вважають, що іміджмейкерам і фахівцям із зв'язків із громадськістю будь-яких необхідно довіряти. У них є всі потрібні контакти, досвід, інтуїція.

Перш ніж формувати імідж, іміджмейкер повинен чітко представляти, який кандидат імпонує сьогодні виборцям, як він повинен виглядати й поводитися. У США кандидат зобов'язаний відповідати таким стандартам: 1) добре виглядати на екрані; 2) мати достатнє матеріальне становище; 3) бути щасливим у своїй попередній діяльності; 4) користуватися репутацією зразкового сім'янина. Тому, хто в ці рамки не вписується, важко претендувати на політичну кар'єру.

У Франції до кандидатів пред'являють трохи інші вимоги. Це – компетентність, чесність, відкритість та енергійність. Імідж ідеального кандидата може згодом мінятися. Тому напередодні виборів соціологічні служби уточнюють параметри витребуваного часом і народом політика.

Одна з найпоширеніших технологій складання портрета ідеального кандидата така: опитуваних просять вказати на градуйованій шкалі оцінку, що, на їхній погляд, показує, в якому ступені дана якість присутня в кандидатів, в “я – реального” і в “я – ідеального”. Крайні оцінки шкали відповідають протилежним якостям характеру.



Риси характеру можуть вибиратися найрізноманітніші: сміливий – обережний, щирий – потайливий, суворий – добродушний, делікатний – грубий, чуйний – байдужий і т.д. Отримані дані закладаються в комп'ютер, що по спеціальній формулі обчислює “коефіцієнт схожості” між кандидатами й виборцями. До успіху на виборах ближче той кандидат, що більше за інших схожий на своїх виборців. Для кандидата бажано жити в тих же умовах, мати ті ж звички, говорити тією ж мовою, що і його виборці. Виділятися з юрби, звичайно, необхідно: інакше його просто ніхто не помітить. Однак, кандидату треба бути усього лише на “півголови” вище своїх виборців. Якщо різниця більша, то він ризикує показатися чужинцем, “надто розумним” і т.п.

Для того щоб при складанні портрета ідеального кандидата уникнути нав'язування опитуваним готових визначень, дослідники прибігають до методики “китайського портрета”. Задається питання: “Якби кандидат А був фарбою, то якого кольору?” Далі пропонується представити того ж кандидата квіткою, деревом, твариною і т.д. Психологи “переводять” відповіді, інтерпретують їх. У підсумку виходить, що політик, якого ідентифікують із чорною фарбою, чи ялиною, має дуже мало шансів керувати державою.

Увага, що приділяється іміджу – не порожня трата часу. Політики повинні викликати в людей довіру, симпатію, а виборці повинні вчитися відрізняти щирі цінності від фальшивих. В остаточному підсумку нами правлять не ідеї, а їхні носії, зовнішній вигляд яких – манери, жести, голос – брешуть дуже рідко (на відміну від мови). Тому треба вчитися сприймати інформацію, що несе імідж наших обранців. При всій змістовності політичного “послання” кандидату необхідно володіти тими особистісними рисами, що дозволять реалізувати його проект.

Політику корисно володіти ораторським мистецтвом, що дозволяє без ускладнень спілкуватися з людьми, мати при цьому поставлений голос, керувати мімікою й жестами.

Йому потрібні енергія й працездатність, тому увага ЗМІ та більшості людей до стану здоров'я політичного лідера – не проста цікавість: лідер повинен уміти жартувати, імпровізувати, бути чарівним і мати особливі якості чи захоплення, навіть маленькі слабкості, що роблять його близьким і зрозумілим мільйонам співгромадян. Білл Клінтон, наприклад, увійшов у свою переможну виборчу кампанію із саксофоном у руках, молодіжним стилем одягу й поведінкою; Ліонель Жоспен залучив симпатії професорською інтелігентністю та афористичністю висловлювань.

Неприпустимою є думка про те, що імідж політика можна сформувати й розрекламувати за короткий відрізок офіційної виборчої кампанії: імідж складається роками. Ось чому іміджмейкери повинні працювати з політиками постійно, систематично аналізуючи їхні слова й учинки, організувати для них тренінги.

Важливий для іміджу політика і сексуальний аспект. Уперше про це заговорили в ході кампанії Джона Кеннеді. “Статевий інстинкт – важливий компонент політики”, – писав тоді один із менеджерів Кеннеді. “Якщо ваш кандидат гарний чоловік, то усі жінки повалять голосувати за нього, тягнучи за собою чоловіків”.

Творці іміджу одним з етапів своєї роботи називають також підбір адекватного типажу (наприклад, “хитрий лис”, “батько солдатів” і т.п.).

У політичній літературі існує кілька типологій іміджу. Одну з них запропонував Р. Шварценберг. Його галерея образів політиків повторює набір класичних театральних амплуа:

1. *“Рятівник Батьківщини”*. Театральний аналог – герой, бог. Цей персонаж вступає на сцену політичного театру в найскладніші і найвідповідальніші моменти; він овіяний славою і легендами, часто канонізується.

2. *“Батько нації”*. Театральний аналог – шляхетний батько. Мова йде про авторитарного лідера, царя-панотця, який дуже строгий, але водночас і справедливий з підданими.

3. *“Чарівний лідер”*. Театральний аналог – перший коханець. Усмішливий і розкутий, намагається не стільки переконати в правоті своїх ідей, скільки просто сподобатися.

4. *“Свійський мужик”*. Театральний аналог – простак. Нічим не примітна людина, яка волею долі опинилася серед мешканців політичного Олімпу.

Героїчні лідери приходять і йдуть разом з епохою, що їх породила. На Заході останніми політиками такого типу були герої другої світової війни Д.Ейзенхауер і Ш.де Голль. З 1960-х років у західній політиці стали домінувати “чарівні” лідери – Кеннеді, Клінтон, Жоспен. Час від часу їх тіснять “свійські мужики” – Картер, Мейджор, Буш. Поступово сходять із сцени й “батьки нації” – Мітеран, Рейган, Тетчер.

Галерея політичних типажів постійно поповнюється. Необхідність постійно думати про свій імідж, підтримувати й підкріплювати його – дратує багатьох політиків традиційного складу. Залишаючи свою посаду, Мітеран з гіркотою говорив про те, що нині кандидат у президенти “повинен бути знавцем рекламного бізнесу, письменником, артистом – усім, чим завгодно, тільки не державним діячем”.

Починаючи формувати імідж кандидата, менеджер повинен, першою справою, оцінити його ім'я й прізвище: найчастіше це єдине, що буде знати про кандидата виборець. Є, на жаль, прізвища майже “непрохідні” – Крисюк, Псюк, Твердохліб та ін. Набагато більшими є шанси тих, хто носить прізвища, що асоціюються з уявленнями про славне минуле України – Шевченко, Гетьман, Хмельницький та ін. Зовнішній вигляд кандидата також має велике значення – він повинен бути охайним: бажано, щоб були в порядку волосся, зуби, шкіра обличчя. Однак, йти заради іміджу на надто радикальні міри не варто, наприклад, фарбувати волосся літній людині, виправляти форму вушних раковин і т.п. Важливою складовою є вимова, дикція, культура мови – от над цим працювати можна і навіть потрібно. Складніша справа з тембром голосу, різкі і пронизливі голоси ще нікого не прикрашали. Утім, неприємний голос М.Тетчер її політичній кар'єрі не перешкодив.

Однак не всякому політику можна запросто порадишити змінити зачіску, відмовитися від шкідливих звичок, оновити гардероб. Якщо політик надто прислухається до думки іміджмейкера, це може свідчити про його непевність у самому собі. Іміджмейкер повинен побоюватися нав'язати кандидату імідж, йому зовсім далекий – надягти на вовка овечу шкіру, а на осла – левину. Зазор між реальною особистістю і політичним іміджем повинен бути мінімальним. Довго грати чужу роль не можна. А бути розкутим і чарівним можна, тільки почувуючи себе у власній тарілці. Працюючи з кандидатом, треба йти за прикладом англійських садівників-декораторів: створюючи парк, вони не знищують усю дикорослу зелень, а лише підправляють її, залишаючи в недоторканності чарівне ество природи.

Більшість політичних і суспільних діячів переконані, що імідж пов'язаний в основному із зовнішністю. Зовнішність – це важлива складова іміджу, але аж ніяк не єдина. Є ще “внутрішня” і “процесуальна” складові іміджу.

Зовнішня складова має безліч якостей: від взуття до зачіски, включаючи міміку, манери, костюм, зачіску, ходу, голос, жести.

Внутрішня складова – це менталітет, тобто напрям думок, інтелект, професіоналізм, інтереси, цінності, хобі тощо. Але для політика це, насамперед політичні ідеї. Політик без політичних ідей стає безбарвним. Він нічого не відстоює, нікуди не кличе, нізащо не бореться. Вироблення політичних ідей для політика – це те, що і робить політика політиком. А те, як він відстоює свої ідеї – це процесуальна складова іміджу.

“Процесуальна сторона іміджу включає емоційну виразність, пристрасність, енергію, швидкість реакцій – усе те, що відносять до темпераменту. Але і не тільки це: почуття гумору, артистичність, лицедійство”.

Усі ці складові допомагають залишити слід у пам’яті і серцях людей, допомагаючи їм зробити свій вибір.

Ядром іміджу є позиції, установки й легенда. Саме ці складові визначають перемогу на виборах.

Серед позицій розрізняють позицію “переможців” і “переможених”. Позицій “переможених” три. Ці позиції виражаються у відношенні до себе і до інших людей:

1) *коли кандидат вважає “поганим” себе, інших кандидатів, а також виборців.* Він не бачить нічого позитивного. Людина, що не навчилася бачити позитивного – не політик;

2) *коли кандидат вважає, що він “поганий”, а інші “хороші”.* Така позиція дуже рідко зустрічається при публічному висловленні, але коли кандидат залишається наодинці із самим собою, саме ця позиція виявляє себе з величезною силою і стає причиною невірноваженості кандидата;

3) *коли кандидат вважає, що він “хороший”, а інші “погані”.* Це найбільш розповсюджена позиція кандидатів.

Позиція “переможців” тільки одна: *уміння цінувати й любити себе й інших.* Позиція “переможців” – це не перехід на особистість, а обговорення конкретних завдань, справ, способів досягнення цілей.

Іміджмейкери і психологи виконують ретельний аналіз текстів, виступів, гасел кандидатів, щоб уникнути в них наявності позицій “переможених” і твердження позитивної позиції, що й приносить перемогу.

Легенда – це найголовніше. Саме вона дозволяє політику “триматися на плаву”, менше витратити зусиль на рекламу у виборчій кампанії. Легенда робить його популярним і пізнаваним. Питання тільки в тому, яка це легенда. Вона може бути як гарною, так і поганою. Легенда складається із загального враження про людину і формується на рівні підсвідомості.

Гарна легенда створює ситуації, коли людині вибачають деякі слабкості й помилки. З поганою легендою часто безнадійно йти на вибори.

Легенду можна створити. Перший, мабуть, найважливіший спосіб – це знайти її у біографії кандидата. Другий – пов’язаний з особливостями поведінки, зовнішністю, за якої на рівні підсвідомості деяка легенда “зчитується”. Люди часто видумують події, яких насправді і не було. Третій – вироблення політичної ідеї та уміння її відстоювати.

Політична ідея – це найголовніше надбання політичного діяча. Ідея може бути власною. Можна розвивати й чужі ідеї, якщо вони потрібні. Політичні ідеї зв’язані,

насамперед, з особливостями суспільного розвитку й устрою суспільства, системою цілей і способів їхнього досягнення.

Найдужчими є нові ідеї, чи старі, але виражені у новій формі, пов'язані з найбільш суттєвими суспільними проблемами.

Якщо кандидат має свої ідеї і може їх привселюдно виразити так, щоб їх сприйняли, якщо за ним легенда і він у позиції переможця – у нього багато шансів на успіх. Причиною поразки такого кандидата можуть бути більш сильні ідеї, позиції й легенди.

Є сучасні теми, і якщо політик говорить на ці теми, то люди більш уважно вслухуються в його мову. “У даний час вигідно говорити про екологію, професіоналізм, етичні принципи, родину й любов. Саме в цих темах відчувається могутній рух – вони глобальні проблеми сучасності”.

Імідж політика включає й фігури з його найближчого оточення. З часів Джона й Жаклін Кеннеді, що дружно виступили в кампанії 1960 року, дружина кандидата – самостійна і дуже вагома фігура в його грі. Її завдання – вести свою партію, уміло підігруючи чоловіку і ні в якому разі не виходячи за рамки укорінених у країні уявлень про роль дружини політичного лідера. Підіграють кандидату і його друзі, однокласники, однодумці – добре, якщо це будуть люди, яким виборці симпатизують і довіряють: популярні артисти, спортсмени, журналісти.

Найкращий спосіб – оточувати себе зірками. Але для цього потрібна сміливість, впевненість у собі і повага до компетентності. Уміння залучати до себе людей – найбільше достоїнство політичного лідера.

Люди тягнуться до успішного політика. До нього йдуть на переговори, пропонують свої послуги, розповідають про можливості й перспективи співробітництва.

РОЗДІЛ ІХ. Деякі ефективні методи збору, обробки, структурування, аналізу та консолідації інформації під час виборів

Під час політичних кампаній, а отже під час передвиборних перегонів, знання партійних програм, доктрин, поінформованість громадян не завжди визначають думку та лінію їх поведінки, особливо як виборців. Так званий “клімат громадської думки”, як правило, дуже важко змінюються за допомогою поширення знань, логічної та науково обґрунтованої інформації. Для того щоб зрозуміти логіку загальної ситуації в окрузі, регіоні під час виборів варто проаналізувати різноманітні види, джерела інформації, які у передвиборний час мають дуже сильний вплив на повноту та об’єктивність політичного аналізу. Як правило, фахівці з передвиборного “піару”, користуються цілим арсеналом дослідження суспільства, в основі яких лежить збирання та аналіз інформації і вироблення на основі цього певних висновків, пропозицій, порад, установок. Одним з найголовніших методів дослідження суспільства є спостереження, яке дає можливість постійно і всюди поглиблювати і накопичувати знання, поінформованість у тому чи іншому питанні, аспекті передвиборного життя. На спостереженні ґрунтується чимало ПР-досліджень серед, яких виділяють три найбільш розповсюджених типи:

- *соціологічні дослідження*, завдання яких – з’ясувати установки та думки людей, тобто, що вони міркують з приводу певних подій;
- *комунікаційний аудит*, його завдання з’ясувати неузгодження, що виникають під час спілкування керівників передвиборної кампанії або кандидата з цільовими групами громадськості; керівники можуть мати припущення щодо правильності своїх методів роботи, використовуваних засобів інформації, послань в той час як громадськість, на яку вони розраховані може підтвердити або спростувати ці припущення;
- *неформальні дослідження*, до складу яких входить: накопичення фактів, контент-аналіз різноманітних інформаційних матеріалів тощо. Ці методи не потребують безпосереднього втручання в роботу об’єктів дослідження.

У реальній практиці соціологічних досліджень рідко буває так, щоб один із трьох варіантів існував і діяв в чистому вигляді. Іноді в одному дослідженні поєднуються всі три. Структурно процес будь-якого соціологічного дослідження ділиться на етапи:

- а) розробку програм досліджень;
- б) збирання емпіричного матеріалу;
- в) опрацювання матеріалів дослідження (статистичні і математичні);
- г) аналіз результатів дослідження і розробка рекомендацій.

Соціологія, як і будь-яка теоретична соціологічної діяльності - наука, яка включає два елементи: систему нагромаджених знань (насамперед теоретичних) і дослідницьку

діяльність. З допомогою соціологічних досліджень здійснюється пізнання об'єктивних законів розвитку і функціонування соціальних організмів і спільностей людей і визначаються шляхи і форми використання нагромаджених знань на практиці. У науковому управлінні соціальними процесами конкретно-соціологічні дослідження виконують дві функції: пізнавальну і управлінську.

Суть пізнавальної функції полягає в описі, поясненні, прогнозуванні, а суть управлінської - у формуванні конкретної мети, визначенні програм, а також вироблення рекомендацій по корегуванню прийнятих рішень в процесі її реалізації.

Політичний аналіз

Політичний аналіз (англ. *polity analysis*, від грец. - розкладення, розділення) - систематична оцінка технічної та економічної здійсності й політичної життєздатності альтернативних політик (планів, програм), стратегії їх здійснення та наслідків обраної політики.

Термін політичний аналіз вперше був застосований американським дослідником Ч.Е.Ліндбломом 1958 році. У сучасній політичній практиці розвинених країн політичний аналіз став невід'ємною і необхідною складовою процесу прийняття рішень.

Процес політичного аналізу передбачає шість основних етапів:

- 1) визначення, верифікація і деталізація проблеми;
- 2) встановлення оціночних критеріїв (технічної здійсності, економічних і фінансових можливостей, політичної життєздатності, адміністративної дієвості);
- 3) ідентифікація альтернатив;
- 4) оцінювання альтернативних політик;
- 5) зіставлення альтернатив та їх розрізнення;
- 6) моніторинг наслідків прийнятого політичного рішення.

При здійсненні політичного аналізу переважно застосовуються емпіричні методи соціально-політичних досліджень: традиційний і формалізований (кількісний) аналіз документів (стенограм засідань парламенту, партійних програм, звітів про офіційні переговори, щоденників, листів, мемуарів, кіно-, фото- і фонодокументів); масові опитування громадської думки і опитування експертів (анкетування, інтерв'ю); статистичні методи (встановлення закономірностей, виявлення політичних тенденцій); методи моделювання (використання формальних математичних і нематематичних моделей, методу політичної комунікації, інструментарію теорії ігор і теорії катастроф); методи аналізу прийняття рішень та ін. Особливу значущість для політології має системний метод, оскільки він дозволяє вивчати політику як комплексний процес, орієнтуватись не лише на ті процеси, які можна безпосередньо спостерігати та лічити (структура виборів, розподіл голосів, діяльність політичних партій, груп тиску, механізм прийняття рішень), а й звертати увагу на важливі

політ, проблеми, які не піддаються прямому вимірюванню, виявляти на загальному тлі розвитку того чи іншого політичного явища найбільш важливі елементи, відстежувати їх взаємозалежність і взаємообумовленість.

Загалом політичний аналіз має велике значення для дослідження проблеми політичної поведінки, виявлення громадської думки і політичної культури, вивчення впливу різноманітних чинників на політичний процес, системного аналізу політичних структур; для комплексного вивчення політичного управління і керівництва суспільством, структурно-функціонального аналізу політичних інститутів; для розробки стратегії й тактики політичної діяльності, розвитку політичних систем, прийняття політичних рішень, використання ресурсів влади, політичного планування і прогнозування.

Програма соціологічного дослідження

Соціологічне дослідження потребує дотримання ряду вимог.

Перша вимога – наявність конкретної, аргументованої програми. Дослідження без програми взагалі нагадує пошук “методом проб і помилок”: витрату енергії часто не виправдовують, не дають ні пізнавального, ні взагалі бажаного ефекту. У процесі дослідження виявляється, що поняття “покриваються емпіричними даними”, при відсутності гіпотез не зрозуміло, як опрацьовувати матеріал: факти, дані, аналіз подій, явищ. Спроби сформулювати питання на стадії аналізу даних, фактів веде до зневір’я: матеріал (факти, дані) зібрано неповністю, відбір не задовольнив потреби (завдання) дослідження, одержані відповіді не на ті питання, що передбачалось від початку. Нарешті, дослідники приходять до висновку, що в процесі проведеного дослідження зроблено не все і не так, як планувалось, що тепер зробили б все зовсім по іншому. Попередній висновок нерідко виникає і при старанно, детально розробленій програмі. Але тут сумніви і нові питання мають інший характер - досягнення бажаних результатів, ефективності. Виникають обґрунтованіші гіпотези, що вимагають спеціальної, цілеспрямованої переробки за новою програмою.

Друга вимога - ясність і точність, деталізація програми. Усі її позиції і положення мають бути чіткими, всі елементи продумані відповідно з логікою дослідження і ясно сформульовані. При відсутності ясно вираженої програми, учасники дослідження втрачають спільну мову, витрачають час на уточнення, вибірку питань, що не виникли б при наявності спільної програми.

Третя вимога - логічна послідовність усіх елементів, ланок програми. Не можна починати вибір плану, не уявляючи мети і завдання дослідження. Бездумно намагатися формулювати окремі гіпотези не уявляючи об’єкту. Програма - чітко і логічно сформульовані мета, завдання, орієнтири, об’єкти, предмети дослідження, способи, методи дослідження тощо.

Четверта вимога - гнучкість програми. Здається, що це суперечить логічності, послідовності вивчення об'єкту. А в дійсності гнучкість програми підкреслює зв'язаність всіх її ланок і елементів в динаміці розвитку процесу дослідження, зобов'язує систематично оглядати всі розділи, а виявивши окремі помилки, негайно ж усувати. Підготовка програми соціологічного дослідження - справа не проста, вимагає значних затрат часу і зусиль. Практика показує, що розробка формулювання програми забирає більше часу, ніж сам процес її реалізації. Старанно продумана програма соціологічного дослідження - неодмінна умова її успішної реалізації, високий рівень науковості.

Програма соціологічного дослідження науковий документ методологічних і процедурних основ дослідження соціального об'єкту. Програма соціологічного дослідження по суті є теорією і методологією конкретного вивчення, висвітлення окремого емпіричного об'єкту або явища. У програмі практично реалізуються загальнотеоретичні і методологічні принципи філософії як загально-соціологічної теорії і спеціальних теорій дослідження. Відповідно з призначенням програма соціологічного дослідження реалізує три функції: *методологічну, методичну та організаційну.*

Методологічна функція програми соціологічного дослідження передбачає визначення наукових проблем, для вирішення яких ведеться дослідження; формування мети і завдань дослідження; фіксування вихідних уявлень про об'єкт; встановлення співвідношення даного дослідження і раніше здійсненого або паралельно виконуваного дослідження проблеми.

Методична функція програми полягає в тому, що в програмі розробляється загальний логічний план дослідження, на основі якого здійснюється цикл досліджень: теорія-факт - теорія. Методика розкриває шляхи, методи і способи збирання, аналізу і опрацювання інформації, даних, дає можливість розробити процедуру дослідження, провести порівняльний аналіз одержаних результатів аналогічних досліджень.

Організаційна функція забезпечує розробку чіткої системи поділу праці в дослідницькому колективі, налагодження контролю за ходом і процесом дослідження, публікацію, за необхідності, результатів.

Отже, по-перше: не слід починати розробку програми, поки не з'ясовано, в чому головна мета дослідження, його практичний сенс.

По-друге: обдумайте і обговоріть з іншими дослідниками чи є проблема досить важливою, і теоретично і практично, щоб тратити зусилля на її дослідження, чи нема уже готових аналогів вирішення, реалізації проблеми, чи не є вона частиною іншої, більш загальної. Обдумайте, чи не буде дослідження теоретико-прикладним або практично-прикладним, а потім вирішіть чи маєте достатні ресурси (знання, джерела додаткової інформації, матеріальні засоби, кошти) для проведення дослідження. Подбайте в

попередньому варіанті програми, як деталізувати дослідження, намітьте об'єкт і уточніть предмет досліду і знову подумайте, які практичні труднощі можуть виникнути в процесі дослідження, в якій мірі доступні об'єкти досліду, чи отримаєте підтримку від відповідальних осіб, зацікавлених у вивченні і реалізації проблеми?

По-третє: важливо чітко, конкретно сформулювати мету дослідження, на яке основне питання передбачається одержати відповідь і наскільки детальним має бути, стосовно до обраного чи передбачуваного об'єкту. Встановлюються певні взаємозв'язки і залежності, розробляються різні варіанти практичних рішень певних проблем.

Остаточно визначивши до якого типу належить дослідження, розгортайте системи проблем. Доцільно зробити ескізи, проекти мети, тобто завдань і шляху їх реалізації, безпосередньо або побіжно, або і зовсім не зв'язано з основною метою дослідження проблеми і її реалізації. Важливо вирішити, чи можна реалізувати завдання, здійснити мету досліду, користуючись отриманою. Рекомендується скласти алгоритм питань для з'ясування особливостей предметної сфери і об'єкта вивчення: що читати? яку інформацію використати? з ким консультуватися? тощо.

По четверте: не шкодуйте часу на “самоосвіту”, звертайтеся до новітніших відкриттів, джерел інформації, літератури та ін. У них знайдете посилання на фундаментальні праці і досвід, консультуйтеся із доступними і відомими спеціалістами. Визначте принциповий план дослідження і, якщо це буде дослідження за планом, програмою (що в основному уже реалізовано), починайте деталізацію програми по фрагментах. Зробіть перше креслення основних структурних компонентів зв'язків об'єкту вивчення, виділивши предмет аналізу відповідно до мети і основних завдань дослідження. Одночасно формулюйте основні гіпотези і уточнюйте змістовний сенс основних понять, що стали елементами формувань гіпотез.

По-п'яте: обговоріть з іншими дослідниками напрямки дослідження, ще раз і ще раз зверніться за порадою, консультацією до спеціалістів-дослідників, до практиків, і тільки тоді починайте систематизоване опрацювання понять загальної концепції і формулювання робочих гіпотез. Варто тут пам'ятати і діяти за прислів'ям: сім раз відміряй, а один раз відріж. Оформіть програму як окремий документ дослідження: це знадобиться не тільки в здійсненні, реалізації дослідження, але і при підготовці підсумкового звіту або публікації.

Вирішення, реалізація тієї чи іншої соціальної проблеми завжди спрямовано на досягнення тієї або іншої конкретної мети, конкретного завдання, визначення ефективності.

Мета конкретного соціологічного дослідження - загальна його спрямованість, проект дії, що визначають характер і системну упорядкованість різних актів дій і операцій. Мета соціологічного дослідження визначає переважаючу орієнтацію (теоретичну або прикладну), від якої залежить вся логіка його реалізації, здійснення. Теоретичне дослідження

спрямовується на одержання нових знань про структуру, функції, закономірності розвитку, а також розробку, складання нових методик дослідження і на обґрунтування його процедур, конкретно соціологічні дослідження спрямовуються на вирішення, реалізацію практичних завдань соціальної проблеми, побудову, складання передбачень про можливий розвиток процесу, розробку всебічно, докладно аргументованих програм удосконалення об'єкту. Програма має чітко, ясно відповісти на питання про вирішення, реалізацію якої проблеми і на одержання якого результату орієнтується соціологічне дослідження, тобто яка мета дослідження.

Важливішою методологічною частиною програми є завдання дослідження. Завдання соціологічного дослідження - сукупність конкретних установок, мети, спрямованих на аналіз і реалізацію проблеми. Завдання дослідження має основні і неосновні (додаткові) вимоги до аналізу проблеми. Основні завдання дослідження визначають пошук відповіді на його центральне основне питання: які шляхи і засоби вирішення проблеми? Може виникнути ситуація, коли висування додаткових гіпотез вимагає з'ясування нових питань. Відповідно і висуваються додаткові завдання. Логіка соціологічного дослідження обумовлена змістом проблеми. Отже, в дослідженні, що орієнтується на вирішення теоретичних наукових проблем, основними виступають теоретичні завдання, а практичні завдання - неосновні; в прикладному дослідженні, навпаки, практичні завдання - основні, а теоретичні - неосновні. Основні завдання відповідають меті дослідження, а неосновні - висуваються для підготовки майбутнього дослідження, вирішення методичних питань перевірки робочих гіпотез, не зв'язаних з проблемою.

Сформулювавши проблему, визначивши мету і завдання дослідження, варто вибрати і об'єкт дослідження. Об'єкт соціологічного дослідження - це явище або процес. Об'єктом соціологічного дослідження виступає сфера соціальної дійсності, реалії життя, діяльність людей і самі люди. Необхідно, щоб об'єкт мав проблему, тобто об'єкт виступає носієм суперечностей. Проте, це визначення потребує і деяких уточнень, що відображаються у вимогах, що ставляться до об'єкту соціологічних досліджень. Таких вимог три. Об'єкт має характеризуватися, по-перше, чіткими, визначеними явищами за такими параметрами як професійна (або галузева) належність, просторова обмеженість (регіон, місто, село), функціональна спрямованість (виробнича, політична та ін.); по-друге, визначеною часовою обмеженістю; по-третє, можливостями його кількісних вимірів.

Вибір об'єкта соціологічного дослідження має велике значення для його успішного здійснення, реалізації. Правильне визначення предмета соціологічного дослідження багато в чому визначає результативність. Предметом соціологічного дослідження є той бік об'єкту, що безпосередньо належить вивчати. Звичайне питання проблеми зв'язано з передбаченнями можливостей виявити закономірність або основну тенденцію суперечності. Необхідно

підкреслити, що, по-перше, одному і тому ж об'єкту соціологічного дослідження може відповідати кілька різних предметів, тобто предмет дослідження окреслює межі пізнання об'єкту. По-друге, об'єкт і предмет соціологічного дослідження можуть співпадати, коли соціолог ставить завдання пізнати всю сукупність емпіричних закономірностей функціонування і розвитку конкретного соціального об'єкту. По-третє, предмет соціологічного дослідження має складну структуру. Варто пам'ятати, що правильний вибір предмету конкретного соціологічного дослідження визначається чіткою постановкою проблеми, формуванням мети і завдань дослідження і системним аналізом об'єкту. Визначення об'єкту і предмету, що ясно і зрозуміло в теорії, на практиці значно важче. При опрацюванні і розробці конкретного дослідження на етапі визначення його предмету обов'язковою процедурою виступає попередній системний аналіз. Його мета - побудувати гіпотетичну (або концептуальну) модель об'єкта як системи, розкривши весь комплекс його елементів і зв'язків внутрішніх і зовнішніх. Аналіз моделі об'єкту дає можливість уточнити проблемну ситуацію. Предмет створює передумови для висунення гіпотез, виділення одиниць і категорій аналізу. Велике значення в соціологічних дослідженнях має розробка понять, тобто мови дослідження. Інтерпретація понять соціологічного дослідження - процедура тлумачення явищ, подій тощо, уточнення сенсу суті понять, що складають концептуальну схему дослідження. На основі інтерпретації понять підтримується науковий рівень досліджень, єдність суттєвого змісту елементів і процедур дослідження, досягається повніше інструментальне використання понять як теоретичних норм аналізу процесів. У соціологічному дослідженні є три основні види інтерпретації: теоретична, емпірична, операційна, з допомогою яких забезпечується зв'язок теоретичного і емпіричного аналізу процесів, зв'язок теорії з реальністю, дійсністю явищ і подій, з методами впливу, пошуку, реєстрації і аналізу емпіричних ознак тощо.

Визначивши проблему, соціолог, насамперед, намагається з'ясувати її на основі наявних знань попереднього досвіду. Точніше, соціолог намагається з'ясувати, пояснити набутими знаннями і досвідом те, що ще повністю не пізнано. Але для повного вирішення проблеми ще недостатньо таких заходів і кроків. Тоді на основі наявних знань робляться деякі припущення, що, на його думку, повністю охоплюють і пояснюють явища, тобто формують гіпотезу. *Гіпотеза в соціологічному дослідженні* - наукове передбачення структури соціальних об'єктів, характеру і суті зв'язків між соціальними явищами. Основна функція гіпотези полягає в одержанні нових наукових висловлювань, що удосконалюють або збагачують наявні знання. Відрізняється наукова гіпотеза тим, що нові висловлювання можна назвати науковими гіпотезами в тому випадку, якщо вони, по-перше, становлять науковий висновок з доведених положень (наприклад, законів статистики або практично одержаних даних спостережень та ін.), по-друге, становлять висловлювання, одержанні

шляхом наукових висновків з метою пояснення відповідного явища; по-третє, абстраговані на емпіричних даних і підтверджені практикою або відповідною теорією. Наукова гіпотеза, і в тому її сила, може бути сформульована тільки в результаті попереднього аналізу об'єкту.

Роль гіпотези в соціології, як і в будь-якому науковому дослідженні, надзвичайно велика. Соціологи часто повторюють вислів Дмитра Менделєєва: “Краще триматися такої гіпотези, що з часом виявиться хибною, невірною, аніж ніякої”. Роль гіпотези полягає, по-перше, в тому, що досвід науки, суспільної практики, досвід дослідника (включаючи інтуїцію) служить своєрідним “пусковим механізмом” для переходу до важливих емпіричних процедур, покликаних остаточно дати нові знання про об'єкт. Відомий соціолог Макс Роберт Коуен якимось жартома підмітив: „Гіпотези виникають у людей, які думають”.

На етапі обґрунтування гіпотез здійснюється:

-- класифікація висунутих передбачень, встановлення логічного зв'язку між окремими передбаченнями, виділення найбільш загальних передбачень, що характеризують існування і значимі аспекти проблеми, способи реалізації основних завдань дослідження;

- виділення основної гіпотези. Уточнення теоретичного змісту основної гіпотези засобами теоретичної інтерпретації; уточнення зв'язків основної гіпотези з іншими висунутими передбаченнями;

- виведення наслідків з основної гіпотези, що відображають аспекти основної гіпотези і піддаються емпіричній інтерпретації. Теоретичне обґрунтування гіпотез-наслідків. Висунення альтернативних передбачень щодо гіпотез-наслідків;

- встановлення критеріїв і показників емпіричної і теоретичної гіпотез. Етап перевірки гіпотез включає одержання фактичних даних, розрахунок показників, що характеризують відображені в гіпотезі зв'язки, їх тлумачення, експериментальну перевірку гіпотез; прийняття або відхилення емпіричних гіпотез відповідно до встановлених критеріїв, аналіз побічних даних, фактів тощо.

Методи соціологічних досліджень

Важливіша особливість емпіричного соціологічного дослідження полягає в тому, що використовуються специфічні методи збирання інформації, що дозволяє вести якісний аналіз соціальних проблем, включаючи складні з них, становище суспільної думки, особливості суспільної, групової свідомості людей та ін.

Виділяється чотири основних методи емпіричного соціологічного дослідження: аналіз документів, спостереження, опитування і соціальний експеримент, що розділяються в залежності від становлення фактів свідомості, а також способу їх фіксації, шляхи та методи їх використання.

1. *Аналіз, класифікація документа.* У соціології документом називається спеціально створений людиною предмет, що призначається для передачі або збереження інформації. За

способом фіксації інформації розрізняють: рукописні і друковані документи, записи на кіно- і фотоплівку, магнітній стрічці. За метою призначення виділяються матеріали, що їх відбирають самі дослідники. Такі документи називають цільові. Та соціолог відбирає матеріали, що складені заради іншої мети, тобто наявні документи. Звичайно, в соціологічному дослідженні саме такі документи і називаються власною документальною інформацією. За ступенем персоніфікації документи поділяються на особові і безособові. Особовими документами є картотеки індивідуального обліку (бібліотечні формуляри, анкети і бланки тощо), характеристики, видані особі, листи, щоденники, заяви, мемуарні записки та ін. Безособові документи - статистичні, історичні архіви, преса, протоколи зібрань та ін. В залежності від статусу джерела виділяють: офіційні і неофіційні. Офіційні документи: урядові документи, матеріали, постанови, декрети, заяви, комюніке, стенограми офіційних засідань, дані державної та відомчої статистики, архіви і поточні документи різних установ і організацій, ділова кореспонденція, протоколи судових органів, прокуратури тощо. Неофіційні документи особисті матеріали, а також залишені окремими особами документи (статистичні повідомлення, виконані іншими послідовниками на основі власних спостережень). Окрему групу документів складають численні матеріали засобів масової інформації. Нарешті, за джерелами інформації документи діляться на первинні і вторинні. Первинні документи відображають явища, події, що спостерігалися і фіксувалися безпосередньо дослідниками, або становили відомості урядових і відомчих установ тощо. Вторинні - це документи, що містять інформацію, опрацьовану, узагальнену або описану на основі первинних джерел. Можна, звичайно, класифікувати документи і за їх прямиий зміст, наприклад, літературні дані, історичні і наукові архіви, архіви соціологічних досліджень тощо.

Документалісти-історики, психологи сформували немало методів, способів, за допомогою яких визначається ступінь достовірності, істинності відомостей за самим змістом документальної інформації. Перше золоте правило в роботі з документами (та й з будь-якою іншою інформацією) - чітко відрізнити опис подій і їх оцінки. Але саме конкретна ситуація дає ключ до розшарування смислу оцінок і думок. Подальший аналіз розкриває, якими намірами керувався складач документу, що допоможе з'ясувати, виявити навмисні чи мимовільні перекручення. Дуже важливо знати, який метод одержання первинних даних використано складачем документа. Відомо, що відомості "з перших рук" надійніші, аніж інформація з непевного джерела, а записи під свіжим враженням відрізняються від запису тих же подій і явищ згодом, через певний період. Якщо документ має згруповані статистичні дані, варто, насамперед, виявити основи класифікації. Нарешті, надзвичайно важливо з'ясувати загальну обстановку, в якій складався документ: чи схильна до об'єктивності (незалежно від мети, наміру або диктувалась зміщенням інформації в якійсь бік тощо).

Особливу обережність слід проявляти досліднику при вивченні особистих документів (автобіографії, щоденники, мемуари, листи та ін.). Основні умови довіри до особистих документів: можна вірити повідомленням, якщо вони не торкаються інтересів автора документа або не завдають йому певної шкоди; мабуть достовірні ті відомості, які в момент реєстрації загальновідомі, деталі подій, що несуттєві, і ті відомості, до яких автор ставився недоброзичливо. Перевірка оригінальності документу, аналіз мотивів, умов його складання, мета, ситуації, в яких діяв автор документа, характер його оточення - ось ті фактори, від яких залежить достовірність інформації.

2. Важливий метод емпіричного дослідження - *спостереження*. Люди вдавались до спостереження як одного з важливіших джерел соціальної інформації, що безпосередньо сприймалась і прямо реєструвала всі факти про об'єкт і його значимість з точки зору мети. Характерні риси спостереження: систематичність, планомірність і цілеспрямованість. Існують також особливості спостереження.

Перша особливість – зв'язок спостерігача з об'єктом спостереження. Ні в якій іншій науці досліднику не доводиться займатися вивченням сукупності, до якої сам належить, часткою якої є, від якої безпосередньо залежить. Соціолог спостерігає суспільство, соціальні процеси і ситуації, виступаючи одночасно часткою суспільства. Нерозривний зв'язок спостерігача з об'єктом спостереження накладає відбиток і на його адекватне сприйняття соціальної дійсності, і на розуміння соціальних процесів, ситуацій, дій окремих індивідів.

Друга *особливість* спостереження в соціології впливає із зв'язків спостерігача з об'єктом спостереження і полягає в тому, що не може бути позбавлений чисто людської риси - емоційності сприйняття. Якщо явища неживої природи можуть не викликати емоцій у спостерігача, то соціальні явища, їх сприйняття і інтерпретація завжди емоціональні. Ця особливість спостереження за будь-яких досліджень має враховуватися як одне з джерел можливого перекручення даних спостережень.

Третя особливість спостереження - складність повторного спостереження. Повторне спостереження, навіть повсякденного соціального факту, надзвичайно трудніше, тому що соціальні процеси піддаються впливу величезної кількості різних факторів і рідко бувають ідентичні. Тому лише старанне і багаторазове спостереження якогось соціального явища може дати достовірну інформацію і перейти до інтерпретації даних.

3. Соціологу часто необхідна інформація про такі явища і процеси, що аналізуються, яка недоступна жодному спостереженню і не знаходить досить повного відображення в різних документах. Тоді він вдається до *методу опитування*.

Метод базується на грамотно спланованому виборі респондентів і питань, що їх варто з'ясувати. Є дуже економічним - дослідження порівняно невеликих сукупностей дозволяє міркувати про становище і тенденції розвитку соціальних процесів. Проведення

опитування з залученням достатньої кількості кваліфікованих дослідників і респондентів дозволяє в максимально короткі строки опитувати велику сукупність людей і одержати інформацію для прийняття оперативних управлінських рішень. Сучасні можливості стандартизації питань анкети дозволяють одержати уніфікований опис багатьох індивідуальних висловлювань людей, можливість використати для опрацювання і аналізу оперативну і потужну обчислювальну техніку, методи математичного аналізу. Нарешті, важлива перевага методу опитування - широта охоплення різноманітних сфер соціальної практики.

В основі методу опитування - сукупність питань, що пропонується респонденту, відповіді якого і створюють необхідну інформацію. У будь-якому варіанті опитування - одна з найскладніших різновидностей соціально-психологічного спілкування. Зв'язок між головними його учасниками - дослідником і респондентом - забезпечується з допомогою різних проміжних ланок, що впливають на якість одержаних даних. Необхідно мати на увазі, що тут важливе значення має візуальний контакт з опитуваними.

Візуальний контакт - винятково важливий елемент спілкування. Дивитись на того, хто говорить, означає не лише заінтересованість, але й допомагає зосередити увагу на тому, що говорять. Кожному опитуваному варто знати, що окремі аспекти взаємовідносин виражаються в тому, як люди дивляться один на одного. Часто-густо трапляється, що співрозмовники схильні дивитись більше на тих, ким захоплюються, з ким у них близькі стосунки. На відміну від чоловіків, жінки схильні на ширший візуальний контакт. Звичайно, люди уникають візуального контакту в ситуаціях суперництва, щоб такий контакт не сприймався як вираження ворожнечі.

Є два основні методи опитування: інтерв'ю та анкетний.

Інтерв'ю - це проведена за певним планом бесіда, що пропонує прямий контакт інтерв'юєра з респондентом, причому запис відповідей на запитання ведеться інтерв'юєром або на плівку. При взятті інтерв'ю важливо враховувати манеру слухати респондента. Як правило, співрозмовник палає бажанням висловити своє ставлення до чогось або виразити свою думку, точку зору на ті чи інші соціальні, суспільні явища, події тощо. Саме тому багато інтерв'юєрів на початку бесіди вдаються до нерелекторного слухання. Потім, в моменти, коли це зручно, можна використати нейтральні репліки, щоб допомогти співрозмовнику у самовираженні. Нерелекторне слухання також корисно для розуміння точки зору, позиції того, хто говорить або з'ясування того, що ховається за його пропозицією або скаргою, це особливо корисно при веденні комерційних переговорів. Формулюючи запитання і можливі відповіді, варто дотримуватись того, щоб, по-перше, запитання і відповіді формулювати по можливості коротко, без перекручення змісту; по-друге, уникати

багатозначних верств; по-третє, різні обставини не варто об'єднувати в одному запитанні; по-четверте, віддавати перевагу простим формам викладу.

Анкетне опитування - один з важливих методів з'ясування суті тих чи інших явищ, подій, суспільної думки тощо. Що таке анкета? Анкета - опитувальний лист, що самостійно заповнюється опитуваним за певними правилами і відповідаючи на поставлені питання. Анкетні питання широко використовуються для одержання інформації про фактичне становище сфери, що вивчається, її оцінку, інтереси, думки людини, діяльності респондентів та ін. Питання в анкеті формулюється максимально чітко, однозначно доступно. Серія анкетних питань забезпечує інформацію для реалізації дослідження. У залежності від змісту питання використовують різні методи, способи для підвищення достовірності, істинності інформації. Анкета має декілька порівняно простих запитань (подальші опитування суспільної думки) або декілька змістовних блоків з серії запитань (аналітичне глибоке опитування), де кожний блок звичайно виділяється. З комбінації відповідей на серію запитань, що стосується одного ж предмету (проблеми), формуються індекси.

Анкетне опитування передбачає реєстрацію відповідей самим опитуваним. Є різні, за способом, види анкетного опитування: *поштовий* (анкети розсилаються поштою); *пресовий* (анкети публікуються в пресі); *телефонний* (опитування ведеться по телефону); *роздатковий* (анкети роздаються респондентам особисто).

Опитування анкетне - один з видів соціологічного опитування, суттєва особливістю якого є використання анкети, що заповнюється респондентом (на відміну від інтерв'ю він сам читає анкети і сам фіксує відповіді). Звичайне опитування дає можливість інтерв'юєру, досліднику роздавати анкети респондентам, а потім їх збирати, не будучи присутнім при заповненні анкет та ін. Формулювання запитань в анкеті здійснюється з потреб реалізації програм дослідження. Формулювання програмних запитань, що виражають наукову мету дослідження, і їх перетворення в індикатори основна проблема всієї техніки опитування.

Запитання про факти мають на меті одержання інформації про соціальні явища або ознаки, що можуть стати визначеними. Ця інформація особливо стосується структури сукупності особистостей або сфери, що досліджується. Це, наприклад, запитання про вік, освіту, професію, суспільну працю та ін. Такі запитання про різні соціальні факти і явища вводяться для опитування тоді, коли недостатньо відомі індивідуально-класифікуючі ознаки.

Запитання про знання спрямовані на одержання різних теоретичних суджень, концепцій або відомостей, що свідчать про інформованість респондента. Це запитання про економічні показники, про можливості підвищення кваліфікації, рейтинги та ін. Відповіді на запитання допомагають точніше виявити структуру установок інтересів, вказують на ступінь включеності індивіда в колектив. Питання про знання не варто змішувати з запитаннями експертів в межах експертного опитування. В експертному опитуванні не роблять висновків

про поведінку людей, виходячи з їх знання, а знання виступають як інформації про обставини.

Запитання про громадську думку пропонуються для з'ясування оцінки. Думка у порівнянні зі знаннями менш стабільна. Відповіді про суспільну думку сильніше обумовлені ситуацією і нерідко залежать від особистих переживань і настроїв. Вік, характер, світогляд або ідейно-політична позиція, рівень освіти та інші індивідуальні особливості істотно впливають на стабільність або можливість думки. Формування думки визначається способом включеності індивіда в процес суспільного розвитку, його політичною активністю. Соціально-історичний досвід і різні відхилення в соціальній і духовній сфері також відіграють роль у формуванні суспільної думки.

Запитання про мотиви поведінки і діяльності соціальних спільностей теж мають певну мету: визначити мотиви поведінки, ситуації та ін.

4. *Соціальний експеримент* - спосіб одержання інформації про кількісні і якісні зміни показників діяльності і поведінки соціального об'єкту в результаті впливу на нього деяких керуючих і контролюючих факторів. Натуральний експеримент передбачає безпосереднє втручання дослідника в реальний хід подій і явищ. Виділяються такі види експерименту: екологічний, правовий, педагогічний, соціологічний, соціально-психологічний та ін. Є науково-дослідні і практичні експерименти. Підсумки соціологічних досліджень відображаються у звітах. Звіт про соціологічне дослідження - письмовий документ, у якому систематизовано і наочно викладаються результати досліджень.

Політичне прогнозування

Людство завжди прагне якомога більше знати про своє майбутнє, його зацікавленість прогнозами має сильні життєві мотиви. Реалізації прагнень сприяє прогностика - наука, що охоплює методологію дослідження динаміки та перспектив розвитку різноманітних процесів і явищ суспільного життя. Від рівня прогнозування залежить ефективність планування та управління. Політичне керівництво вбачає у науково обґрунтованих прогнозах одну з гарантій передбачуваного розвитку конкретних подій і суспільно-політичних процесів загалом.

Прогнозування є своєрідним випереджальним відображенням дійсності, а здатність до нього - елементом інтелектуальної діяльності, однією з головних функцій свідомості особистості. Стимулює його багатогранна дійсність, яку людина прагне пізнати, подивившись очима розуму у майбутнє (Платон). Таке знання важливе і для прийняття політичних рішень. Адже будь-яка ситуація завжди певною мірою невизначена, і цілком природним є намагання людини знизити рівень цієї невизначеності.

У перехідних суспільствах рівень невизначеності значно зростає, а відсутність бачення майбутнього лякає, сковує ініціативу громадян. Тому суб'єкт політичного процесу,

дбаючи про якнайширшу підтримку в суспільстві, особливе місце відводить у своїх програмах моделюванню майбутнього та шляхів його досягнення. На державному рівні постійно відпрацьовують десятки різних програм. Щоб оцінити їх з точки зору оптимальності, використовують прогноз (грец. прогнозіс - передбачення).

Політичне прогнозування - наукове дослідження (передбачення) перспектив конкретного політичного суб'єкта, політичної ситуації та політичного процесу загалом.

У політології розрізняють політичне прогнозування як наукове дослідження конкретних перспектив політичної ситуації і як практику вироблення прогнозів. Прогноз є науково обґрунтованим судженням про можливі стани об'єкта в майбутньому, про альтернативні шляхи і терміни його забезпечення. Прогнозування охоплює спеціальні наукові дослідження конкретних процесів, явищ, подій з метою отримання якісно інших знань - тих, що характеризують перспективи об'єкта дослідження.

Прогноз необхідний для уникнення небажаних результатів розвитку подій, забезпечення перебігу їх у бажаному напрямі. Прогноз як нове знання існує у таких формах:

- знання про невідомі на момент прогнозування властивості об'єктів реальної дійсності;

- знання про властивості не існуючих на момент прогнозування об'єктів.

У прогнозуванні істотними є два аспекти: 1) пророкує, описує можливі, бажані або небажані перспективи, стани, рішення; 2) передбачає певне рішення завдяки усвідомленню стану проблеми, використанню інформації про можливі результати цілеспрямованої діяльності. На цій підставі у проблемі прогнозування виділяють два аспекти: теоретико-пізнавальний і управлінський (пов'язаний з можливістю прийняття на основі прогностичного знання певного рішення).

Прогнозування охоплює усі сфери життєдіяльності людей. Щодо суспільного розвитку, одним з найважливіших є політичне прогнозування, об'єкт якого - політика (внутрішня і зовнішня), а предмет - пізнання можливих станів політичних подій, явищ, процесів. У зв'язку з цим розрізняють внутріполітичне і зовнішньополітичне прогнозування.

Внутріполітичне прогнозування охоплює всю внутрішню політику. Один з його аспектів пов'язаний з прогнозними оцінками конкретних політичних подій, є прикладним, реалізується в процесі політичної діяльності. Суб'єкт такого прогнозу - державні й політичні органи. Інший аспект стосується діяльності політичних інститутів, політичних процесів суспільства. Реалізує його науковий колектив, що спеціалізується на вивченні політичної системи суспільства.

Зовнішньополітичне прогнозування здійснює прогнози щодо суб'єктів, явищ і процесів у сфері міжнародних відносин і зовнішньої політики. Воно є джерелом всебічної інформації про загальну обстановку у світі, регіоні, країні, про тенденції, напрями розвитку і

чинники, що стимулюють певні події, сприяє баченню нових можливостей суспільно-політичного розвитку. В прогнозуванні міжнародних відносин передусім зосереджуються на взаємовідносинах держав.

Політичне прогнозування є частиною практичної політики. Для впорядкування прогнозів вдаються до їх типологізації залежно від мети, завдані, об'єктів, характеру, періоду дії, засобів тощо. Основним при цьому є проблемно-цільовий критерій, який вказує на мету прогнозу. Відповідно розрізняють два типи прогнозів: пошукові й нормативні.

Пошуковий прогноз спрямований на визначення можливих станів політичного явища, процесу, події в майбутньому засобом екстраполяції, котрий дає змогу спостерігати тенденції за умовного абстрагування від рішень, здатних змінити ці тенденції. Мета його полягає у виявленні й уточненні перспективних проблем, що підлягають вирішенню засобами політичного управління. Такий прогноз відповідає на питання: що найімовірніше відбудеться в суспільстві за існуючих соціально-політичних тенденцій?

Нормативний прогноз сприяє визначенню шляхів і термінів досягнення можливих станів об'єкта політичного прогнозування. Головне для нього - передбачити способи і час, необхідні для досягнення заздалегідь заданих норм, ідеалів, стимулів, мети. Такий прогноз відповідає на питання: якими шляхами досягти бажаного?

За періодом попередження (терміном, упродовж якого діє чи має діяти прогноз) розрізняють: оперативні (поточні), короткострокові, середньострокові, довгострокові й стратегічні прогнози. Ця градація прогнозів є відносною і залежить від характеру та мети прогнозу. У політичній сфері відповідно до характеру і темпів розвитку явищ прийняті такі часові параметри прогнозів: оперативні - до одного місяця; короткострокові - до одного року, середньострокові - до п'яти років; довгострокові - понад п'ять років (в межах п'ятнадцяти-двадцяти років); стратегічні - понад двадцять років.

Об'єктивна основа прогнозування політичних подій полягає в тому, що їхнє майбутнє приховане в теперішньому, тобто існує потенційно; нове міститься в старому (минулому), але тільки гіпотетично, ймовірно. Тому для прогнозування майбутнього необхідне пізнання дійсності, точніше - можливостей, тенденцій, прихованих у політичній системі. Завдяки цьому науковий прогноз розкриває майбутнє (ще невідоме) політичної події, зумовлене її передісторією, а також станом на певний час.

У пізнанні дійсності важливим є знання історії, ("Хто не знає минулого, не володіє теперішнім - не гідний хорошого майбутнього", - гласить народна мудрість). Суспільство, яке знає своє минуле, інакше організовує своє сьогодення і майбутнє. Ця закономірність простежується на прикладі колишнього Радянського Союзу: коли в період гласності було відкрито інформацію про сталінізм, ГУЛАГ, репресії, голодомор, Чорнобиль, то це стало однією з причин колапсу СРСР, демократизації політичної системи.

Побачити в минулому майбутнє можна за допомогою законів розпитку об'єктів політичного прогнозу. Одним із них є *закон причинності*. Відповідно до нього, явище має свою причину, тобто його породжують певні умови. Тому будь-яке пізнання вимагає усвідомлення причин явища. Знаючи їх, можна передбачити наслідки. А якщо для суспільства ці наслідки небажані, суб'єкти політики, усвідомивши це, мають час для пошуку можливостей нейтралізації цих причин.

Для успішного прогнозування на основі законів необхідне знання їхньої системи, механізму дії та використання. Хоч історія і розвивається за об'єктивними законами, але творять її люди, прискорюючи, уповільнюючи, спричинюючи або не допускаючи певні події, явища. Багато в чому це залежить від того, наскільки беруть до уваги ці закони. Ігнорування їх або невміння ними користуватися призводить до суб'єктивізму та авантюризму в політиці.

Процес пізнання законів надто складний, зумовлені законами відносини людей постійно змінюються. Наприклад, політичні відносини виявляються як політичні інтереси. Тому в механізмі соціально-політичних законів важливу роль відіграє такий об'єктивний чинник, як соціально-політичні інтереси, потреби та стимули, які постійно змінюються. У прогнозуванні важлива інформація про інтереси, потреби і стимули усіх верств населення. Суттєвим є й те, що закони, які діють у соціально-політичній сфері, виявляються як тенденції або можливості, не завжди втілюючись в дійсність. Це ускладнює вироблення прогнозу на основі закону суспільного розвитку. Тому якщо політичні претензії класу, соціальної групи враховують об'єктивний хід історії, політичні процеси розвиватимуться без суспільних потрясінь. Чим менше узгоджуються політичні інтереси з об'єктивними закономірностями розвитку, тим вища ймовірність не передбачуваних політичних конфліктів і потрясінь.

У цій справі важливо розрізнати механізм дії і механізм використання соціально-політичних законів. Механізм дії законів об'єктивний, функціонує незалежно від того, чи знають про нього люди і чи намагаються його застосувати. Механізм використання законів належить до суб'єктивних чинників. Адже використання законів є своєрідним застосуванням знань, діяльністю відповідно до законів. Механізм дії законів і механізм їхнього використання різняться настільки, наскільки механізм дії є пізнаним і застосовується в плануванні, прогнозуванні, управлінні. З пізнанням і практичним застосуванням законів механізм використання законів поступово стає механізмом їхньої дії.

Механізм дії і використання законів складається з таких ланок:

- вироблення політики, заснованої на пізнаних законах;
- планування і прогнозування;
- виявлення і розв'язання суперечностей;
- залучення, активізація та організація людей для реалізації вимог законів і розв'язання суперечностей;

- використання конкретних форм і засобів реалізації вимог законів.

Сукупно ці ланки є прогностичною валідністю - якісною характеристикою точності передбачення подій.

Прогнозування є обов'язковою умовою механізму дії законів, передбачаючи цілеспрямовану діяльність людей. Для прогнозування політичних подій, процесів велике значення має знання політичної ситуації.

Об'єктивною основою прогнозування є також системне структурування політичного явища, процесу. Поняття "система" означає сукупність елементів, які, перебуваючи у зв'язках між собою, утворюють певну цілісність. Поза як система передусім є певною цілісністю, її властивості не збігаються із сукупністю властивостей її елементів. Крім того, система за своєю природою ієрархічна. Тому кожний її елемент можна розглядати як окрему меншу систему, а саму систему, як один із компонентів більш широкої системи.

Елементи політичної системи перебувають у постійному розвитку. Тому наскільки багатоманітне політичне життя суспільства, настільки багатоманітні й політичні процеси, кожен з яких є об'єктом прогнозування.

Отже, прогнозування як процес наукового дослідження передбачає визначення мети, отримання, обробку, оцінку й аналіз інформації, окреслення перспектив реалізації прогнозу. Ефективне політичне прогнозування можливе тільки за постійного коригування прогнозів з урахуванням найновішої інформації.

Політичне прогнозування визначає основні напрями розвитку політики, відображає сукупність зовнішніх і внутрішніх зв'язків, залежностей між різноманітними сферами політичного життя. Ґрунтується воно на принципах альтернативності, системності, безперервності, верифікації.

Принцип альтернативності пов'язаний з можливістю розвитку політичного життя і його окремих ланок на різних траєкторіях, за різних взаємозв'язків і структурних відношень. Альтернативність передбачає припущення про можливість різноманітних варіантів розвитку політичних подій. Реалізація цього принципу полягає у розмежуванні варіантів розвитку на тих, що реалізуються, і тих, що за передбачених умов не можуть бути реалізовані. Кожну альтернативу розвитку політичного процесу супроводжує відповідна сукупність проблем, які слід брати до уваги при прогнозуванні.

Нині всі внутрішньополітичні, зовнішньополітичні події, процеси, явища розглядаються з позицій альтернативності. На ймовірність альтернатив впливають конкретні політичні прагнення та проблеми. Їх зумовлюють тенденції розвитку суспільних потреб, необхідність вирішення конкретних проблем. Завдяки цьому принцип альтернативності взаємодіє з принципом цілеспрямованості прогнозування.

Принцип системності прогнозування означає, що, з одного боку, політика розглядається як єдиний об'єкт, а з іншого - як сукупність відносно самостійних напрямів (блоків) прогнозування. Системний підхід допускає побудову прогнозу на основі системи засобів і моделей. Системність засобів і моделей політичного прогнозування дає змогу виробити погоджений і гармонійний прогноз по кожному напрямі політичного життя. Однак побудувати цілісну систему моделей політичного прогнозування у зв'язку з методологічними проблемами поки що неможливо. Це завдання буде розв'язано за допомогою комп'ютерних технологій через створення інформаційного банку даних.

Принцип безперервності прогнозування передбачає безперервне коригування прогнозних розробок в міру надходження нової інформації. Наприклад, будь-який довгостроковий прогноз у першому варіанті є масштабним. З плином часу передбачувана тенденція стає прозорішою, виявляє себе з різних боків. У зв'язку з цим нова інформація, що надходить до прогнозиста, дає змогу точніше передбачити певну політичну подію.

Принцип верифікації (лат. Verus - істинний) дозволяє встановлювати вірогідність виробленого прогнозу. Верифікація може бути прямою, побічною, консеквентною (послідовною), інверсною (яка передбачає зміну розташування елементів прогнозу).

Усі принципи прогнозу тісно взаємодіють між собою, реалізуються через конкретні методи науково-прогностичних досліджень. Наукова обґрунтованість прогнозу залежить від того, який метод (система методів) покладено в основу прогностичного дослідження. Розширення сфери прогнозування зумовлює збільшення кількості його засобів. Розвиток нових засобів прогнозування сприятиме утворенню нових дисциплін (наприклад, політичної прогностики, завданням якої є вивчення закономірностей і принципів вироблення політичних прогнозів). На сьогодні відомо понад 150 методів прогнозування. Завдання полягає у визначенні сфери використання кожного з них. Здебільшого в політології вдаються до методів, які на практиці довели спою ефективність. Серед них:

1. *Метод колективної експертної оцінки.* Його суть полягає у визначенні узгодженості думок експертів щодо розвитку внутрішньої і зовнішньої політики або окремих її сфер, а також щодо розвитку політичних явищ, котрі неможливо перевірити іншими засобами, наприклад, експериментом. Цей метод допускає такі дії:

- *створення робочих груп для здійснення експертних оцінок.* До їх обов'язків належать проведення опитування, обробка матеріалів і аналіз результатів колективної експертної оцінки. Робоча група призначає експертів, які висловлюють свої міркування щодо перспектив розвитку певних напрямів внутрішньої або зовнішньої політики (кількість експертів може коливатися від 10 до 100—150 осіб залежно від складності об'єкта);

- *уточнення основних напрямків розвитку політичних процесів, подій, складання матриці,* що відображає основну мету, додаткові цілі й засоби їхнього досягнення. Це

належить здійснити ще до опитування експертів. Перед організацією опитування формують питання для експертів за певною структурно-ієрархічною схемою: від широких до вузьких, від складних до простих;

- *забезпечення однозначності питань*, які використовують, під час опитувань експертів, а також незалежності суджень експертів. При цьому необхідно уникати будь-якого тиску;

- *опрацювання матеріалів експертної оцінки*, які є вхідним матеріалом для синтезу прогнозних гіпотез і варіантів розвитку політичних подій. Як остаточну оцінку обирають або середнє судження, або середнє арифметичне значення оцінок експертів, або середнє (нормалізоване, зважене) значення оцінки.

2. *Колективна генерація ідей* (“*мозкова атака*”). Суть цього методу полягає в актуалізації творчого потенціалу фахівців і інтенсивного аналізу проблемної ситуації), вдаючись спершу до генерації ідей, а потім критики їх, формулювання контрідей. Структурно ця робота складається з шести етапів:

- *формування групи учасників “мозкової атаки”*. Як правило, до такої групи входять фахівці (не більше 15 осіб) із високим рівнем ерудиції і розуміння проблемної ситуації;

- *складання проблемної записки учасниками дискусії*. Вона охоплює опис проблемної ситуації і засобів її оцінювання;

- *генерація ідей*. Починається з того, що ведучий розкриває зміст проблемної записки, знайомить з правилами дискусії; висловлювання повинні бути чіткими і стислими; критика попередніх виступів не допускається; не дозволяється виступати багато разів підряд; обов'язкове оприлюднення переліку ідей, підготовленого заздалегідь. Основне завдання ведучого - заохочувати висловлювання, не оголошувати неправдивої інформації, не засуджувати і не припиняти аналізу будь-якої ідеї навіть тоді, коли вона видається абсурдною. Міркування слід фіксувати на магнітну плівку для подальшого їх аналізу та систематизації. Така робота триває до однієї години;

- *систематизація ідей групою аналізу*;

- *руйнування систематизованих ідей*. Кожну ідею учасники дискусії піддають критиці, сповідуючи правило: розглядати кожна ідею тільки з точки зору перешкод на шляху їхнього здійснення. Учасники дискусії не відхиляють ідеї, а намагаються спростувати можливість їх реалізації. Тривалість даного етапу - до двох годин;

- *оцінка критичних зауважень і складання переліку практичних ідей*.

3. *Метод “Дельфі”*. Він відрізняється від звичайних засобів групової взаємодії експертів: а) анонімністю експертів; б) використанням результатів попереднього туру опитувань; в) статистичною характеристикою групової відповіді.

4. *Побудова сценаріїв.* Завдяки цьому засобові намагаються встановити логічну послідовність подій, беручи за основу існуючу або задану ситуацію. У сценарії (словесному описі прогнозованої ситуації) слід зосередитися на зв'язках між подіями, на критичних точках, де впливи можуть мати непропорційно вагомий ефект. Написання сценарію відбувається у такій послідовності: визначення часового інтервалу - формування події - словесне тлумачення сенсу події - кількісна оцінка за ескалаційною (зростаючою) шкалою.

Це найпоширеніший засіб прогнозування, за допомогою якого більш-менш точно передбачають розвиток політичних подій. Так, наприклад, ослаблення державно-політичних структур має наслідком появу тіньових структур політичної влади, зростання впливу кримінальних угруповань. Можна виробити сценарій розвитку електорального процесу за різних виборчих систем, спрогнозувати розстановку політичних сил у парламенті й можливі законотворчі дії.

Вироблення сценаріїв змушує дослідника тримати у колі зору деталі і процеси, які він міг би проігнорувати під час абстрактних міркувань.

5. *Метод екстраполяції.* Полягає у поширенні висновків одержаних щодо однієї частини певної системи на іншу її частину. Щодо політичних подій межа екстраполяції дорівнює приблизно 5-10 рокам. Уникненню грубих помилок у прогнозуванні сприяє складне екстраполювання - комбінація математично-статистичних розрахунків із застосуванням теорії ймовірностей, теорії ігор, теорії множин.

6. *Метод моделювання.* З його допомогою вивчають не об'єкти, а їхні моделі. У зв'язку з цим знання, отримані за допомогою моделювання, не можуть бути абсолютно істинними, так як повної аналогії між об'єктом дослідження і його моделлю досягти неможливо. До того ж відомо, що тотожні події, які відбуваються в різних історичних обставинах, можуть мати протилежні наслідки. Під час моделювання враховують не тільки конкретну ситуацію в країні, а й історичний досвід та ментальність населення.

Структурно моделювання складається з конструювання моделі на основі попереднього вивчення об'єкта, з'ясування його істотних характеристик, експериментальною і теоретичного аналізу моделі, зіставлення результатів з даними об'єкта, коригування моделі. Якщо за допомогою екстраполяції, як правило, виробляється продовження динамічного ряду на перспективу, то при прогнозуванні за допомогою моделі існуючі механізми співвідносять з майбутніми.

Вибір засобу прогнозування політичних процесів, подій залежить від мети і термінів прогнозування.

Вироблення прогнозу є складним і відносно тривалим процесом. Складається воно з кількох етапів:

1. *Передпрограмна орієнтація* (програма дослідження). На цьому етапі уточнюють завдання прогнозу, аналізують його особливості, масштаби, періоди, підстави, формулюють мету і завдання, робочі гіпотези, визначають засоби, структурують процес організації прогнозування. Головним моментом є аналіз об'єкта прогнозування, опис якого починають при формуванні завдання на прогноз. Опис містить відомості про найзагальніші показники об'єкта. На цьому етапі важливим є досвід та інтуїція фахівців.

Під час аналізу об'єкта прогнозування слід дотримуватися певних методологічних принципів. Принцип системності вимагає розглядати об'єкти і прогнозне тло відповідно до мети і завдань дослідження. Принцип природної специфічності передбачає обов'язкове врахування специфіки природи об'єкта прогнозування, закономірностей його розвитку, абсолютних і розрахункових значень меж розвитку. При порушенні цього принципу (часто виникають за формальної екстраполяції процесу) помилки можуть бути значними, а прогнози абсурдними. Принцип аналогічності передбачає постійне порівняння властивостей об'єкта з відомими в даній галузі подібними об'єктами, їхніми моделями для пошуку об'єкта-аналога, використання його моделі або окремих її елементів. Цей принцип дав змогу мінімізувати витрати на аналіз і прогноз завдяки використанню готових прогнозних моделей, а також забезпечити перевірку істинності прогнозів зіставленням їх з прогнозами об'єктів аналогів.

2. *Побудова вхідної (базової) моделі прогнозованого об'єкта засобами системного аналізу*. Для уточнення моделі можливе опитування населення й експертів. Під час аналізу об'єктів прогнозування використовують *об'єктний* та *функціональний* підходи. *Об'єктний підхід* припускає виділення підсистем шляхом поелементного дроблення об'єктів. Кожен новий елемент розглядається при цьому як об'єкт прогнозування відповідного рівня ієрархії. А кожна система (підсистема) розглядається як сукупність властивостей і взаємозв'язків відповідного об'єкта. Цей підхід застосовують щодо структур нескладних об'єктів, виділяючи групи схожих за властивостями первинних об'єктів й аналізуючи найтипівіші характеристики кожної групи. *Функціональний підхід* відрізняється від об'єктного тим, що за основу структурного членування об'єкта беруть функціональні ознаки. Цей підхід застосовують за відносно невеликої кількості первинних об'єктів, що складають об'єкт прогнозування. Але вони є надто складними за своїми характеристиками і взаємозв'язками. Тоді виділяють групи схожих функцій і простежують їхню реакцію, незалежно від первинних об'єктів.

3. *Збір даних прогнозного тла*. Прогнозне тло - це сукупність зовнішніх щодо об'єкта прогнозування умов, істотних для політичного прогнозування. Наприклад, прогноз стабільності політичної системи передбачає врахування прогнозів економічного розпитку.

4. *Побудова динамічних рядів показників.* Вони є стрижнем майбутніх прогнозних моделей засобами екстраполяції. Динамічний ряд - це тимчасова послідовність ретроспективних (лат. ретро - назад, спектро - дивлюсь) значень змін об'єкта прогнозування.

5. *Побудова серії гіпотетичних (попередніх) пошукових моделей.* При цьому вдаються до пошукового аналізу профільних і фонових показників, конкретизації мінімального, максимального і найімовірнішого значень. Як правило, змістом пошукового прогнозу є визначення можливих станів об'єкта прогнозування в майбутньому. До пошукових засобів відносять екстраполяцію, історичну аналогію, написання сценаріїв, аналітичні процедури.

6. *Побудова гіпотетичних нормативних моделей прогнозованого об'єкта.* Це завдання реалізують засобами нормативного аналізу за задалегідь визначеними критеріями щодо заданих норм, ідеалів, цілей.

7. *Оцінка вірогідності, точності, обґрунтованості (верифікації) прогнозу.* Мистецтво політичного прогнозування полягає в умінні, ґрунтуючись на об'єктивних законах, визначити напрями й особливості розвитку певних явищ, спрямувати цей розвиток відповідно до мети. Вірогідність прогнозу перевіряють на обґрунтованість, логічну доказовість, вдаючись інколи до експерименту, інтуїції.

8. *Вироблення рекомендацій* щодо управлінських рішень на основі зіставлення пошукових і нормативних моделей.

9. *Аналіз (експертиза) підготовленого прогнозу і рекомендацій,* з урахуванням висловлених зауважень здача проекту замовнику.

10. *Передпрогнозна орієнтація* на основі зіставлення матеріалів уже виробленого прогнозу з новими даними прогнозного тла і новий цикл дослідження. Це зумовлено неперервністю, необхідністю поглиблення і розширення процесу прогнозування.

Ефективність прогнозів політичних подій не може зводитися тільки до ступеня їхньої вірогідності, точності. Не менш важливо знати, наскільки прогноз сприяє підвищенню обґрунтованості, об'єктивності, ефективності вироблених на його основі політичних рішень. Водночас перевірка прогнозів має істотні відмінності від верифікації прогнозів. У прогнозуванні, окрім абсолютної верифікації (емпіричного підтвердження або заперечення правильності гіпотези), існує відносна (попередня) верифікація, яка дає змогу розвивати наукове дослідження, використовувати їх результати на практиці ще до абсолютної їх перевірки.

Сучасний інструментарій прогнозування не є універсальним. Прогнозування є обмеженим як щодо часового діапазону (п'ять-десять років), так і щодо об'єктів (не всі явища піддаються прогнозним оцінкам). Максимальне використання наукового політичного

прогнозуванню запобігає домінуванню утопічних поглядів, сподівань, орієнтацій, забезпечує стабільний і динамічний розвиток суспільства.

Виборче прогнозування “exit-poll”

“Екзит-пол” (від англ. exit— вихід, та poll—опитування) - експрес-опитування у день виборів, під час якого інтерв'юєри опитують виборців, котрі проголосували, одразу після виходу їх з виборчих дільниць.

Щоб сповістити Джорджа Вашингтона про його перемогу у перших президентських виборах, кур'єрові знадобилося п'ять днів. І лише через кілька тижнів потому весь американський народ довідався про переконливу його перемогу у виборах. Ці вибори відбулися у лютому 1789 року. У наш час опитування виборців, котрі виходять з виборчих дільниць, не тільки слугує інструментом точного передбачення підсумків голосування на день виборів, а й дає змогу проаналізувати результати того самого дня.

Цей метод оцінювання результатів виборів був опанований ще у 60-х роках, але не застосовували його аж до 1982 року. Він відомий у Сполучених Штатах Америки як “опитування в день виборів” та “вуличне опитування”, а у Великій Британії — як опитування того самого дня”.

Тепер “екзит-пол” широко використовують у всьому світі для прогнозування результатів виборів. У 1990-х роках цей метод опитування вперше застосували під час проведення виборів у Японії, Мексиці, Палестині, Росії та Україні.

Безпосередньо метод “екзит-пол” запропонував Джордж Файн, який очолював дослідницьку фірму, що проводила опитування й збирала дані для висвітлення виборчих процесів, починаючи з 1967 до 1988 року. Раніше Файн застосовував цей метод при опитуванні глядачів, коли вони виходять з кінотеатрів, стосовно щойно переглянутого фільму.

У 1968 році “екзит-поли” застосували на попередніх виборах у шести, а також на загальних виборах у двадцяти одному штаті США. Ці “екзит-поли” проводилися тому, що одна компанія мала намір перевірити якість прогнозу, зробленого за допомогою звичайних опитувань, яким керівництво не довіряло. Передвиборчі опитування не вважалися доволі надійними, оскільки охоплювали думку людей, які, цілком імовірно, не братимуть участі у виборах, або змінять своє рішення щодо кандидата за час, що мине від опитування до виборів. Методика “екзит-полу” вможливило уникнення цієї проблеми, адже в разі її застосування справу мають лише з тими респондентами, котрі вже проголосували.

Керівники інформаційних агенцій вважали “екзит-пол” другим (після звичайних опитувань) за надійністю джерелом інформації; спершу вони й гадки не мали, щоб будувати прогнози суто на “екзит-полах”.

Зараз завдяки “екзит-полу” можна сказати не тільки хто саме переміг, а також як і чому, виокремити принаймні три основні його функції. По-перше, цей метод опитування дає можливість нагромаджувати якомога точнішу інформацію про електорат, яку важко знайти в інших джерелах. Результати виборів надають інформацію лише стосовно того, хто саме переміг і за рахунок яких регіонів країни. Завдяки “екзит-полу” можна одержати соціально-демографічний профіль учасників голосування й електорату конкретних кандидатів або партій, відомості щодо процесу прийняття рішення, думку виборців про об’єктивність процедури голосування тощо. Втім, ця функція не є головною, бо аналогічні відомості можна одержати також, вдавшись до звичайного соціологічного опитування, проведеного за місцем проживання респондентів напередодні або після виборів. По-друге, “екзит-пол” можна використовувати з метою громадського контролю за перебігом виборів, адже він дає змогу оцінити міру фальсифікації результатів виборів. Суттєві розбіжності результатів виборів і методологічно правильно проведеного “екзит-полу” дають підстави для підозри у фальсифікації підсумків голосування. Тому проведення “екзит-полів” певною мірою є свідченням демократизації й розвиненої політичної культури у суспільстві. Дані звичайних соціологічних опитувань теж уможливають контролювання результатів виборів, але меншою мірою, ніж “екзит-поли”. Дослідження, проведені до виборів, можуть доволі істотно відрізнятися від результатів виборів, оскільки, по-перше, вони описують ситуацію за кілька тижнів до виборів і не враховують динаміку останніх тижнів передвиборчої боротьби, по-друге, частина опитаних (іноді це 10-15% і більше) приймає рішення стосовно того, як голосуватиме, в останню хвилину. Куди точнішими є дослідження, проведені після виборів, утім, точність їх також є нижчою за точність “екзит-полу” (респонденти вже знають про результати виборів і це впливає на їхні відповіді; зокрема, переможці виборчих перегонів в опитуваннях, проведених після виборів, зазвичай мають вищий рейтинг порівняно з тим, що фіксувався впродовж виборчої кампанії). По-третє, результати “екзит-полу” можна одержати вже за годину-дві після закриття виборчих дільниць, тобто на 5-6, або й раніше, ніж офіційні результати виборів. Здебільшого дані опитування становлять неабиякий суспільний інтерес і оприлюднюються у ЗМІ (як правило, влаштовують телевізійні шоу, під час яких повідомляють результати “екзит-полів”).

В Україні вперше “екзит-пол” був проведений фірмою "Социс" (президент - Микола Чурилов) на замовлення Українського Медіа-Клубу та Фонду “Демократичні ініціативи” 29 березня 1998 року під час виборів до Верховної Ради.

У 1999 році під час президентських виборів було проведено два “екзит-поли”, організовані Фондом “Демократичні ініціативи”. Опитування на місцях проводили спільно три українські соціологічні фірми: Київський міжнародний інститут соціології (КМІС), “Социс” та Центр “Соціальний моніторинг”. КМІС, і зокрема Н.Харченко та В.Паніотто,

координував діяльність усіх трьох фірм. Роботою працівників “Социс” керував Микола Чурилов, у Центрі “Соціальний моніторинг” за проведення опитування відповідала Ольга Балакірева. Вибірка для дослідження була розроблена переважно співробітниками КМІСу, а процедура опитування - персоналом “Соцису”.

2002 року ті самі фірми провели опитування під час виборів до Верховної Ради.

Вже у 2004 році 31 жовтня та 21 листопада „екзит-пол” проводили працівники „Соцису”, Київського міжнародного інституту соціології, „Соціального моніторингу”, фонду „Демініціатив” і Центру Разумкова. 26 грудня свій „екзит-пол” провела ще й американська компанія „The Luntz” (на замовлення телекомпанії ICTV). Їх дані відрізнялися в рамках визначеної похибки (якщо не брати до уваги результати „Соціального моніторингу” під час першого туру, який згодом публічно визнав, що зробив помилку при підрахунку результатів). Проте суттєвіше дані „екзит-полів” відрізнялися від офіційних даних ЦВК. Це дозволило команді кандидата у президенти В.Ющенко використати результати „екзит-полів” для опротестування офіційних результатів виборів 21 листопада у Верховному Суді України під час обвинувачення опонентів, представників влади та членів ЦВК у фальсифікаціях.

При розгляді особливостей того чи іншого методу збирання соціологічних даних найчастіше використовують стандартну схему опису методу - сфера застосування, вибірка, особливості процедури, особливості інструментарію дослідження і, зрештою, специфіка аналізу даних, отриманих за допомогою цього методу.

Сфера застосування “екзит-полу” - опитування громадської думки під час виборів і референдумів. Цілком можливим є застосування цього методу й у разі проведення інших типів опитувань: при виході людей із крамниць, з місць громадського обслуговування тощо, якщо опитування всередині є небажаним. Наприклад, одне з опитувань студентів стосовно взаємовідносин з адміністрацією вузів проводили на виході з різноманітних навчальних закладів Києва, але керівництво закладів не погодилося на проведення такого опитування. Проте зазвичай “екзит-пол” розуміють саме як опитування населення при виході з виборчих дільниць.

Вибірка для “екзит-полу” є дещо складнішою за вибірку під час звичайного опитування населення. Справа у тому, що найнадійніші випадкові вибірки використовують на першому етапі: під час добору населених пунктів з імовірністю, пропорційною розмірові населеного пункту, тобто чисельності у ньому населення. Якщо це опитування виборців, то добір здійснюють з імовірністю, пропорційною чисельності населення віком понад 18 років. Дані про чисельність населення наявні в органах статистики, до того ж точність їх доволі висока. Тому в результаті опитування можна отримати дані, репрезентативні для населення України віком понад 18 років (за потреби вже потім, у ході опитування, можна з’ясувати, хто

планує, а хто не планує брати участі у виборах, і в такий спосіб мати дані, репрезентативні для тих, хто вирішив голосувати).

Якщо йдеться про вибірку для “екзит-полу”, тоді добір населених пунктів варто здійснювати з імовірністю, пропорційною частці осіб, котрі прийдуть на виборчі дільниці у день виборів саме у цьому населеному пункті. Втім, ці дані віддзеркалюють активність виборців, котра нам невідома (вона залежить від багатьох чинників, зокрема, напевно, й від погоди у тому чи тому населеному пункті у день виборів). Тому вибірка в “екзит-полі” буде репрезентативною лише в тому разі, якщо активність виборців у різних регіонах країни приблизно однакова.

Одна з можливостей - спробувати зважити на результати попередніх виборів стосовно активності виборців для коригування процедури добору населених пунктів. Разом з тим активність виборців може залежати від конкретної ситуації саме у цих виборах, а не характеризувати загальну, усталену в часі, активність виборців. Скажімо, під час одних виборів загроза приходу до влади російськомовних комуністів може мобілізувати виборців західного регіону, а в ході інших виборів боротьба проти партії або кандидата в президенти, що посідають жорстку позицію стосовно російської мови і Росії, здатна мобілізувати східні регіони України.

Якщо використовувати не випадкову, а квотну вибірку, то ситуація щодо репрезентативності вибірки для “екзит-полу” не поліпшується, оскільки для квотної вибірки необхідні квоти, розраховані суто для електорату, а не для населення загалом.

Ще одну складність становить добір респондентів на останньому етапі вибірки. Для забезпечення випадковості добору необхідно, щоб кількість респондентів, опитуваних щогодини, була пропорційною кількості осіб, які проголосували упродовж цієї години. Інакше вибірка може істотно зміститися в бік тієї чи іншої партії або в бік того чи іншого претендента (наприклад, дисципліновані прихильники комуністів, як це було під час виборів у Росії, можуть проголосувати раніше за інших, і якщо в першу половину дня опитано більшу пропорцію респондентів, ніж проголосувало виборців, тоді “екзит-пол” зафіксує зсув у бік комуністів).

Специфіка вибірки для “екзит-полу” полягає в тому, що її розробляють за умов більшої непевності, ніж у звичайних дослідженнях. Ця непевність зумовлена відсутністю інформації про активність населення в різних населених пунктах залежно від часу доби.

Процедура опитування істотно відрізняється від звичайного інтерв'ю, але багато в чому пояснюється тим, що “екзит-пол” - це вуличне опитування і тому має ті самі особливості, що й інші вуличні опитування. Зокрема, особливу увагу до екіпірування інтерв'юєра зумовлює те, що йому доведеться цілий день працювати просто неба, тому взимку слід забезпечити дуже теплий одяг, навесні - захист від дощу, влітку - від сонця.

Найголовніша проблема процедури опитування - забезпечити нейтральність інтерв'юєра при доборі респондента. На відміну від опитування за місцем проживання, де інтерв'юєр має жорсткі й добре контрольовані правила стосовно добору респондента (він упорядковує членів сім'ї - жінок і чоловіків - за віком і відбирає за спеціальними таблицями таким чином, щоб в разі контролю можна цілковито відтворити процедуру добору й проконтролювати його правильність), в "екзит-полі" інтерв'юєр свідомо або підсвідомо може вибрати того, хто йому більш до вподоби, й тим самим внести неконтрольовані зсуви у результати. Тому процедура добору респондента має компенсувати ймовірні відхилення.

Наприклад, інтерв'юєр отримує завдання впродовж певного часу опитати конкретну кількість респондентів. "Беручись до справи, інтерв'юєр має виокремити того виборця, якому він симпатизує. Але зобов'язаний опитати не його, а третього виборця, що вийшов із дверей виборчої дільниці після "виборця, який сподобався". Це й буде перший респондент. Після того, як інтерв'юєр опитав того, хто перший проголосував, він (інтерв'юєр) зобов'язаний відрахувати 10 виборців, що вийшли з дверей виборчої дільниці, й опитати одинадцятого. Якщо цей виборець не погоджується на опитування, звертаються до наступного. І так далі, аж доки інтерв'юєр не проведе інтерв'ю. Застосовуючи таку методику добору тих, хто проголосував, інтерв'юєр має опитати необхідну йому кількість респондентів упродовж зазначеного інтервалу часу.

Вельми специфічною є також процедура контролю під час проведення "екзит-полу". Якщо для контролю інтерв'ю за місцем проживання після завершення поля відбирають 10-20% адрес і контролер відвідує ці адреси й визначає, чи проводилося інтерв'ю, чи правильно було відібрано респондента, а також повторно ставить деякі запитання, то в разі проведення "екзит-полу" це неможливо. Тож контроль під час "екзит-полу" полягає в тому, що контролер "інкогніто" стежить за роботою інтерв'юєра впродовж проведення ним опитування.

Специфіка інструментарію опитування також зумовлена тим, що його проводять просто неба, тому бланк інтерв'ю має бути дуже стислим, не перевищувати 5-6 запитань.

Що стосується запровадження й аналізу даних, теоретично особливості специфіки аналізу даних немає. Проте з огляду на умови проведення "екзит-полу" в Україні аналіз даних здійснюють у кілька етапів. По завершенні опитування інтерв'юєри частково передають свої дані до обласних центрів та Києва у вигляді анкет, а частково (особливо з сіл) у вигляді одновимірних розподілів ознак за всіма анкетами, які вони отримують. Потім дані у вигляді одновимірних розподілів з обласних центрів передають до Києва. Упродовж кількох годин перший етап опрацювання завершується побудовою одновимірних розподілів, що вможливує певне оцінювання результатів виборів для телевізійного шоу. Вихідні анкети (бланки інтерв'ю) передають до Києва й опрацьовують зазвичай кілька наступних

днів поспіль. Зважаючи на малу кількість питань, глибокий аналіз неможливий, утім додатковий аналіз дає змогу зважувати дані й знаходити характеристики електорату тих чи інших партій або кандидатів.

Основні труднощі проведення “екзит-полу” в Україні, на наш погляд, спричинені трьома головними перешкодами.

По-перше, нерозвиненість інфраструктури - транспорту і телекомунікацій, що надто утруднює інтерв'юерам потрапляння до місць проведення опитування і передання зібраних даних. В інтерв'юєрів, як правило, немає власного транспорту і мобільних телефонів, а громадський транспорт працює напрочуд погано, в деякі села навіть немає щоденного автобусного рейсу. Телефонний зв'язок із багатьма населеними пунктами вельми обмежений, та ще й низької якості, електронною поштою взагалі можна скористатися лише у великих містах. Тому організаційні ускладнення при проведенні “екзит-полу”, мабуть, є домінуючими.

По-друге, відсутність необхідної інформації про електорат (брак точної й детальної офіційної інформації щодо меж виборчих дільниць і соціально-демографічних характеристик електорату; відсутність інформації про розподіл тих, хто голосує, у часі, особливо в населених пунктах різного типу).

Важко сказати, наскільки це специфічно тільки для України, але співпраця із соціологами явно не належить до пріоритетів діяльності вітчизняних виборчих комісій.

По-третє, відсутність достатнього досвіду проведення “екзит-полів” в українських соціологів. Фактично в нашій країні було проведено 7 “екзит-полів” (3 з яких – у жовтні-грудні 2004 року). І те, що вони виявились успішними, зумовлене не тільки вдалим опануванням міжнародного досвіду проведення таких опитувань, а й тим, що фортуна посміхнулася нам. Поки що нам пощастило уникнути невдалих прогнозів, як це було в інших країнах, тому нам бракує розуміння природи можливих помилок. Скажімо, “екзит-поли” в Ізраїлі рік у рік дають похибку на користь лівого кандидата практично на кожних виборах. І соціологи з'ясували причину цього. Представники релігійних громад, котрі голосують здебільшого за праву кандидатуру, зазвичай відмовляються від участі в соціологічних опитуваннях при виході з виборчої дільниці.

Деякою мірою здійснення таких проектів є показником розвитку рівня політичної культури і демократизації суспільства, особливо якщо говорити про країни колишнього соціалістичного табору. Повною мірою це можна віднести і до України.

РОЗДІЛ X. Правові засади організації та проведення виборів

Організація і проведення виборів в Україні регламентуються законами України.

Основні з них наводимо далі:

1. Конституція України
2. Закон України “Про вибори народних депутатів України” (набирає чинності з жовтня 2005 року)
3. Закон України “Про вибори Президента України”
4. Закон України “Про Центральну виборчу комісію”
5. Закон України “Про вибори депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим, місцевих рад та сільських, селищних, міських голів” (набирає чинності з жовтня 2005 року)
6. Закон України “Про громадянство України”
7. Закон України “Про об’єднання громадян”
8. Закон України “Про статус народного депутата України”
9. Закон України “Про Верховну Раду Автономної Республіки Крим”
10. Закон України “Про місцеве самоврядування в Україні”
11. Закону України “Про статус депутатів місцевих Рад народних депутатів”
12. Закон України “Про місцеві державні адміністрації”
13. Закон України “Про звернення громадян”
14. Закон України “Про інформацію”
15. Закону України “Про телебачення і радіомовлення”
16. Закон України “Про столицю України – місто-герой Київ”
17. Закон України “Про національні меншини в Україні”
18. Цивільний процесуальний кодекс України
19. Кримінальний кодекс України
20. Кодекс України про адміністративні правопорушення

З позиції сьогодення найважливішим з історичної точки зору у виборчому законодавстві України, на нашу думку, є:

- *політичні партії (виборчі блоки)* покликані відігравати більшу роль на виборах, ніж раніше. Партіям (блокам) відводиться головна роль у формуванні виборчих комісій, у нагляді за виборчим процесом і т.п;

- *виборчі комісії (територіальні та дільничні)* за новим законом про вибори народних депутатів України створюються за поданнями політичних партій (блоків): територіальні виборчі комісії (ТВК) формуються Центральною виборчою комісією (ЦВК), а дільничні виборчі комісії (ДВК) - територіальними. Нова процедура формування ТВК і ДВК покликана зменшити вплив на них органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування;

- *фінансування виборчої кампанії* стає більш прозорим та відкритим;

- *офіційні спостерігачі* за новим законом отримали додаткові повноваження та гарантії діяльності, що суттєво підкріплює їхні зусилля, спрямовані на те, щоб вибори були чесними, гласними, прозорими і відкритими. Закон встановлює два види спостерігачів:

- а) від політичних партій та виборчих блоків;

- б) від іноземних держав і міжнародних організацій.

Оскільки від роботи дільничних виборчих комісій найбільшою мірою має залежати чесність, гласність, прозорість і відкритість виборів, а темі офіційних спостерігачів у вітчизняній літературі відведено недостатньо уваги, саме про них йтиметься далі.

Правові основи діяльності членів дільничних виборчих комісій

Незалежно від того, які відбуваються вибори (президента чи депутатів всіх рівнів), функції дільничної виборчої комісії залишаються тими ж. Найважливіші з них: контроль за додержанням закону на території дільниці, уточнення і оприлюднення списків виборців, знайомлення виборців зі списками кандидатів у депутати, президенти та їх передвиборними програмами, проведення голосування, підрахунок голосів, розгляд заяв тощо.

Функціональний обов'язок кожного члена ДВК - докласти зусиль для забезпечення чесних, гласних, прозорих і відкритих виборів. Маючи високий статус і права, що їх закріплено законом, член ДВК може активно впливати на розгляд та розв'язання всіх питань, які стоять перед ДВК. Зрозуміло, що при цьому він має бути неупередженим і стояти на сторожі громадянських інтересів, бути присутнім на всіх засіданнях ДВК і виконувати її ухвали. Закон забороняє йому агітувати й давати публічні оцінки на користь чи проти будь-кого.

ДВК - це тимчасовий спеціальний громадсько-державний орган влади.

Масова свідомість недооцінює можливості ДВК з огляду на те, що раніше такі комісії формувалися місцевими органами влади і нерідко використовувались владою для прикриття порушень законодавства про вибори.

Виборчі комісії з виборів народних депутатів України є спеціальними колегіальними органами, уповноваженими організувати підготовку та проведення виборів депутатів та забезпечувати неухильне додержання та однакове застосування законодавства України щодо виборів таких депутатів.

Дільнична виборча комісія не є юридичною особою. ДВК має право звернення в межах своїх повноважень до органів державної влади та органів місцевого самоврядування, а також до підприємств, закладів, установ та організацій, їх посадових та службових осіб. ДВК має власну печатку, зразок якої затверджується Центральною виборчою комісією.

Дільнична виборча комісія як правило утворюється відповідною територіальною виборчою комісією не пізніше як за 35 днів до дня виборів у складі голови, заступника голови, секретаря та інших членів комісії. Особи включаються до складу ДВК за поданнями зареєстрованих в установленому законом порядку районної, міської чи вищого рівня організації партії (організацій партій, що входять до блоку) - суб'єктів виборчого процесу.

До складу дільничної виборчої комісії можуть входити виборці, які проживають у межах відповідного територіального округу або міста, на території якого розташований цей округ.

Районна, міська чи вищого рівня організація партії (організації партій, що входять до блоку) - суб'єкта виборчого процесу не пізніше як за 40 днів до дня виборів депутатів подає до відповідної територіальної виборчої комісії список осіб від партії (блоку) - членів цієї партії (партій, що входять до цього блоку) або безпартійних - для включення їх до складу відповідних дільничних виборчих комісій із зазначенням запропонованих осіб на посаду голови, заступника голови та секретаря комісії за підписом керівника відповідної організації партії (керівників організацій партій, що входять до блоку), який скріплюється печаткою відповідної організації партії (печатками відповідних організацій партій, що входять до блоку). У поданні зазначається наявність досвіду запропонованих осіб щодо участі в роботі виборчих комісій, наявність відповідної освіти чи підготовки. До подання додаються заяви осіб, запропонованих до складу відповідної дільничної виборчої комісії, про згоду на участь у її роботі.

За наявності відповідного подання до складу дільничної виборчої комісії звичайної виборчої дільниці, спеціальної виборчої дільниці та закордонної виборчої дільниці обов'язково включається особа від партії (блоку) - суб'єкта виборчого процесу.

Кожна партія (блок) - суб'єкт виборчого процесу має право на пропорційну частку керівних посад у дільничних виборчих комісіях. Частка керівних посад для кожної партії

(блоку) визначається відповідно до кількості осіб, поданих від партії (блоку) до складу дільничних виборчих комісій, у відношенні до загальної кількості осіб, включених до складу дільничних виборчих комісій.

Голова, заступник голови та секретар дільничної виборчої комісії не можуть бути представниками однієї партії (блоку).

Секретар дільничної виборчої комісії повинен володіти державною мовою.

У разі, якщо у встановлений строк не надійшли подання щодо осіб для включення їх до складу дільничних виборчих комісій або якщо кількість запропонованих до складу дільничної виборчої комісії осіб становить менше десяти, дільнична виборча комісія утворюється територіальною виборчою комісією за поданням її голови у кількості десяти осіб з обов'язковим урахуванням кандидатур, поданих від партій (блоків) - суб'єктів виборчого процесу.

До складу дільничної виборчої комісії не можуть входити кандидати у депутати, уповноважені особи партій (блоків) - суб'єктів виборчого процесу, посадові та службові особи органів державної влади та органів місцевого самоврядування, а також громадяни, які утримуються в установах кримінально-виконавчої системи або мають судимість за вчинення умисного злочину, якщо ця судимість не погашена або не знята у встановленому законом порядку. У разі якщо одночасно з виборами депутатів проводяться інші вибори, до складу територіальної виборчої комісії не можуть входити кандидати, які балотуються на цих виборах, їх уповноважені особи, уповноважені особи інших суб'єктів відповідного виборчого процесу.

Рішення про утворення дільничної виборчої комісії підлягає оприлюдненню в друкованих засобах масової інформації або, у разі неможливості, в інший спосіб не пізніше як на третій день з дня її утворення.

Повноваження дільничної виборчої комісії починаються з дня, наступного після дня прийняття рішення про її утворення.

Дільнична виборча комісія:

1) здійснює контроль за неухильним додержанням та однаковим застосуванням законодавства про вибори депутатів під час голосування та підрахунку голосів на виборчій дільниці;

2) отримує список виборців, уточнює та подає його для загального ознайомлення; у встановлених законом випадках вносить до нього зміни;

3) забезпечує можливість ознайомлення виборців з виборчими списками кандидатів у депутати від партій (блоків), з передвиборними програмами цих партій (блоків), відомостями про кандидатів у депутати, а також з рішеннями, опублікованими Центральною

виборчою комісією, відповідною територіальною виборчою комісією, власними рішеннями та повідомленнями;

4) завчасно вручає або надсилає кожному виборцю іменні запрошення із зазначенням дати проведення виборів, адреси приміщення для голосування, часу початку і закінчення голосування, номера виборця у списку виборців на відповідній дільниці;

5) забезпечує підготовку приміщення для голосування та виборчих скриньок;

6) вносить зміни до виборчих бюлетенів за рішенням Центральної виборчої комісії;

7) організовує на виборчій дільниці голосування;

8) здійснює підрахунок голосів виборців, поданих на виборчій дільниці;

9) визнає недійсним голосування на виборчій дільниці за наявності на те законних підстав;

10) розглядає звернення, заяви і скарги з питань списку виборців, підготовки виборів та організації голосування на виборчій дільниці та в межах своїх повноважень приймає щодо них рішення;

11) здійснює інші повноваження, передбачені законами України.

Виборча комісія є колегіальним органом. Основною формою роботи виборчої комісії є засідання, яке скликається головою комісії, в разі його відсутності - заступником голови, а в разі відсутності голови та його заступника - секретарем комісії.

У разі необхідності засідання виборчої комісії може бути скликане за рішенням виборчої комісії вищого рівня або на вимогу третини складу цієї комісії.

Перше засідання виборчої комісії скликається не пізніше як на третій робочий день після дня її утворення, а наступні - за необхідністю. Засідання виборчої комісії є повноважним, якщо в ньому бере участь не менш як дві третини складу цієї комісії.

Засідання виборчої комісії скликається з обов'язковим повідомленням усіх членів комісії про час, місце проведення засідання та його порядок денний.

Членам виборчої комісії надаються проекти рішень комісії та необхідні матеріали, як правило, не пізніше останнього дня перед днем проведення засідання комісії.

Засідання виборчої комісії веде голова комісії або його заступник; у разі невиконання ними цієї функції комісія визначає зі свого складу головуючого на засіданні.

Виборча комісія на вимогу трьох членів комісії, а також за рішенням виборчої комісії вищого рівня зобов'язана розглянути на своєму засіданні питання, що відносяться до її повноважень, не пізніше як у триденний строк, але не пізніше дня виборів, а у день виборів, крім дільничної виборчої комісії, - невідкладно. Дільнична виборча комісія зобов'язана розглянути на своєму засіданні питання, що відносяться до її повноважень, на вимогу зазначених членів комісії у день виборів або за рішенням виборчої комісії вищого рівня, прийнятого в день виборів, невідкладно після закінчення голосування.

На засіданнях виборчої комісії, у тому числі при підрахунку голосів та встановленні результатів голосування, на виборчій дільниці в день виборів у приміщенні, де проводиться голосування, мають право бути присутніми без дозволу чи запрошення відповідної комісії лише члени виборчих комісій вищого рівня, кандидати у депутати, уповноважені особи партій (блоків), офіційні спостерігачі від партій (блоків) - суб'єктів виборчого процесу (разом не більше двох осіб від однієї партії (одного блоку), а також офіційні спостерігачі від іноземних держав і міжнародних організацій, представники засобів масової інформації (не більше двох осіб від одного засобу масової інформації).

Інші можуть бути присутніми на засіданні виборчої комісії тільки з дозволу або на запрошення цієї комісії, про що приймається рішення на засіданні виборчої комісії. Перебування інших осіб на виборчій дільниці під час проведення голосування, а також на засіданні виборчої комісії при підрахунку голосів та встановленні результатів голосування не дозволяється.

Виборча комісія може прийняти мотивоване рішення про позбавлення права бути присутніми на засіданні осіб, які мають право перебувати на засіданнях виборчої комісії, у тому числі при підрахунку голосів та встановленні результатів голосування, якщо вони перешкоджають його проведенню. Таке рішення приймається двома третинами від складу комісії.

На засіданні виборчої комісії ведеться протокол, що підписується головою на засіданні та секретарем комісії (чи виконуючим обов'язки секретаря, який визначається на засіданні). З протоколом засідання комісії ознайомлюються члени комісії не пізніше наступного засідання комісії.

Рішення виборчої комісії приймається відкритим голосуванням більшістю голосів від складу комісії, крім випадків, передбачених цим Законом.

Рішення виборчої комісії з розглянутого питання оформляється у формі постанови, яка повинна містити:

- 1) найменування комісії;
- 2) найменування постанови;
- 3) дату та місце її прийняття і порядковий номер;
- 4) мотивувальну частину з посиланням на обставини, що зумовили розгляд питання на засіданні комісії, посиланнями на конкретні положення нормативно-правових актів або постанову виборчої комісії вищого рівня чи судові рішення, якими керувалася комісія при прийнятті постанови;
- 5) резолютивну частину.

Постанова підписується головою на засіданні виборчої комісії. Зміст та номер постанови повинні бути відображені у протоколі відповідного засідання виборчої комісії.

Член виборчої комісії, який бере участь у її засіданні і не згоден з рішенням, прийнятим комісією, має право протягом двох днів після засідання, на якому було прийнято рішення, у письмовій формі висловити окрему думку, яка додається до відповідного протоколу засідання виборчої комісії.

Рішення, прийняті виборчою комісією, вивішуються для загального ознайомлення не пізніше ніж через три години після завершення засідання на стенді офіційних матеріалів комісії, який обладнується в приміщенні комісії у місці, вільно доступному для відвідувачів, а також доводяться до відома суб'єктів виборчого процесу, яких вони стосуються.

Рішення виборчої комісії, прийняте в межах її повноважень, є обов'язковим для суб'єктів виборчого процесу, органів державної влади та органів місцевого самоврядування. Ніхто не має права втручатися у діяльність виборчих комісій, крім випадків, передбачених законом.

Рішення виборчої комісії, що суперечить законодавству України або прийняте з перевищенням її повноважень, може бути скасоване виборчою комісією вищого рівня або визнане недійсним судом. При розгляді питання про скасування рішення виборчої комісії нижчого рівня виборча комісія вищого рівня має право прийняти рішення по суті питання.

Заяви і скарги, що надійшли до виборчої комісії, реєструються в порядку, встановленому Центральною виборчою комісією.

Для організаційного, правового, технічного забезпечення здійснення повноважень, передбачених цим Законом, виборча комісія може залучати відповідних спеціалістів, експертів та технічних працівників.

Статус члена територіальної, дільничної виборчої комісії визначається Законом „Про вибори народних депутатів України”.

Громадянин може входити до складу лише однієї виборчої комісії, що здійснює підготовку та проведення виборів народних депутатів України, а також виборів Президента України, депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим, депутатів місцевих рад та сільських, селищних, міських голів, комісії всеукраїнського або місцевого референдуму, якщо зазначені вибори чи референдум проводяться одночасно з виборами народних депутатів України.

За рішенням виборчої комісії, яке затверджується виборчою комісією вищого рівня, голова, заступник голови, секретар або інші члени дільничної виборчої комісії (загальною кількістю не більше трьох осіб) протягом усього періоду повноважень виборчої комісії або частини цього періоду можуть виконувати свої повноваження у виборчій комісії з оплатою їх праці в комісії. Зазначені особи на цей період звільняються від виконання виробничих або службових обов'язків за основним місцем роботи із збереженням відповідного стажу.

Робота члена виборчої комісії, який виконує свої повноваження у виборчій комісії на платній основі, оплачується в розмірі та в порядку, встановлених Кабінетом Міністрів України за поданням Центральної виборчої комісії, за рахунок коштів Державного бюджету України, що виділяються на підготовку і проведення виборів.

Розмір заробітної плати члена виборчої комісії, звільненого від виконання виробничих або службових обов'язків за основним місцем роботи, не може бути нижчим від його середньої заробітної плати за основним місцем роботи.

Членам виборчих комісій у межах загальної економії фонду оплати праці, передбаченого кошторисом видатків відповідної виборчої комісії на підготовку та проведення виборів депутатів, може бути нарахована і виплачена одноразова грошова винагорода в порядку, встановленому Центральною виборчою комісією.

Робота членів виборчих комісій (у тому числі пенсіонерів та осіб, які тимчасово не працюють) у день виборів і в дні встановлення підсумків голосування оплачується у розмірі та в порядку, встановлених Кабінетом Міністрів України за поданням Центральної виборчої комісії.

Член виборчої комісії має право:

- 1) брати участь у підготовці питань, що вносяться на розгляд виборчої комісії;
- 2) виступати на засіданнях виборчої комісії, ставити іншим учасникам засідання запитання щодо порядку денного, вносити пропозиції з питань, віднесених до повноважень комісії;
- 3) за дорученням відповідної виборчої комісії перевіряти діяльність виборчих комісій нижчого рівня;
- 4) безперешкодно знайомитися з документами виборчої комісії, членом якої він є, та виборчих комісій нижчого рівня на відповідній території;
- 5) на відшкодування шкоди, заподіяної його життю, здоров'ю чи майну у зв'язку з виконанням обов'язків члена виборчої комісії, у порядку і розмірі, встановлених Кабінетом Міністрів України.

Член виборчої комісії зобов'язаний:

- 1) додержуватися Конституції України та інших законів України з питань підготовки і проведення виборів;
- 2) брати участь у засіданнях виборчої комісії;
- 3) виконувати рішення виборчої комісії та обов'язки, покладені на нього згідно з їх розподілом у комісії.

Член виборчої комісії має також інші права та обов'язки відповідно до законів України.

Члену виборчої комісії під час виконання своїх обов'язків забороняється агітувати за чи проти партій (блоків), кандидатів у депутати та публічно оцінювати діяльність партій (блоків) - суб'єктів виборчого процесу та кандидатів у депутати.

Повноваження дільничної виборчої комісії можуть бути достроково припинені виборчою комісією, яка її утворила, за власною ініціативою або на підставі рішення суду в разі систематичного порушення комісією Конституції України та інших законів України.

Повноваження члена дільничної виборчої комісії припиняються одночасно з припиненням повноважень виборчої комісії.

Повноваження члена дільничної виборчої комісії припиняються достроково виборчою комісією, яка її утворила, у зв'язку з:

- 1) особистою заявою про складення повноважень члена комісії;
- 2) відкликанням його партією (блоком);
- 3) припиненням його громадянства України;
- 4) втратою партією (блоком), за поданням якої особу було включено до складу виборчої комісії, статусу суб'єкта виборчого процесу;
- 5) вибуттям на період до дня виборів включно за межі територіального округу або населеного пункту, що тягне за собою неможливість виконувати обов'язки члена комісії;
- 6) систематичним невиконанням покладених на нього обов'язків, засвідченим не менш як двома рішеннями з цього приводу виборчої комісії, до складу якої входить особа;
- 7) реєстрацією його кандидатом у народні депутати України або кандидатом у депутати Верховної Ради Автономної Республіки Крим, кандидатом у депутати місцевої ради або кандидатом на посаду сільського, селищного, міського голови, якщо вказані вибори проводяться одночасно з виборами народних депутатів України;
- 8) реєстрацією його представником партії (блоку) у Центральній виборчій комісії, уповноваженою особою партії (блоку) або уповноваженою особою кандидата у депутати Верховної Ради Автономної Республіки Крим, кандидата у депутати місцевої ради чи кандидата на посаду сільського, селищного, міського голови, якщо вказані вибори проводяться одночасно з виборами народних депутатів України;
- 9) систематичним порушенням законодавства України про вибори, встановленим рішенням суду або рішенням виборчої комісії вищого рівня;
- 10) набранням щодо нього законної сили обвинувальним вироком суду за вчинення умисного злочину;
- 11) входженням його до іншої виборчої комісії будь-якого рівня, що здійснює підготовку та проведення виборів народних депутатів України або депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим, депутатів місцевих рад та сільських, селищних, міських голів, якщо вказані вибори проводяться одночасно з виборами народних депутатів України;

12) визнанням його недієздатним;

13) його смертю.

Відповідна виборча комісія вищого рівня, яка достроково припинила повноваження виборчої комісії, окремого члена виборчої комісії або виявила підстави для припинення його повноважень, не пізніше наступного дня повідомляє про це суб'єктів виборчого процесу, за поданням яких до складу комісії було включено осіб, повноваження яких достроково припинено.

У разі дострокового припинення повноважень усього складу виборчої комісії відповідна виборча комісія вищого рівня не пізніше ніж на сьомий день з дня припинення повноважень комісії, але не пізніш останнього дня перед днем виборів затверджує новий склад виборчої комісії у встановленому законом порядку.

У разі дострокового припинення повноважень члена виборчої комісії відповідна виборча комісія вищого рівня не пізніше ніж на сьомий день з дня припинення його повноважень, але не пізніш останнього дня перед днем виборів, включає до її складу іншу особу замість тієї, повноваження якої припинено.

Суб'єкт виборчого процесу, за поданням якого до складу комісії було включено особу, повноваження якої достроково припинено, має пріоритетне право на подання кандидатури для включення до складу виборчої комісії замість вибулого. Таке подання, здійснене відповідно до вимог закону, не може бути відхилене.

У разі систематичного невиконання головою, заступником голови або секретарем виборчої комісії покладених на нього обов'язків територіальна або дільнична виборча комісія може звернутися до виборчої комісії, яка її утворила, з мотивованим поданням про його (їх) заміну, якщо за це проголосувало не менше двох третин членів комісії від її складу. Це рішення підлягає обов'язковому розгляду у строки, зазначені у частині сьомій цієї статті. Рішення про заміну голови, заступника голови, секретаря виборчої комісії не тягне за собою припинення повноважень цих осіб як членів відповідної виборчої комісії.

Дільнична виборча комісія звичайної виборчої дільниці після отримання у порядку і в строки (не пізніше як за 32 дні до дня виборів, разом з бланками відкріпних посвідчень у кількості, що не перевищує чотири відсотки від орієнтовної кількості виборців на відповідній виборчій дільниці) попереднього списку виборців наступного дня після отримання подає його для загального ознайомлення у приміщенні дільничної виборчої комісії.

Кожен виборець має право ознайомитися із списком виборців у приміщенні дільничної виборчої комісії та перевірити правильність внесених до списку відомостей. Громадянин має право оскаржити до дільничної чи територіальної виборчої комісії або безпосередньо до місцевого суду за місцезнаходженням виборчої дільниці допущені при

складанні списку виборців неправильності, в тому числі невключення, неправильне включення або виключення із списку виборців його або інших осіб. Громадянин особисто подає скаргу до дільничної або територіальної виборчої комісії щодо вище викладених обставин.

Скарга щодо цих обставин у день виборів дільничною виборчою комісією не приймається і не розглядається.

Суб'єкт виборчого процесу також має право оскаржити рішення, дії чи бездіяльність дільничної виборчої комісії, члена цієї комісії.

Рішення, дії чи бездіяльність дільничної виборчої комісії чи члена такої комісії оскаржуються до територіальної виборчої комісії або до місцевого суду за місцезнаходженням дільничної виборчої комісії.

Рішення, дії чи бездіяльність територіальної виборчої комісії чи члена такої комісії оскаржуються до Центральної виборчої комісії або до апеляційного суду за місцезнаходженням територіальної виборчої комісії.

Рішення, дії чи бездіяльність Центральної виборчої комісії чи члена Центральної виборчої комісії оскаржуються до Верховного Суду України. Скарги на рішення, дії чи бездіяльність виборчих комісій, їх членів повинні розглядатися судами у складі не менше трьох професійних суддів.

Скарга на рішення, дії чи бездіяльність органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ, закладів та організацій, їх посадової та службової особи подається до місцевого суду за місцезнаходженням органу, підприємства, установи, закладу, організації, рішення, дії чи бездіяльність якого чи посадової (службової) особи якого оскаржуються.

Розгляд скарги на рішення, дії чи бездіяльність органу виконавчої влади, органу місцевого самоврядування, підприємства, установи, закладу, організації, їх посадової та службової особи не виключає притягнення окремих посадових та службових осіб до дисциплінарної, адміністративної чи кримінальної відповідальності у порядку, передбаченому законом.

Скарга до виборчої комісії або до суду подається у письмовій формі.

Скарга, що подається до виборчої комісії або до суду, повинна містити (див. ст. 88 Закону „Про вибори народних депутатів України”):

- 1) назву виборчої комісії або суду, до якої (якого) вона подається;
- 2) прізвище, ім'я, по батькові, місце проживання громадянина України, точну назву та місцезнаходження партії (блоку) - суб'єкта виборчого процесу або офіційну поштову адресу виборчої комісії, організації партії (блоку) - заявника скарги;
- 3) назву суб'єкта оскарження та його поштову адресу;

- 4) суть порушеного питання;
- 5) виклад обставин і зазначення доказів, якими заявник скарги обґрунтовує свої вимоги;
- 6) зазначення вимог;
- 7) перелік документів і матеріалів, що додаються;
- 8) зазначення заінтересованих осіб, яких суб'єкт подання скарги вважає за потрібне залучити до розгляду скарги;
- 9) підпис заявника скарги (представника виборчої комісії - заявника) із зазначенням дати підписання.

Вимоги суб'єкта звернення мають бути чітко сформульовані в скарзі із зазначенням суті рішення, ухвалення якого вимагається від суб'єкта розгляду скарги.

Скарга підписується особою, яка її подає. Якщо скарга від імені партії (блоку) подається її уповноваженою особою, то в заяві зазначаються також назва партії (блоку), її місцезнаходження (поштова адреса), вид і номер засобів зв'язку кандидата у депутати, в інтересах якого вона подається, та засвідчений відповідно до вимог законодавства документ, що посвідчує повноваження особи, яка її подає. Скарга, що подається від імені юридичної особи, підписується її керівником або іншою уповноваженою на те особою із засвідченням підпису печаткою юридичної особи. Скарга від імені виборчої комісії подається за рішенням виборчої комісії, яке додається до скарги, підписується головою на засіданні виборчої комісії, де приймалося рішення про звернення із скаргою, та засвідчується печаткою виборчої комісії.

До скарги додаються її копії у кількості, яка дорівнює кількості суб'єктів оскарження та заінтересованих осіб, зазначених у скарзі.

Судовий розгляд скарг здійснюється в порядку, передбаченому процесуальним законом, з урахуванням особливостей, встановлених Законом „Про вибори народних депутатів України”. Представництво виборчої комісії в суді здійснює голова виборчої комісії або, за рішенням виборчої комісії, інший член виборчої комісії.

Порядок розгляду скарги виборчою комісією встановлюється Центральною виборчою комісією. Розгляд скарг виборчими комісіями здійснюється з обов'язковим запрошенням суб'єкта звернення із скаргою та суб'єкта оскарження.

Днем подачі скарги вважається день фактичного отримання скарги суб'єктом розгляду скарги.

Скарга, оформлена без дотримання вище зазначених вимог, якщо такі недоліки перешкоджають її розгляду, повертається без розгляду суб'єктові подання скарги (представнику виборчої комісії - суб'єкта подання скарги) не пізніше як на наступний день після дня надходження скарги, а подана напередодні, в день голосування чи наступного дня -

невідкладно. В ухвалі про повернення скарги без розгляду зазначаються недоліки, які перешкоджають її розгляду, і вказується на можливість повторного звернення із скаргою, оформленою відповідно до встановлених вимог у передбачені строки.

Скарга розглядається у п'ятиденний строк з дня її отримання, стосовно порушень, які мали місце до дня голосування, - не пізніше дня, що передує дню голосування, а щодо порушень, які мали місце в день голосування, - не пізніше дня, наступного за днем голосування.

Суб'єкт звернення та інші заінтересовані особи завчасно повідомляються про час і місце розгляду скарги.

Суди, органи прокуратури та виборчі комісії організують свою роботу під час виборчого процесу, в тому числі у вихідні дні та в день голосування, таким чином, щоб забезпечити прийом та розгляд скарг у строки та в спосіб, встановлені Законом про вибори.

До заяви прикладаються докази, на підставі яких виборча комісія чи суд встановлюють наявність чи відсутність обставин, на яких ґрунтуються вимоги суб'єкта звернення і заперечення заінтересованих осіб. Ними можуть бути:

1) письмові документи і матеріали, які містять відомості про обставини, що мають значення для правильного розгляду скарги;

2) письмові пояснення суб'єктів виборчого процесу, посадових і службових осіб органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, підприємств, закладів, установ і організацій, отримані на вимогу членів виборчої комісії на виконання повноважень виборчої комісії;

3) письмові і речові докази;

4) висновки експертів.

Суб'єкт розгляду скарги приймає до розгляду лише ті докази, які мають значення для розгляду скарги. Про відхилення доказів, які не мають значення для розгляду скарги або не мають доказової сили, зазначається у рішенні суб'єкта розгляду скарги.

Доказування обставини (фактів) здійснюється засобами доказування та в порядку, встановленими законом.

Письмові докази подаються в оригіналі або в належним чином засвідченій копії. Якщо подано копію письмового доказу, суб'єкт розгляду скарги має право вимагати подання оригіналу.

Суб'єкт розгляду скарги оцінює докази з урахуванням дослідження їх у сукупності, керуючись законом. Ніякі докази не мають наперед встановленої сили, за винятком обставин, фактів, встановлених судовим рішенням, що набрало законної сили.

Скарга за визначеною формою, подана до дільничної виборчої комісії з мотивів невключення, неправильного включення або виключення із списку виборців заявника або

інших осіб, розглядається на найближчому засіданні комісії, як правило, у його присутності. Про час найближчого засідання комісії заявника повідомляє член комісії, який прийняв заяву. Подана скарга розглядається комісією у триденний строк, але не пізніше останнього дня перед днем виборів, а подана напередодні дня виборів та до територіальної виборчої комісії в день виборів - невідкладно. За підсумком розгляду заяви виборча комісія зобов'язана прийняти рішення про внесення зміни до списку виборців або мотивоване рішення про відхилення скарги. Копія рішення видається заявнику не пізніше наступного дня після його прийняття, а напередодні дня виборів чи, у разі розгляду територіальною виборчою комісією, в день виборів - невідкладно.

Дільнична або територіальна виборча комісія на вимогу члена комісії, кандидата у депутати, уповноваженої особи партії (блоку) має право внести запит до відповідних органів державної влади, органів місцевого самоврядування, керівників відповідних закладів та установ щодо надання для ознайомлення будь-яких документів, що містять інформацію про місце проживання громадян або засвідчують їх перебування у відповідному закладі чи установі. Вказані органи зобов'язані надати зазначені документи або їх достовірні копії не пізніше як на третій день після отримання запиту виборчої комісії, але не пізніше останнього дня перед днем виборів.

Дільнична виборча комісія не пізніше як за шість днів до дня виборів передає попередній список виборців разом із відомостями про його уточнення територіальній виборчій комісії для виготовлення уточненого списку виборців.

Дільнична виборча комісія отримує уточнений список виборців на дільниці від територіальної виборчої комісії не пізніше як за три дні до дня виборів.

У випадку прийняття судом рішення щодо внесення змін до списку виборців рішення комісії з цього приводу не приймається: голова, заступник голови або секретар дільничної виборчої комісії на виконання рішення суду вносить відповідні зміни до списку виборців невідкладно після отримання рішення суду.

Вносити будь-які зміни до списку виборців після закінчення голосування забороняється.

Порядок складання та уточнення списку виборців на спеціальних та закордонних виборчих дільницях визначається ст. 35 Закону „Про вибори народних депутатів України”.

Голосування проводиться в день виборів з восьмої до двадцятої години без перерви. Про час і місце голосування дільнична виборча комісія сповіщає виборців не пізніше як за 7 днів до дня його проведення, а у виняткових випадках - не пізніше останнього дня перед днем виборів.

Організація проведення голосування та підтримання у приміщенні для голосування належного порядку, забезпечення таємності волевиявлення виборців під час голосування покладаються на дільничну виборчу комісію.

Дільнична виборча комісія не раніш як за сорок п'ять хвилин до початку голосування проводить засідання, на початку якого усі присутні оглядають стрічку, якою було опечатано сейф (металева шафа). Якщо стрічка не пошкоджена і має відповідні підписи і печатку, відкривається сейф (металева шафа) з виборчими бюлетенями. Голова дільничної виборчої комісії на підставі витягу із протоколу територіальної виборчої комісії про передачу виборчих бюлетенів дільничній виборчій комісії або акта оголошує кількість виборчих бюлетенів, отриманих дільничною виборчою комісією. Ці відомості секретар виборчої комісії вносить до протоколу дільничної виборчої комісії про підрахунок голосів виборців на виборчій дільниці.

У разі виявлення пошкодження стрічки, якою було опечатано сейф (металева шафа), або невідповідності підписів чи печатки на ній голова дільничної виборчої комісії негайно повідомляє про це органи внутрішніх справ України та територіальну виборчу комісію. Після цього члени дільничної виборчої комісії перераховують виборчі бюлетені, про що складається акт, який підписується всіма присутніми при цьому на засіданні дільничної виборчої комісії та скріплюється печаткою виборчої комісії. Кількість виборчих бюлетенів, зазначена у вказаному акті, вважається кількістю виборчих бюлетенів, отриманих дільничною виборчою комісією. Ця кількість оголошується і вноситься секретарем дільничної виборчої комісії до протоколу дільничної виборчої комісії про підрахунок голосів виборців на виборчій дільниці.

Дільнична виборча комісія звичайної виборчої дільниці встановлює кількість виборців, які отримали відкріпні посвідчення, підраховує кількість наявних невикористаних бланків відкріпних посвідчень. Невикористані бланки відкріпних посвідчень погашаються шляхом відокремлення правого нижнього кута. Про погашення бланків відкріпних посвідчень складається акт за формою, встановленою Центральною виборчою комісією.

Погашені невикористані бланки відкріпних посвідчень запаковуються. На пакеті робиться напис „Погашені бланки відкріпних посвідчень на право участі у виборах народних депутатів України”, зазначаються номери територіального виборчого округу та виборчої дільниці, дата і час пакування, кількість запакованих погашених бланків відкріпних посвідчень, ставляться підписи присутніх членів дільничної виборчої комісії та печатка виборчої комісії.

Пакет з погашеними бланками відкріпних посвідчень та акт про погашення доставляються до територіальної виборчої комісії разом з виборчою документацією.

Голова дільничної виборчої комісії на засіданні виборчої комісії перед початком голосування надає для огляду членам дільничної виборчої комісії, присутнім кандидатам у депутати, уповноваженим особам партій (блоків), офіційним спостерігачам від партій (блоків), представникам засобів масової інформації почергово всі наявні на виборчій дільниці виборчі скриньки. Після огляду кожної виборчої скриньки вона пломбується або опечатується печаткою дільничної виборчої комісії, після чого до неї опускається контрольний лист, у якому зазначаються номер територіального округу, номер виборчої дільниці, час його вкидання до виборчої скриньки, прізвища та ініціали голови, заступника голови, секретаря та інших членів дільничної виборчої комісії, кандидатів у депутати, уповноважених осіб партій (блоків), офіційних спостерігачів від партій (блоків), які присутні при цьому. Контрольний лист підписується цими особами, їхні підписи скріплюються печаткою виборчої комісії. Після вкидання контрольного листа до виборчої скриньки голова виборчої комісії надає для огляду наступну виборчу скриньку і проводить з нею ту саму процедуру. Після опечатування останньої виборчої скриньки і вкидання до неї контрольного листа та встановлення стаціонарних (великих) виборчих скриньок на відведені для них місця виборча дільниця вважається готовою до проведення голосування. Переносні (малі) виборчі скриньки розміщуються у приміщенні для голосування отворами для виборчих бюлетенів униз у полі зору членів виборчої комісії та офіційних спостерігачів.

При проведенні голосування на виборчій дільниці член дільничної виборчої комісії на підставі списку виборців на відповідній виборчій дільниці за умови пред'явлення виборцем одного з визначених Законом документів, видає виборцю один виборчий бюлетень для голосування. При цьому член дільничної виборчої комісії, який видає виборчий бюлетень, вписує своє прізвище та ініціали і розписується у визначеному місці на виборчому бюлетені та контрольному талоні. Виборець розписується за отримання виборчого бюлетеня у визначеному місці на контрольному талоні виборчого бюлетеня та у списку виборців. Робити на виборчих бюлетенях будь-які позначки забороняється.

Виборець, який прибув для голосування на виборчу дільницю з відкріпним посвідченням у день виборів або з рішенням суду чи територіальної виборчої комісії про його включення до списку виборців на відповідній виборчій дільниці, включається до списку виборців, отримує у визначеному Законом порядку виборчий бюлетень.

Виборець, який внаслідок фізичних вад не може самостійно заповнити виборчий бюлетень, має право з відома голови або іншого члена дільничної виборчої комісії скористатися допомогою іншого виборця, крім членів виборчої комісії, кандидатів у депутати, уповноважених осіб партій (блоків), офіційних спостерігачів.

Виборець не має права передавати свій виборчий бюлетень іншим особам або вносити виборчий бюлетень за межі приміщення для голосування.

Виборець особисто опускає заповнений виборчий бюлетень до виборчої скриньки. Виборець, який через фізичні вади не може самостійно опустити виборчий бюлетень до виборчої скриньки, має право з відома голови або іншого члена дільничної виборчої комісії доручити зробити це іншій особі у своїй присутності, крім членів виборчої комісії, кандидатів у депутати, уповноважених осіб партій (блоків), офіційних спостерігачів.

У разі пошкодження виборчої скриньки під час голосування вона опечатується головою і не менш як трьома членами виборчої комісії, які є представниками різних партій (блоків), у спосіб, що унеможливило подальше вкидання чи виймання виборчих бюлетенів. Ця виборча скринька зберігається в приміщенні для голосування в полі зору членів виборчої комісії та інших осіб.

У разі якщо виборець, заповнюючи виборчий бюлетень, припустився помилки, він має право невідкладно звернутися з письмовою заявою до члена виборчої комісії, який видав йому виборчий бюлетень, з проханням видати йому інший виборчий бюлетень.

Виборець, який за станом здоров'я не може прибути до приміщення для голосування звичайної виборчої дільниці, де він включений до списку виборців, а також виборець, який включений до списку виборців на спеціальній виборчій дільниці, утвореній у стаціонарному лікувальному закладі, і через постільний режим не може прибути до приміщення для голосування, має право звернутися з письмовою заявою до відповідної дільничної виборчої комісії з проханням забезпечити йому голосування за межами приміщення для голосування. Така заява разом із довідкою медичної установи про стан здоров'я і зазначення місця перебування виборця може бути подана не пізніш як за 16 годин до початку голосування.

Заява виборця про бажання голосувати за межами приміщення для голосування реєструється дільничною виборчою комісією в окремому журналі.

Голосування виборців за межами приміщення для голосування організують не менш як три члени дільничної виборчої комісії, визначені виборчою комісією. Ці члени виборчої комісії повинні бути представниками різних партій (блоків).

Голосування виборців за межами приміщення для голосування організується з таким розрахунком, щоб виборці змогли проголосувати не пізніш як за годину до закінчення голосування. Під час проведення голосування за межами приміщення для голосування мають право бути присутні офіційні спостерігачі.

О двадцятій годині голова дільничної виборчої комісії оголошує про закінчення голосування, після чого мають право проголосувати лише виборці, які знаходяться в приміщенні для голосування.

Підрахунок голосів виборців на виборчій дільниці здійснюється відкрито і гласно членами дільничної виборчої комісії на її засіданні, яке проводиться у тому ж приміщенні, де відбувалося голосування.

Засідання дільничної виборчої комісії починається відразу після закінчення голосування, проводиться без перерви і закінчується після складення та підписання протоколу про підрахунок голосів виборців на виборчій дільниці.

Перший і другий примірники протоколу дільничної виборчої комісії про підрахунок голосів виборців на виборчій дільниці, а за наявності - і відповідні примірники протоколу з позначкою „Уточнений” запаковуються. На пакеті робиться напис „Протокол про підрахунок голосів”, зазначаються номер територіального виборчого округу, номер виборчої дільниці, дата і час пакування, ставляться підписи присутніх членів дільничної виборчої комісії та печатка виборчої комісії. Третій примірник протоколу дільничної виборчої комісії про підрахунок голосів виборців на виборчій дільниці зберігається у секретаря дільничної виборчої комісії, четвертий примірник зазначеного протоколу невідкладно вивіщується для загального ознайомлення в приміщенні дільничної виборчої комісії, а решта - по одному примірнику протоколу - видається членам дільничної виборчої комісії.

Кандидатам у депутати, уповноваженим особам партій (блоків), офіційним спостерігачам від партій (блоків), які були присутні при підрахунку голосів виборців на виборчій дільниці, на їх прохання невідкладно видаються копії протоколу, у тому числі з позначкою „Уточнений”, засвідчені головою і секретарем дільничної виборчої комісії та скріплені печаткою виборчої комісії, з розрахунку не більш як по одній копії кожного протоколу для кожної партії (блоку).

Пакети з протоколами дільничної виборчої комісії про підрахунок голосів виборців на виборчій дільниці, виборчими бюлетенями, контрольними талонами і предметами, списками виборців, а також, за наявності, окремими думками членів виборчої комісії, викладеними у письмовій формі, актами, заявами, скаргами та рішеннями, прийнятими виборчою комісією, невідкладно після закінчення засідання виборчої комісії доставляються до територіальної виборчої комісії.

Транспортування цих документів здійснюється представниками трьох різних партій (блоків), серед яких голова дільничної виборчої комісії або заступник голови та два члени цієї виборчої комісії - представники двох інших партій (блоків), які набрали найбільшу кількість голосів на виборчій дільниці, у супроводі працівника органів внутрішніх справ України. За своїм бажанням інші члени дільничної виборчої комісії, кандидати у депутати, уповноважені особи партій (блоків), офіційні спостерігачі можуть супроводжувати транспортування документів. Під час транспортування документів забороняється розпечатувати пакети з виборчими бюлетенями та іншою документацією.

Протокол про підрахунок голосів виборців на виборчій дільниці та інші документи дільничної виборчої комісії передаються відповідній територіальній виборчій комісії на її засіданні.

З моменту закінчення голосування територіальна виборча комісія розпочинає засідання, яке продовжується безперервно до встановлення підсумків голосування у територіальному виборчому окрузі. На цей час члени територіальної виборчої комісії не можуть залучатися до виконання інших функцій, крім участі в засіданні виборчої комісії.

На засіданні територіальної виборчої комісії приймаються, розглядаються та оголошуються протоколи дільничних виборчих комісій про підсумки голосування на відповідних виборчих дільницях, а також передаються інші документи дільничних виборчих комісій (див. ч. 9 ст. 72 Закону „Про вибори народних депутатів України”). Час прийняття територіальною виборчою комісією протоколу дільничної виборчої комісії, перелік прийнятих документів і занесені до протоколу відомості фіксуються у протоколі засідання територіальної виборчої комісії.

У разі виявлення у протоколі дільничної виборчої комісії про підрахунок голосів виборців на виборчій дільниці виправлень, помилок, неточностей територіальна виборча комісія своїм рішенням може зобов'язати дільничну виборчу комісію внести зміни до цього протоколу відповідно до вимог ч. 6 ст. 72 цього Закону, про що зазначається у протоколі засідання територіальної виборчої комісії.

Дільнична виборча комісія зобов'язана у строк, визначений територіальною виборчою комісією, розглянути питання про внесення змін до протоколу без перерахунку виборчих бюлетенів. Протокол з поміткою „Уточнений” транспортується і передається територіальній виборчій комісії в порядку, встановленому ст. 74 цього Закону. Час прийняття територіальною виборчою комісією протоколу дільничної виборчої комісії з поміткою „Уточнений”, перелік прийнятих документів і занесені до цього протоколу відомості фіксуються у протоколі територіальної виборчої комісії.

Подані до територіальної виборчої комісії примірники протоколу про підрахунок голосів виборців на виборчій дільниці та додані до нього документи зберігаються в територіальній виборчій комісії.

Дільнична виборча комісія може визнати голосування на виборчій дільниці недійсним у разі встановлення нею порушень вимог закону, внаслідок яких неможливо достовірно встановити результати волевиявлення виборців.

Повноваження дільничної виборчої комісії закінчуються через п'ятнадцять днів після дня офіційного оприлюднення Центральною виборчою комісією результатів виборів.

Діяльність офіційних спостерігачів під час виборів

Здійснення незалежного спостереження за виборчим процесом має важливе значення для виконання законності і демократичності всіх видів виборів. Законність і

демократичність виборів обумовлюється правильним розумінням букви закону, неухильним дотриманням і правильним застосуванням його норм усіма учасниками виборчого процесу.

Вітчизняний та зарубіжний досвід спостереження за ходом виборів підтверджує, що присутність незалежних спостерігачів на певних етапах роботи виборчих комісій і на виборчих дільницях під час голосування та підрахунку голосів сприяє зміцненню упевненості громадян у законності, справедливості виборів.

Інститут спостерігачів регламентовано в Законі України „Про вибори Президента України”, відповідними статтями Закону України „Про вибори народних депутатів України”.

Під час виборів народних депутатів України у виборчому процесі можуть брати участь офіційні спостерігачі від партій (блоків) - суб'єктів виборчого процесу, й офіційні спостерігачі від іноземних держав та міжнародних організацій.

Офіційний спостерігач від партії (блоку) є самостійним суб'єктом виборчого процесу. Офіційні спостерігачі від іноземних держав та міжнародних організацій - можуть тільки вести спостереження за ходом виборчого процесу.

Повноваження офіційних спостерігачів починаються з дня їх реєстрації відповідною виборчою комісією у порядку, передбаченому Законом „Про вибори народних депутатів України”, і припиняються після встановлення Центральною виборчою комісією результатів виборів депутатів.

Виборча комісія, яка зареєструвала офіційного спостерігача, може достроково припинити його повноваження у разі порушення ним законів України. Про дострокове припинення повноважень офіційного спостерігача приймається мотивоване рішення.

Метою діяльності спостерігача є діяльність в інтересах захисту відкритих, гласних, чесних і прозорих виборів.

Завдання діяльності спостерігача - забезпечення громадського нагляду за дотриманням принципів законності та демократії в ході виборчого процесу.

Офіційним спостерігачем від партії (блоку) - суб'єкта виборчого процесу може бути громадянин України, який має право голосу і не є членом жодної виборчої комісії. Не може бути офіційним спостерігачем від партій (блоків): член виборчої комісії; посадова особа органів виконавчої або судової влади чи органів місцевого самоврядування; військовослужбовець; службовець рядового та начальницького складу органів внутрішніх справ України, Служби безпеки України; особа, яка проходить альтернативну (невійськову) службу.

Офіційний спостерігач від партії (блоку) реєструється територіальною виборчою комісією за поданням керівного органу районної, міської або вищого рівня організації партії (організацій партій, що входять до блоку).

У поданні про реєстрацію офіційних спостерігачів зазначаються їх прізвища, імена, по батькові, громадянство, адреса місця проживання, номери телефонів. До подання додаються заяви про згоду цих осіб бути офіційними спостерігачами від відповідної партії (блоку).

Подання про реєстрацію спостерігача від партії (блоку) за підписом керівника районної, міської чи вищого рівня організації партії (партій, що входять до блоку) вноситься до відповідної територіальної виборчої комісії не пізніше як за п'ять днів до дня виборів. Підставою для відмови у реєстрації офіційного спостерігача від партії (блоку) може бути лише порушення вимог, викладених вище. Відповідна територіальна виборча комісія видає офіційним спостерігачам від партій (блоків) посвідчення за формою, встановленою Центральною виборчою комісією не пізніше як на наступний день після внесення подання.

Офіційний спостерігач від партії (блоку) має право:

- перебувати на виборчих дільницях під час голосування, спостерігати з будь-якої відстані за діями членів виборчої комісії, у тому числі під час видачі бюлетенів виборцям і підрахунку голосів, не заважаючи членам виборчої комісії фізично;
- робити фото- та кінозйомки, аудіо- та відеозаписи;
- бути присутнім при видачі виборчих бюлетенів членам дільничної виборчої комісії для організації голосування виборців за межами приміщення для голосування та при проведенні такого голосування;
- бути присутнім з дотриманням вимог Закону „Про вибори народних депутатів України” на засіданнях дільничних та територіальних виборчих комісій (разом не більше двох осіб від однієї партії (одного блоку), у тому числі під час підрахунку голосів виборців на виборчій дільниці, встановлення підсумків голосування в територіальному виборчому окрузі;
- звертатися до відповідної виборчої комісії та до суду із скаргою про усунення правопорушень в разі їх виявлення;
- складати акт про виявлення правопорушення, що підписується ним та не менш як двома виборцями, які засвідчують факт цього порушення, із зазначенням їх прізвищ, імен, по батькові, адреси місця проживання, та подавати його з відповідною скаргою до відповідної виборчої комісії у строки, передбачені статтею 87 Закону „Про вибори народних депутатів України”;
- вживати необхідних заходів щодо припинення протиправних дій під час голосування та підрахунку голосів виборців на виборчій дільниці;
- отримати копії протоколів про передачу виборчих бюлетенів, про підрахунок голосів і встановлення результатів голосування та інших передбачених Законом документів;
- реалізовувати інші права, передбачені законом.

Офіційний спостерігач від партії (блоку) не має права:

- безпідставно втручатися в роботу виборчої комісії, чинити дії, що порушують хід виборчого процесу або заважають членам виборчої комісії здійснювати свої повноваження;
- заповнювати замість виборця (у тому числі і на його прохання) виборчий бюлетень;
- бути присутнім при заповненні виборцем виборчого бюлетеня у кабіні (кімнаті) для таємного голосування.

У разі порушення офіційним спостерігачем від партії (блоку) цих вимог, дільнична виборча комісія може позбавити його права бути присутнім на засіданні дільничної виборчої комісії. Таке рішення може бути оскаржене офіційним спостерігачем від партії (блоку) до суду.

Керівний орган районної, міської чи вищого рівня організації партії (організацій партій, що входять до блоку) має право відкликати свого офіційного спостерігача, звернувшись з письмовою заявою до відповідної територіальної виборчої комісії про припинення його повноважень, і подати документи для реєстрації іншої особи в порядку, встановленому цим Законом.

Офіційний спостерігач має право у будь-який час звернутися до територіальної виборчої комісії із заявою про складення своїх повноважень. На підставі заяви територіальною виборчою комісією приймається рішення, копія якого надається уповноваженій особі партії (блоку).

Офіційні спостерігачі від іноземних держав і міжнародних організацій

Участь офіційних спостерігачів від іноземних держав, міжнародних організацій у спостереженні за підготовкою та проведенням виборів є одним із найважливіших засобів забезпечення їх відкритості та гласності, демократизації виборчого процесу.

Офіційні спостерігачі від іноземних держав, міжнародних організацій реєструються Центральною виборчою комісією. Пропозиції щодо їх реєстрації подаються ними безпосередньо або через Міністерство закордонних справ України до Центральної виборчої комісії не пізніше як за 10 днів до дня виборів.

Рішення про реєстрацію офіційних спостерігачів від іноземних держав, міжнародних організацій приймається Центральною виборчою комісією не пізніше як за 5 днів до дня виборів.

Центральна виборча комісія видає офіційним спостерігачам від іноземних держав, міжнародних організацій посвідчення за встановленою нею формою.

Офіційні спостерігачі від іноземних держав, міжнародних організацій здійснюють свої повноваження на всій території України.

Офіційний спостерігач від іноземної держави, міжнародної організації має право:

- бути присутнім на зустрічах кандидатів у депутати, уповноважених осіб партій (блоків) з виборцями, на передвиборних зборах, мітингах, засіданнях виборчих комісій;
- знайомитися з матеріалами передвиборної агітації;
- перебувати на виборчих дільницях під час голосування і підрахунку голосів виборців та при встановленні підсумків голосування територіальними виборчими комісіями;
- робити фото- та кінозйомки, аудіо- та відеозаписи;
- висловлювати свої пропозиції щодо організації проведення виборів депутатів та вдосконалення законодавства України з урахуванням міжнародного досвіду, проводити прес-конференції з додержанням вимог законодавства України;
- утворювати разом з іншими спостерігачами від іноземних держав, міжнародних організацій за погодженням з Центральною виборчою комісією тимчасові групи спостерігачів для координації їх діяльності в межах повноважень, передбачених цим Законом.

Офіційні спостерігачі від іноземних держав, міжнародних організацій здійснюють спостереження самостійно і незалежно.

Міністерство закордонних справ України, інші органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування та виборчі комісії повинні сприяти офіційним спостерігачам від іноземних держав, міжнародних організацій у здійсненні ними повноважень.

Фінансове і матеріальне забезпечення діяльності офіційних спостерігачів від іноземних держав, міжнародних організацій здійснюється за рахунок коштів держав чи організацій, які направили цих спостерігачів в Україну, або за їх власні кошти.

Офіційні спостерігачі від іноземних держав, міжнародних організацій не мають права використовувати свій статус у діяльності, не пов'язаній із спостереженням за ходом виборчого процесу, а також втручатися у роботу виборчих комісій.

Основне правило поведінки офіційного спостерігача на виборах - співробітництво та партнерство. Насамперед співробітництво з членами виборчих комісій. Перед усіма ними (офіційними спостерігачами та членами виборчих комісій) стоїть загальна мета - забезпечення норм законодавства під час проведення виборів. Більшість членів виборчих комісій, як і спостерігачі - порядні і чесні люди. Тому не треба бути надмірно підозрілим. Кожний із них робить загальну справу на своєму місці. Не можна втручатися у роботу і робити зауваження членам комісії. Спостерігачі повинні бути чемними і доброзичливими не тільки з членами виборчих комісій, а і з іншими офіційними спостерігачами.

Якщо скласти зусилля всіх спостерігачів, то на кожній виборчій дільниці буде неможлива фальсифікація виборів, або помилкове підбиття підсумків голосування і порушення виборчих та інших прав громадян в комісіях більш вищого рівня.

При виникненні непорозумінь і можливих порушень спостерігач повинен:

- ◆ завжди звертатися тільки до голови комісії, заступника голови, або до особи, яка їх замінює;
- ◆ не звертатися з простими підозрами, не виказувати недовіри. Слід аргументувати свою правоту, спокійно висловлюватися про ситуацію. Звернення повинно виглядати як бажання розібратися, а не як спроба нав'язати свою думку. Спостерігачеві треба спробувати зрозуміти свого співрозмовника та його докази. У разі небажання прийняти до уваги висловлені аргументи, указати ті положення закону, яким вони суперечать;
- ◆ якщо усна відповідь співрозмовника не задовольняє, написати письмову заяву та скласти акт у відповідну виборчу комісію. Письмові заяви та скарги у день голосування розглядаються негайно;
- ◆ якщо порушення продовжується, зафіксувати його, використовуючи всі дозволені законом засоби. Наприклад: відеокамерою, магнітофоном;
- ◆ у розмові ніколи не переходити на особи, не принижувати гідність співрозмовника, не піддавати сумніву його професіоналізм, особисті якості;
- ◆ ніколи не підвищувати голос, контролювати свою поведінку.

Додатки

Список використаних джерел та літератури

1. Авторханов А.Г. Технология власти. – М., 1994
2. Андерсон Р.Д. Тоталітаризм: концепція чи ідеологія? // Поліс.- 1993.- №3.
3. Андреев С.С. Политические системы и политическая организация// Социально-политический журнал .- 1992.- №1.
4. Андресюк Б. Місцеве самоврядування в сучасній Україні: проблеми і перспективи. – К.: Інформ. Вид. Центр “Стилос”,1997. – 222 с.
5. Арон Р. Демократия и тоталитаризм .- М., 1993.
6. Баран В. Теорія тоталітаризму: генеза і сутність // Сучасність. – 1996.- №8.
7. Батанов О. Функції територіальних громад як специфічних суб’єктів конституційного права // Право України. – 1998. - № 8
8. Бебик В.М. Менеджмент виборчої кампанії, її ресурси, технології, маркетинг.- К.: МАУП, 2001
9. Бебик В.М. Основи теоретичної та політичної політології: Підручник.- К., 1994.
10. Біленчук П. та ін. Місцеве самоврядування в Україні (муніципальне право): Навчальний посібник / П.Біленчук, В. Кравченко, М.Підмогильний. – К.: Атіка, 2000. – 304 с.
11. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое?—М.: Новости, 1990.
12. Борбич М.Ф. Положення про місцеві ініціативи (м. Маневічі Волинської області)// Рубцов В.П. К. - 2001
13. Борденюк В. Деякі аспекти співвідношення державного управління та місцевого самоврядування в контексті адміністративного права // Вісн. Укр. Акад. держ. упр. при Президентіві України. - 2000. - №1
14. Борденюк В. Деякі аспекти співвідношення місцевого самоврядування, держави і громадянського суспільства в Україні // Право України. – 2001. - №12
15. Борденюк В. Місцеве самоврядування в районах і областях: проблеми становлення та розвитку // Український муніципальний рух: Зб. матеріалів та док. VI Всеукр. муніцип. Слухань (29 черв. – 2 лип. 2000 р.), Міжрегіон. муніцип. слухань в м. Бердянську (15 – 17 верес. 2000р.), Громад. слухань 1 груд. 2000 р. – К.: Логос, 2001
16. Борденюк В. Співвідношення органів державної влади та органів місцевого самоуправління: організаційно – управлінський аспект // Вісн. Укр. Акад. держ. упр. при Президентіві України. - 2001. - №4
17. Бутенко И.А. Анкетный опрос как общение социолога с респондентом.-М.,1989.
18. Бутко І. Деякі проблеми становлення та розвитку місцевого і регіонального самоврядування в Україні // Актуальні проблеми управління територіями в Україні. Мат. наук.-практ. конференції. - К.,1993.

19. В. Ф. Погорілко. Конституційне право України. -К.:1999;
20. Валентин Королько. Основи публік релейшнз. Посібник.-К., Інститут соціології НАН України, 1997.
21. Вибори 2002: генеральна репетиція президентських виборів 2004. //Людина і політика.- 2002.- №3
22. Всесвітня Декларація місцевого самоврядування // Місцеве та регіональне самоврядування України. – 1994. – Випуск 1-2
23. Гавриленко І. Політична система суспільства// Політологічні читання. – 1990. - №5.
24. Гречихин В.Г.Лекции по методике и технике социологических исследований.- М.,1988.
25. Давидов Р. Політико-правові засади децентралізації влади і розвитку місцевого самоврядування в Україні // Вісн. Укр. Акад. держ. упр. при Президентові України. - 1996. - № 1
26. Дороти Доти И. Паблсити и паблик рилейшнз / Перевод с англ. Издание 2-е.-М: „Филинь”, 1998.
27. Електронна демократія: інформаційні та комунікаційні технології у виборчому процесі (досвід Великої Британії). - К. 2001
28. Європейська Хартія Місцевого Самоврядування. (Хартія ратифікована Верховною радою України 15.07.97).
29. Загальнонаціональні опитування exit poll: Парламентські вибори - 1998. Президентські вибори – 1999. Парламентські вибори – 2002. – К.:Заповіт, 2002. – 120с.
30. Закон України „Про вибори депутатів місцевих рад та сільських, селищних, міських голів”: Прийнятий 14.01.98 № 14/98–ВР. – К.: Парламентське видавництво, 1998. – 64с.
31. Закон України “Про вибори народних депутатів України”
32. Закон України “Про вибори Президента України”
33. Закон України “Про всеукраїнський та місцеві референдуми
34. Закон України “Про звернення громадян”
35. Закон України “Про об’єднання громадян в Україні”
36. Закон України “Про органи самоорганізації населення
37. Закон України “Про політичні партії в Україні”
38. Закон України “Про статус народного депутата України”
39. Закон України „Про місцеве самоврядування в Україні”
40. Закон України „Про місцеве самоврядування в Україні”. Науково-практичний коментар. Інститут законодавства Верховної Ради України. - Київ, 1999.

41. Закон України „Про Рахункову палату”
42. Закон України „Про службу в органах місцевого самоврядування”
43. Закон України „Про статус депутатів місцевих рад”
44. Закон України „Про Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини”
45. Зв'язки з громадськістю. Як їх встановлювати і підтримувати? Навчально-методичний посібник для працівників органів місцевого самоврядування і громадських організацій України. – К.: Центр інновацій та розвитку, 1998
46. Зв'язки з громадськістю як пріоритет в діяльності молодіжних громадських організацій. Серія „Розвиваємо молодіжні ініціативи. Крок 4” – Житомирський обласний центр молодіжних ініціатив. - Житомир, 2001
47. Іванов В.Ф. Контент-аналіз. Методологія і методика дослідження ЗМК. - К, 1994.
48. Ігнатенко О. Місцеве самоврядування: узагальнення проблем поступу // Управління сучасним містом. - 2001. - №1-3 (1)
49. Інтернет у сучасній російській політиці. Утопії та реальність. - К.:Поліс., 2002, №5
50. Кампо В. Дві системи місцевої влади: взаємодія а не протистояння // Місцеве самоврядування. 1998. - № 1-2
51. Кампо В. Місцеве самоврядування в Україні. – К.: Ін Юре, 1997. – 36 с.
52. Коментар до Конституції України. Під ред. В. Ф. Бойка., – К.: ІЗВРУ,1998.
53. Конституція государств Европейского Союза. – М.: Изд. груп. М-НОРМА, 1997. – 448 с.
54. Конституційне право України: Підручник / В.Погорілко, - К.:Наук. думка, 1999. – 735 с.
55. Конституція України: Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996р. – К. : Преса України, 1997. – 80с.
56. Корнієнко М. Місцеве самоврядування в Україні: концептуальні проблеми // Місцеве самоврядування в Україні. Історія. Проблеми. Пропозиції. – К.: Логос, 1994. – 124 с.
57. Корнієнко М. Місцеве самоврядування та “урядова вертикаль” // Місцеве самоврядування. - 1997. - № 3-4
58. Королько В.Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика. - К., 2001.
59. Королько В.Т. Политическая реклама: уроки выборов, проблемы. // Социология: теория, методы, маркетинг. -1998, - №6.
60. Косінський В. Процесуальні особливості здійснення повноважень органами місцевого самоврядування // Право України. – 2000. - № 5
61. Кравченко В. Пітцик М. Конституційні засади місцевого самоврядування в Україні (основи муніципального права): Навч. посібник. – К.: Арарат-Центр, 2001. – 176 с.

62. Кравченко В. Розмежування повноважень – за чіткими критеріями // Місцеве самоврядування. – 1997. - № 3-4
63. Кушниренко А. Г. Избирательное право и избирательная система в Украине // Проблемы законности. –1996. - №31
64. Лісовий В.С. Поняття політичної культури. Політична культура українців// Феномен української культури: методологічні засади осмислення. – К., 1996
65. Медиа в выборах: между политикой и культурой (контент-анализ политической прессы) / Под ред. Н.Костенко: - К.: Ин-т социологии НАН Украины, 1999
66. Механізм політичної кампанії. Методичний посібник. Міжнародний Республіканський Інститут. - Москва, 1995
67. Нечаєв В.Д. Виборець: покупець, продавець чи вкладник? // Поліс., - 2001., - №6
68. Підготовка і проведення виборчих кампаній. – К.: Інтертехнодрук, 2002. – 340с.
69. Планування та організація виборчої кампанії. Серія „Розвиваємо молодіжні ініціативи”. Крок 5” – Житомир: Житомирський обласний центр молодіжних ініціатив, 2001
70. Політична агітація. Посібник із проведення політичної агітації для осіб, що професійно задіяні у політиці. - Москва, 1994
71. Поцелуєв С.П. Про телебачення під час виборів // Поліс.- 1999, - №5
72. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз для професіоналів. 2-ге вид.- К., 2001.
73. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. - К., 1996.
74. Почепцов Г. Паблік рилейшнз, или как успешно управляют общественным мнением - М.: Центр, 1998.
75. Почепцов Г.Г. Профессия имиджмейкер. - К., 1998
76. Почепцов Г.Г. Символы в политической рекламе. - К.: Принт Сервис, 1997
77. Почепцов Г. Г. Имиджелогия: теория и практика - К.: „АДФ-Укр.”, 1998.
78. Проект нового закону „Про місцеве самоврядування в Україні” // www.rada.gov.ua.
79. Розширення можливостей громадян: яку роль може відігравати суспільство в належному управлінні та людському розвитку? Міжнародний центр перспективних досліджень. Київ. Вересень 2001
80. Сікора І. Проблеми легітимності політичної системи і державності в перехідних суспільствах // Політологічні читання. – 1992.- №1
81. Скиба В.Й. Політологія. Теорія і методика навчального курсу. - К., 1992
82. Співпраця громадських організацій із засобами масової інформації. Навч. курс для представників громад, орг-цій. - К.: Ресурсний центр розвитку громадських організацій „Гурт”, 2000
83. Формування іміджу органів місцевого самоврядування та громадських організацій за

- допомогою засобів масової інформації. - К.: Центр соціально-психологічної реабілітації „ГЕШТАЛЬТ”, Центр інновацій та розвитку, 1998
84. Хілдебранд С. Складання та оформлення передвиборних друкованих матеріалів. Методичний посібник. Міжнародний Республіканський Інститут. - Москва, 1996
85. Шаповал В. Категорія “державної влади” в конституційній теорії і практиці// Ідеологія державотворення: історія і сучасність: Матеріали науково-практичної конференції (22-23 листопада 1996 р.). – К., 1997
86. Шаповал В. та ін. Парламентаризм і законодавчий процес в Україні: Навч. посіб. / В.М.Шаповал, В.І.Борденюк, Г.С. Журавльова. – К.:Вид-во УАДУ, 2000.– 216 с.
87. Ягоферов А. Законодавство про місцеве самоврядування потребує суттєвої корекції // Влада і політика. – 2001. – 27 квіт. – 10 трав.
88. Яковенко Ю.И., Паниотто В.И. Почтовый опрос в социологическом исследовании. - К., -1988.

Не для продажу

Міжнародний Республіканський Інститут

АБЕТКА МОЛОДОГО ПОЛІТИКА

Матеріали для практичного використання

Редакційна колегія та упорядники збірника:

Стах В.М., Карташов А.В., Шелковий Ю.В., Геращенко А.Ю.,

Маркевич Я.В., Плоский К.В., Городок М.Д., Радчук В.С.,

Храбан О.Л., Овчарук А.Г.

Макетування – М.Соколов

**При передруці інформації з посібника посилання на джерело
є обов'язковим**

Наклад: 300 прим.