

АНАЛИЗ ПОЛИТИЧЕСКИХ
ТЕХНОЛОГИЙ ТУРЦИИANALYSIS OF THE POLITICAL
TECHNOLOGIES OF TURKEY

Аннотация: В статье рассматривается понятие политических технологий, проводится сравнение применения политических технологий предвыборной кампании, ситуация партий в Турции.

Ключевые слова: политика, технологии, выборы, партии, политическая идея, власть

The article discusses the concept of political technologies, compares the use of political technologies of an election campaign, the situation of parties in Turkey.

Key words: politics, technology, elections, parties, political idea, power

Социально-политические процессы в настоящее время претерпевают изменения из-за возрастающей технологизации основных сфер государства.

Со временем при проведении политических кампаний в замену традиционных политических технологий начали использоваться системный и профессиональный подходы, которые предусматривают вовлечение определенных экспертов, как политтехнолог, PR-менеджер, медиа-спикер и т.п. в данной области и применение новейших достижений.

Вышеуказанные эксперты, специализирующиеся в политических кампаниях должны обладать навыками по применению конкретных видов политических технологий, которые оказывают влияние на ход и итог политического процесса, которые могут существенным образом влиять на ход политического процесса.

Остановимся на понятийном аппарате слово «технология», которое произошло от древнегреческого - мастерство и слово. В современной интерпретации данное понятие расширилось и означает совокупность знаний о последовательности отдельных производственных процедур и приемов, используемых в процессе определенного производства;

Понятие «политические технологии» в основном используется в целях обозначения приемов с помощью которых достигаются необходимые результаты в политике. Так ученый М.Ф.Головатый отмечает, что «политические технологии» представляет собой совокупность систем последовательных действий, которые ориентированы на достижение нужного политического итога, обусловленных характером политического процесса.

Политологи М.И.Обушний, О.И.Ткач, А.А.Коваленко отмечают что данная категория означает совокупность приемов деятельности власти, направленного на достижение заданного политического результата.

Российский специалист М.Е. Кошелюк выделяет понятие «политический PR», который устанавливает как область политической деятельности по организации политических кампаний и управления ими.

В настоящее время в Кыргызской Республике лишь формируется общепризнанная терминология по применению политических технологий. Разнообразие технологий создают определенный вектор направлений при проведении предвыборных кампаний в политическом процессе. Но имеющиеся разнообразие параметров ни в коем случае не влияют на методологические основы проектирования и проведения избирательных кампаний. Они являются законодательно закрепленными и едины для всех. Постановка стратегии избирательной кампании, используемые политические технологии непосредственно находятся в зависимости от ее параметров. Отметим, что применяются в избирательных кампаниях, такие технологии, которые охватывают одновременно несколько уровней. Организация таких параллельных кампаний часто используется когда одновременно партии принимают участие в выборах нескольких уровней.

Применение политических технологий организует системную работу партий, их лидеров, общественных организаций для решения похожих поставленных политических задач, что говорит об их применении многократно в данном процессе. Воздействуя на политическое сознание, политические технологии используют разные инструменты их реализации, основными которых являются средства массовой информации и различные центры политических исследований.

Таким образом, политические технологии – это динамичная категория, подход к формированию научно-обоснованной модели изменения политического пространства и эффективного функционирования политической системы.

При изучении особенностей политических технологий в Турции и Кыргызстана отметим, что характерным для политических партий Турции

свойственны признаки восточного типа политических объединений, предполагающего ориентацию на лидера партии, чьи убеждения непосредственно влияют на их внешнеполитический курс. Президент Турции Р. Т. Эрдоган является ярким примером подобного типа лидеров. Выиграв на выборах его партия повлияло на изменение внешнеполитической идеологии Анкары. В Турции, являющейся светским государством, все же власть находится у происламской партии. В настоящее время в Турции переосмысливается идеология К.Ататюрка, модернизируясь с учетом внутренних и внешних факторов и событий, которые имели место в Турции за последнее столетие. Руководство страны все чаще переосмысливают и затрагивают сущность республиканизма в кемалистском понимании. Наблюдается желание переходу к президентской республике. Современная внешнеполитическая идеология данной страны предполагает ее превращения в центр региональной силы с помощью сильной экономики и ведения отношений с соседними государствами по принципу «нулевых проблем», став более самостоятельной державой, имеющий собственное мнение и место в мире. Турецкое руководство, становясь трансрегиональной державой, преследует цель ставить свои условия на мировой арене. Первоначальное стремление Турции для вступления в ЕС, постепенно отходит на второй план, так как власть Турции не стремится унижаться перед ними ради членства в данном союзе. Турция ведет такую политику, которая будет расширять международные связи со всем миром и укреплять ее независимое положение и авторитет среди них. Особенностью функционирования многочисленных и разнообразных политических партий в Турции является то, что практически все они являются преемницами тех партий, образованных со времен Ататюрка. При этом, одни привержены защищать идеи турецкого национализма, а другие же исламские традиции и внедрение их в общественную жизнь. Вместе с этим профессор Оксфордского университета Тарик Рамадан отмечает, что турецкая модель, как и другие модели не является идеальной и нуждается в реформировании. Он считает, что достижения Турции не является примером демократии, которая полностью независима от влияния ЕС. В ближайшее время основной стратегией Турции в политическом плане является усиление ее роли на Балканах, улучшение отношений с Ближним Востоком и ее имиджа, увеличение количества турецких университетов, укрепление отношений с США, рост интеграционных процессов с тюркскими странами, расширение взаимоотношений с Азией и Африкой, формирование проектов сотрудничества и т.п.. При этом руководству Турции при применении политических технологий необходимо учитывать географический, финансовый, инвестиционный потенциалы, а также предыдущий опыт по реализации внешней политики с учетом обеспечения государственной безопасности и пересмотреть ее согласно новым реалиям. В программе Партии справедливости и развития, как одной из сильнейших партий Турции, указывается на-

добность формирования новых внешнеполитических интересов Турции. В частности, отмечается с учетом исторического опыта и культурной близости, о необходимости Турции расширения сотрудничества с тюркскими странами Центральной Азии, в том числе и с Кыргызстаном.

Как показывает опыт в Турции, политическая конкуренция особо растет во время избирательных кампаний. Конкурирующие кандидаты и партии всеми возможными методами привлекают голоса избирателей на свою сторону. Ведется борьба за каждый голос, для достижения которого партии применяют политический маркетинг. Он учитывает имеющиеся потребности избирателей. В основе немаркетинговых технологий же наблюдается игнорирование потребностей избирателей. Такие технологии часто преследуют цель унификации политического сознания избирателей, и навязать свои взгляды. Во время избирательной кампании партии часто используют 3-5 тем, ключевой которой является одна. Типичным примером является тема борьбы с коррупцией. Темы избирательной кампании в основном должны соответствовать с имиджем кандидата или партии, который создается маркетологами. Вместе с тем нужно учесть то, что не совпадение выстраиваемого образа с ранее заявленными темами его избирательной кампании может послужить крахом всей предвыборной кампании. В целом, стратегические цели, которые ставятся перед избирательными кампаниями, можно достичь, используя в совокупности политические технологии. Данные технологии используются для информационного воздействия напрямую на избирателей с помощью коммуникационных каналов, в частности Интернета, СМИ, а также через контакты кандидатов и членов их предвыборных команд с избирателями. Намечившая в последние годы тенденция к деполитизации общества делает его беспомощным перед экстремистскими идеями и течениями. Вследствие этого при проведении избирательных кампаний нужно отказаться от использования манипулятивных технологий, а также разработать и использовать новые методологические и технологические платформы.

Литература

1. Бушлякова А. В. Политические традиции как механизм воспроизводства и трансляции политической культуры // Общество — выборы — СМИ — 1999 год: между «чистыми» и «грязными» политическими технологиями. Материалы Всероссийского семинара-конференции. Екатеринбург, 1999. С. 13-15.
2. Бэрн Р., Ричардсон Д. Агрессия. СПб.: Питер, 1999. 352 с.
3. Минченко Е. Технологии работы политконсультанта за рубежом // Политический маркетинг. - 2004. - №8. - С. 77.
4. Цит. по: Натансон Л. Эффективность избирательной кампании // Политический маркетинг. - 2004. - № 2. - С. 56.
5. Nazemroaya M.D. Plans for Redrawing the Middle East: The Project for a "New Middle East". Middle East and North Africa. Centre for Research on Globalization. Nov. 18, 2006. URL: <http://www.globalresearch.ca/plans-for-redrawing-the-middle-east-the-project-for-a-new-middle-east/3882> (дата обращения: 07.05.2014)

6. Rajeev A. *Turkey and its Quest for Leadership Role in the West Asian Region* // Institute for Defence Studies and Analyses Monograph Series № 32. January 2014. URL: <http://www.idsa.in/system/files/monograph32.pdf> (дата обращения: 07.05.2014)

7. Ahmet Davutoğlu: *Asla Yalvarmayacağız* // Anadolu Ajansı. 19.12.2012. URL: <http://www.aa.com.tr/tr/manset/113308--hicbir-zaman-yalvarmayacagiz> (дата обращения: 07.05.2014)

8. Ghannushi: *Turkey is a model that merges Islam and democracy*. // Today's Zaman. 07.11.2011. URL: <http://www.todayszaman.com/news-259201-ghannushi-turkey-is-a-model-that-merges-islam-and-democracy.html> (дата обращения: 07.05.2014) 8

9. Ильясов Ф.Н. *Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах*. – М.: ИМА-пресс, 2000. – 200 с

10. Турция: модель для арабского мира? // Евроньюс. 25.03.2011. URL: <http://ru.euronews.com/2011/03/25/turkey-a-model-for-the-arab-world/> (дата обращения: 07.05.2014)

11. AK Parti. *Hedefler. Dış Politika*. URL: <http://www.akparti.org.tr/site/hedefler/dis-politika/11023> (дата обращения: 23.09.2013)

12. Пушкарева Г.В. *Политические коммуникации. Политология: Лексикон* / Под ред. А.И. Соловьева. – М.: РОС-СПЭН, 2007. – 800 с

13. AK Parti Programı. 2012. : http://www.akparti.org.tr/site/akparti/parti-programi#bolum_40 (дата обращения: 23.09.2013) 40