

## РОЗДІЛ 1. ПОЛІТИЧНІ ІНСТИТУТИ ТА ПРОЦЕСИ

Большан Інна Володимирівна

## Політичний консалтинг та вплив політичних технологій на електоральну думку

УДК 328

DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2022-3.1>

Большан Інна Володимирівна  
аспірант кафедри політології  
Одеського національного університету  
імені І. І. Мечникова  
вул. Дворянська, 2, Одеса, Україна

*Політичні технології – це складова процесу формування демократичного політичного суспільства, розвитку політичної культури соціуму. У цій статті висвітлюється сутність та мета політичного консультування, передумови виникнення цього явища, сфери застосування політичних технологій, а також приклади використання політичних технологій та їх вплив на політичну свідомість громадян. В світлі дослідження сутності поняття «політичні технології», важливим є розуміння поняття політичного консалтингу та політтехнологічних маніпуляцій.*

*Політичний консалтинг – досить новий науковий напрям, що вивчає діяльність, яка задовольняє потреби суспільства, обраних груп або індивідів у досягненні цілей керованих змін існуючої суспільно-політичної ситуації.*

*Актуальність розгляду сутності, основних функцій та специфіки політичного консалтингу, визначається посиленою увагою громадських та політичних лідерів до цього напрямку діяльності, що призводить до збільшення попиту на фахівців у розвитку соціально-політичного процесу.*

*Варто акцентувати увагу, що як сфера діяльності дана галузь має певну історичну основу та практику. До моменту повної індустріалізації та діджиталізації суспільства та державних інституцій, функції політичних консультантів, виконували наближені до правлячої еліти радники, секретарі, мудреці та сповідники. Справедливо відзначити, що й сьогодні, політичні лідери, не дивлячись на наявність в своєму штаті спеціальної політтехнологічної одиниці, мають окремих радників по різних сферах суспільно-політичних галузей.*

*Щодо політичних маніпуляцій, то на відміну від міжособистісних, політичні маніпуляції знеособлені та передбачають вплив на широкі маси. Воля меншин, у завуальованій формі нав'язується більшості.*

*Маніпулятор для управління натовпом використовує її соціальні, релігійні, культурні, етнічні та гендерні переваги та переконання, що служать основою загальної самоідентифікації групи. Таким чином, використання політичних технологій завдяки діяльності політичних консультантів через маніпуляції мають пряму ціль – вплив на електоральну думку задля досягнення бажаного політичного результату.*

**Ключові слова:** політичні технології, політичний консалтинг, суспільна політична думка, електорат, вибори, виборчий процес.

**Вступ.** Політичні технології стосуються майже всіх політичних процесів, що відбуваються в політичному житті держави і є способами здійснення та здобуття політичної влади. Необхідно чітко визначити значення, як самого поняття «політичні технології», так і мети їх використання в політичному процесі. Аналізування результатів виборів в різних державах, дає підстави для висновку про те, що політичні технології можуть реалізовуватися, як в легальній площині, так і з використанням методів заборонених законом або таким, що суперечать нормам моралі, політичним традиціям способів впливу на об'єкт.

Можливо констатувати, що політична влада і політична система виражають інтереси панування, організації, підпорядкування, тощо через відповідні функції та технології. Вони розвиваються і трансформуються з урахуванням конкретно-історичної ситуації.

**Мета та завдання.** Метою статті є дослідження ролі та впливу політичних технологій на електоральну думку, з'ясування передумов виникнення

політичних технологій та політичного консалтингу. Виходячи із цієї мети, як автор, я поставила перед собою низку конкретних дослідницьких завдань, а саме: визначити поняття «політичні технології» та «політичний консалтинг», розкрити сутність поняття політичного менеджменту, проаналізувати проблему та значення політичних технологій в світлі їх впливу на суспільну (електоральну) думку.

**Методи дослідження.** У ході роботи над науковою статтею було використано структурно-функціональний, порівняльний, історичний, емпіричний метод.

Історичний метод для вивчення етапів розвитку та впровадження політичних технологій в виборчі процеси.

Метод порівняння був використаний в процесі визначення змісту термінів «політична технологія» та «політичний менеджмент», «політичне консультування».

**Результати.** Політичні технології є невід'ємною складовою для розвитку інформаційного суспільства

в умовах сучасного політичного процесу, який відображає актуальні тенденції демократичних трансформацій сучасних політичних систем.

Пріоритетним завданням інституту демократії є інституціоналізація та раціоналізація політичних взаємодій. Свідомий політичний вибір передбачає певний рівень раціоналізації та об'єктивної оцінки альтернатив.

З метою досягнення політичної мети, доцільним було створення політичних технологій, які використовуються на практиці політичними консультантами та являють собою головний інструментарій їх діяльності.

Технології, які використовуються в політиці – це система послідовних, цілеспрямованих, ефективних дій, розрахованих на досягнення заданого політичного результату.

Дослідник К.О. Ващенко розглядає політичні технології як найважливіший елемент політичної культури і важливий маркер відкритості політичних суб'єктів. Виходячи з такого фокусу уваги, дослідник пропонує визначати політичні технології не просто як сукупність методів і правил впливу для досягнення політичних цілей, а як «систему способів реалізації політичних цінностей суб'єкта в процесі політичної діяльності» [1, с. 52].

З розвитком інтернет середовища, з'явленням багатьох онлайн-платформ, де можливо впроваджувати політичну інформацію для її подальшого сприйняття суспільством, у багатьох осіб, які бажають займатися політикою, з'явилась можливість увійти до політичної арени та розпочати просування своєї політичної програми за допомогою розширених можливостей рекламування себе, як політика в інтернет просторі.

Однак, сучасний інформаційний простір не тільки відкрив можливості для інформаційної обізнаності громадян, а й створив нові виклики, пов'язані з процесами маніпуляцій та технологіями впливу на політичний вибір.

З метою того, щоб політичне просування, було ефективним та досягло своєї мети, необхідним було впровадження політичних технологій через здійснення політичного консультування (політичного консалтингу).

Не дивлячись на сучасність слова «консалтинг», в політичній науці, досі тривають суперечки щодо часу виникнення інституту політичного консультування. Прийнято вважати, що політичні консультанти існували скрізь, де склалася система владних відносин.

Радників, консильєрі, придворних правителів давнини, вважали справжніми політичними консультантами, які впливали на ухвалення політичних рішень та визначали політику держави. Були часи, коли навіть релігійні діячі, мали вплив на політичний прогноз країни. Першим посібником з політичного консалтингу можливо назвати іта-

лійський політичний трактат Нікколо Макіавеллі «Державець» – один із базових текстів політичної філософії та європейського раннього модерну, найвидатніший твір Мак'явеллі, від якого походить термін макіавеллізм – політика, що використовує весь арсенал засобів боротьби для досягнення своєї мети [2, с. 712].

М. Вебер зазначав, що «головними постатями в механізмі політичної боротьби не бувають лише політики, але найвищою мірою вирішальну роль тут грає той рід допоміжних засобів, які перебувають у їхньому розпорядженні» [3, с. 646].

Більше сучасний підхід до професійного консультування електоральних кампаній сформувався в США в середині ХХ століття, в період модернізації американської політики, пов'язаної зі зміною структури ЗМІ та руйнуванням традиційних масових ідентичностей. Автор першої масштабної роботи, присвяченої американському політичному консультуванню, Ларрі Сабато відрховує історію цього феномену спочатку 30-х років ХХ століття [4, с. 320].

В Україні епоха політичних консультантів почалася з появою конкурентних виборів на рубежі 1990-х років.

В 2003 році в Україні створено Асоціацію політичних консультантів України та ВГО «Українська ліга зв'язків з громадськістю», а у 2005 році створено Центр політичного аналізу та виборчого консалтингу, пізніше, в 2008 році створено Центр політичного консалтингу, що вивело політичний консалтинг в Україні на новий рівень [5, 12-17].

Сьогодні в сфері професійного політичного консультування працює велика кількість кваліфікованих фахівців – політологів, журналістів, психологів, юристів, рекламистів, котрі створили власні агентства: Український центр економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова, Центр прикладних політичних досліджень «Пента», Інститут глобальних стратегій, Інститут проблем управління ім. Горшеніна, Київський центр політичних досліджень і конфліктології, Інститут політики, Центр дослідження політичних цінностей, Інститут конкурентного суспільства, Агентство моделювання ситуацій та інші.

Серед особливостей політичного консалтингу в Україні, слід відзначити, що вітчизняні політичні консультанти дедалі частіше запроваджують європейський досвід політичного консалтингу, який характеризується рівноправністю суб'єктів політичного консалтингу (консультантами є як співробітники партійного апарату, так і окремі консультанти, що працюють з кандидатом на комерційній основі) [6, с. 123-130].

Проте, відношення до політичних консультантів в Україні є неоднозначним. В свідомості громадян, політтехнологи – це своєрідні махінатори, політичні гравці, які шляхом маніпуляції громадською

свідомістю призводять виборців до ухвалення заданого рішення, і при цьому останні мають ілюзію, що вони прийняли рішення самостійно.

В свою чергу, особи, які мріють про вихід на політичну арену, впевнені, що в політиці неможливо нічого досягти без професійних політичних консультантів, і вважають останніх свого роду чарівниками, здатними технічними засобами зроби-ти з аутсайдерів рейтингових політиків.

Для виникнення політичного консалтингу як суспільно-політичного явища потрібна низка передумов. Перша передумова це – ринкова складова, тобто необхідність в попиті політичного консалтингу у зв'язку зі з'явленням таких інститутів та суб'єктів, як: політичні діячі, політичні партії, політичні організації, владні структури, які потребують політичного консультування і здатні здійснювати оплату за цю послугу.

Друга важлива передумова – це наявність якісної та ефективної пропозиції, тобто високо-професійних фахівців, які здатні надати послуги політичного консультування. Не менш важливою є наявність політичної конкуренції, яка змушує вдаватися до послуг політтехнологів, котрі будуть розробляти персоналізовані плани політичних дій для кожної окремої політичної компанії.

Третьою передумовою виникнення потреб в політичному консультуванні є ускладнення структури політичних процесів, тобто підвищення вимог виборців до кандидатів, зниження рівню мотивацій електронної участі громадян, потреба у професійному підході до прийняття політичних та державних рішень, особливо щодо їх легітимациї, необхідність проведення спеціальних досліджень політичного ринку, зокрема через проведення соціологічних досліджень, потреба в узагальненні досвіду минулих політичних кампаній, необхідність планування та прогнозування дій з метою ефективного вкладення коштів при фінансуванні того чи іншого політичного проекту.

Політичне консультування прийнято поділяти на внутрішнє та зовнішнє.

Внутрішнім – це консультування безпосередньо всередині певної політичної одиниці, де створюються спеціальні підструктури, такі як: прес-служби, інформаційно-аналітичні відділи, групи експертів, радники, референти, піар-служби, прес-секретарі тощо, які перебувають у формальних ієрархічних управлінських відносинах із своїми «клієнтами». В даному випадку, при створенні політичної сили або фігури окремої політичної одиниці, політичні консультанти одразу включаються до команди кандидата та працюють на його політичний результат під час виборчого процесу та після його завершення.

Зовнішнім консультуванням є послуги, що надаються незалежними агенціями, спеціалізованими політичними консалтинговими фірмами або окре-

мими фахівцями (політичними консультантами чи політтехнологами). В цьому випадку, певна політична одиниця вже не розраховує на власні, внутрішні навички просування кандидата, а для досягнення політичної мети, залучає фахівців з зовні.

В українській політиці, здебільшого прийнято, щоб кожна політична сила мала «свого» політичного консультанта в безпосередньому ядрі команди без залучення сторонніх осіб.

Принциповою умовою ефективності та прозорості політичного консультування є те, що фахівці в цій сфері не повинні будувати самостійну політичну кар'єру і переслідувати в ході професійної діяльності власні інтереси.

Для розуміння сутності поняття політичного консалтингу, варто звернутися до переліку послуг цього інституту, які пропонуються споживачам. Так, до послуг політичного консалтингу можливо включити:

- Моніторинг та аналіз державної політики та дій органів влади, моніторинг законодавства та соціально-політичної ситуації в галузі, яка цікавить клієнта;
- Розробка змісту передвиборчої програми, ключових текстів та візуального ряду кампанії;
- Аналітичний супровід виборчої кампанії;
- Стратегічний та оперативний рейтинг;
- Формування образів, управління репутацією політиків та політичних об'єднань, розробка довгострокових стратегій політичного розвитку;
- Створення та супровід політичних партій, проектів, громадських Організацій;
- Організація та проведення виборчих кампаній;
- Формування структури та розгортання роботи штабу, навчання співробітників;
- Розгортання польових структур: від набору та підготовки агітаторів до забезпечення реалізації польових проектів на окрузі або в цілому регіоні;
- Розробка та створення агітаційної мережі;
- Створення громадських приймальень;
- Психологічне супроводження кандидата та інші тренінгові програми;
- Підвищення позитивної впізнаваності кандидата;
- Підбір та навчання спостерігачів на виборчих дільницях та членів виборчих комісій із дорадчим голосом;
- GR – консалтинг;
- Лобювання;
- Координація та юридична підтримка заходів дня голосування;
- Розробка, організація та проведення заходів щодо запобігання порушень законодавства та фальсифікації результатів виборів на виборчих дільницях та у виборчих комісіях;

– Організація взаємодії зі ЗМІ [7].

З метою надання якісної політично-консалтингової послуги, яка забезпечить замовнику бажаний результат, окрім вище перелічених послуг політичні консультанти також проводять наступні важливі дослідження, а саме: оцінку діяльності центральної та місцевої влади, вивчення та моніторинг електоральних настроїв населення, аналіз соціально-демографічних портретів електоратів політичних партій та кандидатів, визначення іміджевих характеристик політичних та громадських діячів, ставлення населення до актуальних суспільно-політичних питань, визначення електоральних запитів та настроїв різних груп населення, оцінка ефективності політичних комунікацій, прогнозування реакції на дії опонентів, вивчення соціально-політичних та соціально-економічних проблем населення, створення паспорта регіону, одномандатного виборчого округу, екзит-пол, експрес-опитування на виході з виборчих дільниць в день голосування, дослідження місцевого самоврядування, реформи децентралізації, дослідження проблем дотримання громадянських прав та свобод, дослідження системи освіти та науки, вивчення проблем та механізмів удосконалення житлово-комунального господарства, дослідження проблем у сфері земельних відносин, вивчення рівня корупції та шляхів боротьби з нею, дослідження релігії та культури, дослідження рівня життя населення, дослідження питань еміграції та імміграції, вивчення рівня соціальної напруженості та конфліктного потенціалу, вивчення гендерних проблем.

З урахуванням викладеного, послуги з надання політичного консалтингу можливо визначити, як інститут сучасної політики, професійну діяльність з інтелектуального, організаційного, правового, соціологічного, медійного забезпечення політичних компаній за допомогою створення та реалізації політичних технологій.

Таким чином, політичні технології є основним інструментом політичного консалтингу.

Безумовно, що головною сферою застосування політичних технологій є виборчі кампанії, коли конкурентна боротьба між кандидатами або політичними партіями, досягає максимального напруження, в даному випадку, мова йдеться про технології підготовки та проведення виборчих кампаній.

Наступною сферою застосування політтехнологій є політичні кампанії з підтримки (або протидії) тих чи інших дій влади, політиків, а також різних інституцій громадянського суспільства. В цьому випадку, політичні кампанії не прив'язані до конкретної дати виборів і не мають такої жорсткої законодавчої регламентації, як виборні кампанії. У той же час, вони прямо пов'язані з виборчими кампаніями, оскільки їх проведення є одним із найбільш ефективних засобів підготовки

політичних партій та окремих кандидатів до майбутніх виборів.

Використання політичних технологій, не обмежується лише виборами, для підтримування образу вже обраного кандидата або партії, доцільним є використання технологій й після завершення процедури обрання.

За типологією політичні технології, можливо поділи на наступні групи, а саме: 1) політичний маркетинг, який виражає способи просування товарів на політичному ринку; 2) політичний менеджмент, тобто управлінсько-організаційна діяльність при прийнятті політичних рішень; 3) політичний іміджмейкінг – цілеспрямоване створення певного образу того чи іншого політика.

Виробництво довіри (trust building) на сьогоднішній день є найбільш популярним трендом політичного маркетингу. Одна з найважливіших причин цього полягає в наростанні суспільної недовіри до політичних діячів та організацій, органів державної влади, а також підвищення ступеня політичного абсентеїзму громадян, характерних для всіх без винятку сучасних представницьких демократій.

Політичний менеджмент являє собою систему дій по управлінню політичними процесами шляхом аналізу тенденцій політичного розвитку, передбачення його наслідків, вироблення рекомендацій для політичного керівництва та забезпечення реалізації в політичній практиці.

Політичний менеджмент охоплює систему управління політичною сферою суспільства на основі використання форм, методів і технологій правового менеджменту та політичного маркетингу. Він передбачає безпосередній розгляд, ухвалення та втілення в життя політичних рішень. Цю функцію покладено на спеціалізовану групу людей (політична, правляча еліта), яка домагається необхідної поведінки людей – членів суспільства – за допомогою правових норм, умовлянь і маніпулювання. Ці види соціотехніки управління називають ще інструментами регулювання впливу на людей.

В свою чергу, політичний іміджмейкінг – це процес зі створення політичного образу, багатфакторний феномен, специфіка конструювання якого пов'язана з особливістю політики як виду діяльності, її місця в житті людей і характером діяльності політичного лідера чи організації. Роль ефективного політичного іміджу проявляється як у високому рейтингу популярності його носія, так і в можливостях впливу на громадську думку, в можливостях активного формування політичної діяльності держави і суспільства в цілому [8, 117-121].

Важливо відмітити, що політичний імідж є динамічним, оскільки для кожного кандидата, партії або вже діючого політика він змінюється разом зі зміною політичної, економічної, соціальної ситуації, яка впливає на «несвідомі» побажання суб'єктів сприйняття – електорат. В формуванні політичного

іміджу, детермінуючу роль відіграють асоціації та стереотипи, за допомогою яких, електоральні одиниці, на рівні своїх почуттів та соціально-культурних звичок, приймають політичне рішення.

Основним завданням політичного консультування в будіванні політичного іміджу певного кандидата є вивчення асоціативних, соціально-культурних, стереотипних настроїв та уподобань виборців з метою їх подальшого імплементації в імідж кандидата.

Політичні технологи, проводячи дослідження настроїв потенційних виборців та отримавши запити суспільства щодо образу кандидата, можуть штучно імплементавати в імідж майбутнього обраної особи ті якості, які бажає бачити виборець.

Таким чином, не дивлячись на те, що відносини в сфері політичного консалтингу, будуються між політтехнологіями та особами або партіями, які бажають отримати політичний результат, важливим суб'єктом цих правовідносин є електорат – сукупність громадян, яким надано право брати участь у виборчому процесі, а вже після його завершення, бути основними критиками політичної діяльності партії або одноособового політичного діяча.

В свою чергу, відсутність ефективного впливу використаних політичних технологій на свідомість електорату є свідченням «провалу» використання таких технологій.

Адже, використання політичних технологій є засобом майстерного впливу на мотивацію людей, їх свідомість та підсвідомість, що спонукають людей діяти відповідно з інтересами політичного суб'єкта, але одночасно підтримують у них відчуття свободи свого вибору, природності вчинених ними дій з обрання того чи іншого кандидату або партії.

Політтехнологічні прийоми є інструментом забезпечення внесення до масової свідомості нових уявлень, цінностей, формування нових установок, переконань, що передбачають певний ступінь маніпулювання масовим свідомістю та поведінкою.

Цікавим прикладом використання політичної технології відволікання, перемикання уваги є сюжет відомого фільму «Хвіст виляє собакою», де увага громадян відволікалася від сексуального скандалу, учасником якого став Президент США напередодні чергових президентських виборів.

Для вирішення проблеми в Білий дім терміново запрошується найкращий фахівець Конрад Брін, який пропонує створити за допомогою телевізійного монтажу вигадану «маленьку переможну війну» з Албанією, яка відверне увагу громадськості від скандалу, що стався.

Цікаво, що в американському політичному просторі, дискусійним було питання – чи не був фільм способом зам'яти скандал, що насувався в реальному житті Сполучених штатів, а саме – скандал,

викликаний сексуальними відносинами Президента США Б. Клінтона і стажерки Білого дому М. Левінськи.

Показані у фільмі ЗМІ в сучасному світі дійсно набувають магічної здатності впливати на свідомість людей. Картина світу, створена ЗМІ, сама стає свого роду реальністю. В картині наочно показано, як увага обивателя, спрямована на скандал, пов'язаний з президентом, через деякий час переходить на новини з місця бойових дій.

Досліджуючи психологічний вплив певної інформації, встановлено, що розмаїття поганих новин знижує здатність критичного сприйняття інформації. Таким чином, одним із методів політичної технології є відволікання або перенесення уваги електорату на інший об'єкт з метою недопущення усвідомлення та аналізування громадською думкою невідповідної ситуації. З цієї метою, політтехнологи імплементають в інформаційне поле сторонній, не пов'язаний з початковою ситуацією предмет – певну подію, яка займе основу увагу суспільства.

Вплив на суб'єкти та об'єкти політики за допомогою техніки умовлянь здійснюють тоді, коли намагаються їх переконати в необхідності певного політичного вибору. Техніка умовлянь передбачає залучення раціональної та нераціональної аргументації, використання статистичних даних, фактів, прагматичних аргументів, результатів соціологічних і соціопсихологічних досліджень. Під час нераціональної аргументації покладаються не на істинність аргументів, а на особистісні якості людей, котрі поділяють аналогічні думки, на авторитети, думки більшості громадян тощо. Використовують і техніку формування емоційного компоненту, коли звертаються до стереотипів, національних інтересів, висміювання, залякування.

Маніпуляція відрізняється від до прикладу силового, владного впливу відсутністю прямої вказівки, наказу, відкритого примусу, загрози застосування санкцій. Маніпулятивні технології діють через створення штучних умов, коли все відбувається як би «само собою», але в той же час згідно до чітко задалегідь прописаного сценарію. У ході маніпулятивного впливу людина не відчуває зовнішнього примусу, йому здається, що він сам приймає рішення і вибирає форму своєї поведінки або ж що відбуваються навколо нього події виправдані реальністю нашого світу [9, с. 10-11].

Сенс маніпулювання полягає в створенні перешкод для індивідів у фактичному доступі до достовірної інформації, що змушує їх поклатися на офіційну інтерпретацію. Слушним є висловлення К. Маркс, який якось сказав: «Ми раби слів». Пізніше його алегорично повторив Ф. Ніцше, написавши про роль «в'язниці мови» у свідомості людини.

Не менш цікавим для дослідження є технологія апелювання до електоральної свідомості за допомогою використання експертів з рейтингами.

Проведення вибіркового опитування за наслідком яких суспільство отримує певні рейтинги – це створення моделі реальної думки мас, «оживленої» за допомогою експертів. Тобто для того, щоб певна майбутня подія, персона або пропозиція, вірогідно була обрана або позитивно сприйнята суспільством, доволі часто достатнім є опублікування експертного рейтингу з високим позитивним коефіцієнтом для того чи іншого питання, який бажає пролобіювати політична сила. І навпаки, заниження рейтингу щодо певної події, також може вплинути на свідомість суспільства та вплинути на політичний настрій або вибір.

Маніпуляція свідомістю електорату також відбувається завдяки використанню «ефекту 25 кадрів» Д. Вайкері – вигадана методика впливу на свідомість і підсвідомість людей за допомогою вставки в відеоряд прихованих повідомлень у вигляді додаткових кадрів [10, с. 122-123].

Законом України «Про телебачення та радіомовлення» забороняється «використання в програмах та передачах на телебаченні та радіо прихованих вставок, що діють на підсвідомість людини та/або шкідливо впливають на стан їх здоров'я», проте, зі з'явленням додаткових інформаційних площадок, відмінних від телебачення, таких як: YouTube, телеграм-канали, ефіри в соціальних мережах, використанням «ефекту 25 кадрів» є непоодиноким [11, с. 6].

Стереотипи та очікування є підґрунтям виборчих технологій, коли прихід кандидата до влади пов'язують з формуванням у свідомості виборців задоволення від уявної відповідності даного кандидата очікуванням електорату. «Саме таке завдання – переконувати людей і змінювати їхнє ставлення до певних ідей або понять є суттю поняття сучасної пропаганди» [12, с. 67-71].

**Висновки.** Інститут політичного консалтингу, як основного «штурмана» у використанні політичних технологій, потребує подальшого глибокого вивчення. За останні роки, політичний PR пройшов великий шлях від до прикладу примітивного використання партійної символіки на канцелярських предметах до зняття фільмів, як передумов входження кандидату у велику політику. Сьогодні, політичні технології – це система управління та контролю за масовими політичними комунікаційними потоками.

В сьогоденному підході до використання виборчих технологій важливим є не тільки знати добре відомі прийоми передвиборчої, політичної боротьби, а й розуміти, що використання таких технологій стає досить сильною зброєю, яка дозволяє майже миттєво змінювати електоральні симпатії. Успішність використання зазначених прийомів стає можливою лише у випадку, коли політичні технології застосовуються в комплексі з науково-обґрунтованими стратегіями, з урахуванням пове-

дінки політичних опонентів, в також інших процесів, що відбуваються в масовій свідомості.

Критерієм успішності застосування політтехнологій є досягнення мети. Водночас необхідно усвідомлювати, що в політичному процесі далеко не завжди можливо чітко визначити мету того чи іншого суб'єкта політики, не будучи учасником політичної команди.

Важливо усвідомлювати, що далеко не всі політики, які беруть участь, наприклад, у виборах за пост президента країни, ставлять собі за мету перемоги. Тому, ні голоси виборців, отримані кандидатом в президенти, ні його місце серед учасників президентських перегонів, не дають уявлення про ефективність застосованих політтехнологій. Адже від виборців може бути прихована справжня мета: домогтися визнання, відволікти голоси від одного з найімовірніших кандидатів на посаду.

Сучасна політична практика характеризується, з одного боку, маніпулятивністю інструментів по відношенню до суспільної свідомості, з іншого боку, збільшуються можливості тих, хто володіє технологіями та знаннями в галузі політичного, і особливо – виборчого процесу.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Ващенко К.О. Політичні технології, як чинник демократичного розвитку суспільства: дис.на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук: Одеська державна юридична академія. Одеса, 1999, 52 с.
2. Словник української мови / Наукова думка в 11 т. К. : Наукова думка, 1970-1980. 712 с.
3. Вебер М. Вибрані твори/Пер. з ним. М., 1990. С. 646.
4. Sabato L. The rise of political consultants. N.Y., Basic Books, 1981. с. 320.
5. Юрченко Є. О. Політичне консультування у виборчому процесі: світовий досвід та українська практика: Вісник Академії адвокатури України. 2010. Число 1. С. 12-17.
6. Свирид З. В. Типологія та функції політичного консалтингу: Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Питання політології. 2014. № 1111, вип. 26. С. 123-130.
7. Політичний консалтинг: URL: <https://sic-group.com.ua/services/politicheskij-menedzhment/politicheskij-konsalting/>
8. Кривошеїн В. В. Іміджова складова політичного світосприйняття: структура елементарного рівня // Грани. Д., 2002. No 4. С. 117-121.
9. A New Handbook of Political Science (ed. by R.E. Goodin, H.-D. Klingemann). 1996. Oxford University Press., с. 10-11.
10. О.І. Глянцева., А.Трубай 25-й кадр: реальна загроза чи вигадана проблема.навч.посіб. Львів: 2012. 122-123 с.
- 11.Про телебачення і радіомовлення: Закон України від 21.12.1993 № 3759-ХІІ. Голос України. 1993, ст. 6 п.3.
12. Чижова О. М. Політичний прагматизм. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 22 :

Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін. 2010. Вип. 4. С. 67-71.

#### REFERENCES:

1. Vashchenko K.O. (1999) Political technologies as a factor in the democratic development of society: thesis for obtaining the scientific degree of candidate of political sciences: Odesa State Law Academy. Odesa, 52 p.
2. Dictionary of the Ukrainian language/Scientific thought in 11 volumes. K.: Naukova dumka, 1970-1980. 712 p.
3. Weber M. (1990) Selected works/Trans. with him. M. P. 646.
4. Sabato L. (1981) The rise of political consultants. N.Y., Basic Books.
5. Yurchenko E. O. (2010) Political consulting in the election process: world experience and Ukrainian practice: Bulletin of the Academy of the Bar of Ukraine. Number 1. P. 12-17.
6. Svyrid Z. V. (2014) Typology and functions of political consulting: Bulletin of Kharkiv National University named after V. N. Karazin. Series: Issues of political science. No. 1111, issue 26. pp. 123-130.
7. Political consulting: URL: <https://sic-group.com.ua/services/politicheskiy-menedzhment/politicheskiy-konsalting/>
8. Kryvoshein V.V. (2002) The image component of political worldview: the structure of the elementary level // Grani. D., No. 4. P. 117-121.
9. A New Handbook of Political Science (ed. by R.E. Goodin, H.-D. Klingemann). 1996. Oxford University Press.
10. O.I. Glyantseva., A. (2012) Trubai 25th frame: real threat or imaginary problem. study guide. Lviv: 122-123 p.
11. About television and radio broadcasting: Law of Ukraine dated 12.21.1993 No. 3759-XI. Voice of Ukraine. 1993, Article 6, Clause 3.
12. Chizhova O. M. (2010) Political pragmatism. Scientific journal of the M.P. Drahomanov NPU. Series 22: Political science and methods of teaching socio-political disciplines. Issue 4. P. 67-71.

## Political consulting and the influence of political technologies on electoral opinion

Bolshan Inna Volodymyrivna

Postgraduate Student at the Department of Political Science  
Odesa I. I. Mechnikov National University  
Dvorianska str., 2, Odesa, Ukraine

*Political technologies are a component of the process of formation of a democratic political society, development of the political culture of society. This article highlights the essence and purpose of political consulting, the prerequisites for the emergence of this phenomenon, the areas of application of political technologies, as well as examples of the use of political technologies and their impact on the political consciousness of citizens. In light of the study of the essence of the concept of «political technology», it is important to understand the concept of political consulting and political technological manipulation.*

*Political consulting is a fairly new scientific direction that studies activities that satisfy the needs of society, selected groups or individuals in achieving the goals of controlled changes in the existing socio-political situation.*

*The relevance of consideration of the essence, main functions and specifics of political consulting is determined by the increased attention of public and political leaders to this area of activity, which leads to an increase in demand for specialists in the development of the socio-political process.*

*It is worth emphasizing that as a field of activity, this industry has a certain historical basis and practice. Until the moment of complete industrialization and digitalization of society and state institutions, the functions of political consultants were performed by advisers, secretaries, sages and confessors close to the ruling elite. It is fair to note that even today, political leaders, despite the presence of a special political-technological unit in their staff, have individual advisers in various spheres of socio-political fields.*

*As for political manipulation, unlike interpersonal manipulation, political manipulation is impersonal and involves influencing the masses. The will of minorities, in a veiled form, is imposed on the majority.*

*The manipulator uses the social, religious, cultural, ethnic and gender preferences and beliefs that form the basis of the group's overall self-identification to control the crowd. Thus, the use of political technologies thanks to the activity of political consultants through manipulation has a direct goal – to influence electoral opinion in order to achieve the desired political result.*

**Key words:** political technologies, political consulting, public political opinion, electorate, elections, electoral process.