

UOT 002

AZƏRBAYCANDA VƏ DÜNYADA SEÇKİ TEXNOLOGİYALARININ ÖYRƏNİLMƏSİNİN VƏZİYYƏTİ

Vəli Nemət oğlu ƏLİBƏYOV

Qərb Universiteti, müəllim

vali@alibayov.com

Seçki institutu demokratik cəmiyyətin əsas atributlarından biri sayılır. Lakin seçkilər keçmiş SSRİ-də də keçirilirdi və bu o demək deyildi ki, orada demokratiya vardı. Deməli, seçkilər bəzi şərtlərə cavab verməlidir, bunlardan da əsası, namizədlərə rəqabət üçün bərabər şəraitin və seçicilərə azad seçim etmək imkanların yaradılmasıdır. Harada ki rəqabət var, orada seçicilərin səsleri uğrunda mübarizə mövcuddur. 20-ci əsrin ortalarından etibarən Qərbdə tədqiqat institutları seçki texnologiyalarının öyrənilməsinə başladılar. Bu səbəbdən, qərb təcrübəsinin öyrənilməsi və Azərbaycanda tətbiqinə ehtiyac var.

Açar sözlər: *Seçki sistemi, seçki texnologiyaları, siyasi marketing, seçki praktikası, legitim seçkilər, “qara PR”, elektorat*

Seçki institutunun demokratiyanın əsas və vacib sütunu olmasını heç kəs də şübhə yaratmır. Bununla belə, süquta uğramış SSRİ-də də seçkilər keçirilirdi, lakin bu gün heç kəs üzərinə məsuliyyət götürüb o ölkədəki demokratiya barədə danışmağa cəhd etməz. Deməli, seçki institutunun mövcudluğu demokratiya üçün nə qədər vacib olsa da, başqa şərtlərin də gözlənilməsi əhəmiyyətlidir. Bu şərtlərdən biri sözsüz ki, hər bir namizədə seçkilərdə sağlam rəqabət, yarış şəraitinin, seçicilərə isə azad seçim imkanlarının yaradılmasıdır.

Azərbaycan Respublikasının seçki qanunvericiliyi qeyd etdiyimiz şərait və imkanların yaradılması baxımından demokratik standartlara tam cavab verir. Namizədlər öz seçki kampaniyalarını tam sərbəst həyata keçirir, elektorata öz proqram və platformasını müxtəlif yollarla çatdırır. Lakin, ölkəmiz inkişaf etdikcə, seçki prosesində istifadə olunan seçki texnologiyalarına qarşı olan tələblər də artır. Bu da, ölkə politoloqlarının qarşısına seçki texnologiyalarının araşdırılması sahəsində yeni vəzifələr qoyur.

Ölkəmizdə keçirilən seçkilərdə istifadə olunan seçki texnologiyalarının öyrənilməsinin vacibliyi və aktuallığı aşağıdakı amillərlə şərtləndirilir:

- Azərbaycan hakimiyyətinin siyasi sistemin və seçki praktikasının təkmilləşdirilməsi istiqamətində apardığı ardıcıl siyasət;
- Seçki texnologiyalarının demokratik proseslərin inkişafına həm nəzəri, həm də praktiki baxımdan təsir imkanlarının olması;
- Azərbaycanda siyasi sistem təkmilləşdikcə siyasi mübarizənin yeni, keyfiyyət baxımdan daha yüksək mərhələyə yüksəlməsi;
- Azərbaycanda açıq cəmiyyət bərqərar olunduqca vətəndaşların siyasi proseslərə, müxtəlif səviyyəli seçkilərə cəlb edilməsi, bununla da vətəndaş cəmiyyəti ilə siyasi institutlar arasında siyasi kommunika-siyalar vasitəsilə əks-əlaqənin qurulmasının vacibliyi;
- Seçkilər hakimiyyətin legitimləşdirilməsi vasitəsi, seçki kampaniyaları isə müxtəlif siyasi qüvvələrin hakimiyyət uğrunda apardıqları rəqabətdir. Seçki texnologiyaları siyasi qüvvələrə özlərini və platformalarını elektorata yaxşı tanıtməyə, bununla da elektorata daha düzgün seçiminə yardım edir. Müasir seçki texnologiyalarının elmi baxımdan öyrənilməsi demokratik təşkil edilmiş seçki prosesində bu texnologiyalardan istifadə etməklə yüksək səviyyədə təşkil olunmuş keyfiyyətli seçki kampaniyalarının ortaya qoyulmasına, vətəndaşlara cəmiyyətdəki siyasi qüvvələr nisbətinin real qiymətləndirməyə şərait yaradır və s.

Müstəqillik əldə edilən 1991-ci ildən bu yana Azərbaycanda 19 müxtəlif səviyyəli seçkilər keçirilib. Bu seçkilərin müşahidəsi onu deməyə əsas verir ki, Azərbaycanda seçki texnologiyalarından istifadə nəinki Avropa və ABŞ, hətta keçmiş sovet ölkələrinin bir çoxuyla müqayisədə çox zəifdir. Bu zəiflik həm keyfiyyət, həm də kəmiyyət nöqtəyi nəzərdən tənqiddə dözmür. Bundan əlavə o da qeyd olunmalıdır ki, Azərbaycanda istifadə olunan seçki texnologiyalarının böyük əksəriyyətini “qara PR” və “çirkin texnologiyalar”a aid etmək olar. Seçki kampaniyasına ayrılmış qısa müddət ərzində siyasət aktorların rəqibləri ilə bağlı yaydıqları qeyri-etik, yalan və iftira dolu məlumatlar elektorata seçki prosesindən uzaqlaşdırır, seçkilərə apatiya yaradır. Müşahidələr göstərir ki, seçki kampaniyaları zamanı tətbiq edilən qeyri-etik və alçaldıcı informasiyalar təkcə elektorata deyil, həmçinin bir çox siyasətə meyilli insanları namizədliyini irəli sürməkdən çəkindirir. Azərbaycanın siyasi arenasında qadın siyasətçilərin azlığını şərtləndirən amillərdən birinin bu olmasını istisna etmək olmaz. Bu faktlar da mövzunun araşdırılmasının aktuallığına dəlalət edir.

Mövzu ətrafında tədqiqatın elmi baxımdan səmərəliliyi, alınan nəticələrin dolğunluğunu təmin edən şərtlərdən biri də, tədqiqat zamanı müqayisəli metoddan istifadə olunmasıdır. Məhz bu səbəbdən tədqiqat predmeti seçki texnologiyalarının istifadəsinə 1991-ci ildən başlayan, və bu illər ərzində daim dinamik inkişafda olan, Avropa və ABŞ-ın qabaqcıl təcrübəsi ilə zənginləşən Rusiya Federasiyasının təcrübəsi prizmasından araşdırılması daha düzgün olar. Onu da qeyd etmək vacibdir ki, son illər elə Rusiyanın elmi dairələrinin özündə

də vətəndaşların siyasi proseslərə cəlb olunması, əhalinin dövlət qurumları ilə qarşılıqlı əlaqələrinin gücləndirilməsinin zəruriliyi, dövlət orqanlarına hörmətin və vətəndaşların məsuliyyətinin artırılmasının vacibliyi ətrafında mübahisələr geniş yer alıb.

Qərb siyasi elmi seçki prosesiylə 20-ci əsrin ikinci yarısından etibarən məşğul olmağa başladı. ABŞ-ın Kolumbiya universitetində P.Lazarsfeldin rəhbərliyi ilə bir qrup gənc sosioloqlar ilk dəfə olaraq seçki proseslərinin elmi araşdırmalarını həyata keçirməyə başlamışdılar. Miçiqan Universiteti nəzdindəki tədqiqat mərkəzinin əməkdaşları olan A.Kempbel, V.Miller, D.Stouks və başqaları isə ABŞ seçicilərinin müxtəlif qrup və təbəqələrinin elektoral davranışının xüsusiyyətlərini, seçim anında onların seçiminə təsir edən faktorlar mövzusunda tədqiqatlar həyata keçirirdilər. Seçki texnologiyalarının elmi araşdırmaşına siyasi kommunikasiyalar üzrə mütəxəssislər olan R.Bauer, D.Greber, E.Kats, K.Lenq, Q.Lenq, R.MakKlüer, T.Patterson, M.Rey, M.Rotsçayld və başqalarının politologiya, psixologiya, sosiologiya, jurnalistika sahəsində ortaya qoyduqları tədqiqatların təsiri böyük olub. Sahələrin müxtəlifliyinə baxmayaraq, onların gəldiyi yeganə nəticə o idi ki, seçki kampaniyasının özəlliyi seçicilərin ovqatı, rəyləri və, nəhayət, davranışlarına kütləvi informasiya vasitələrindən istifadə etməklə təsir göstərmək mümkündür. Seçki prosesinin tədqiqatına Şumpe-terin bazar demokratiyası nəzəriyyəsi də ciddi təsir göstərmişdi. C.Byukenen, E.Daune, G.Tallok və başqaları rasional seçim nəzəriyyəsinin əsasında hazırladıqları seçki prosesinin yeni konsepsiyasında siyasət və seçki prosesinin tədqiqi üçün iqtisadi yanaşmadan istifadəni təklif etdilər. Bu yanaşmaya görə, seçki kampaniyası - bazar, seçkilərdə rəqabət aparən və seçicilərə onların səsləri müqabilində müxtəlif xidmətlər söz verən siyasət aktorları – sahibkarlar, bu xidmətləri alan seçicilər isə - istehlakçılar kimi çıxış edirdilər. Bu konsepsiyasının müəllifləri hesab edirdilər ki, seçicilərin səsvermə zamanı seçimlərinə təsir edən əsas motiv vətəndaşların maksimal iqtisadi xeyirlərinə yönəlmiş eqoizmdir.

Tədqiqatlar dərinləşdikcə seçki kampaniyalarına yanaşmalar daha konkretləşməyə başladı. 1960-1970-ci illərdə tədqiqatçıların araşdırmaları tətbiqi istiqamət almaqla səmərəli seçki texnologiyalarının işlənilməsinə yönəldi. Seçki kampaniyalarının təşkil edilməsi, planlaşdırılması, həyata keçirilməsi texnologiyaları siyasi marketing adı altında tanınmağa başlandı. Siyasi marketing araşdırmaları əsasən professional jurnalistlər və seçki kampaniyalarının təşkilatçıları tərəfindən həyata keçirildiyindən seçki fenomeni dərin nəzəri araşdırmalara məruz qalmırdı. Bu da tədqiqat nəticələrini tənqiddə qarşı dözümsüz edirdi. Dərin elmi araşdırmalara tələbat nəticəsində siyasi marketing mütəxəssisləri olan D.Lindon, G.Mauzer, B.Krief, L.Sabato, A.Steyberq və başqalarının marketing, menecment, sosial və siyasi kommunikasiya nəzəriyyələri əsasında hazırladıqları tədqiqatlar işıq üzü gördü.

Müqayisə etdiyimiz Rusiyada seçki texnologiyalarına elmi maraq 1980-ci

illərin sonlarından yaranmağa başladı. 1989-cu ildə SSRİ xalq deputatlarının seçkiləri zamanı ilk dəfə olaraq seçicilərin bir neçə namizəd arasından seçim etmək imkanı yarandı. Məhz bu seçkilərdən sonra elmi dairələrdə elektoral davranış problemləri barədə müzakirələr başlamış, seçicilərin seçiminə təsir edən amillər, seçkidə istifadə olunan texnologiyalara aid elmi məqalələr və monoqrafiyalar yazıldı. Elmin bu istiqamətinin pionerləri kimi G.Qolosov, V.Kolosov, B.Kapustin, Y.Levada, A.Straxov və başqalarını qeyd etmək olar.

O dövrdə seçki texnologiyalarına həsr olunan elmi məqalələrin təhlili onu deməyə əsas verir ki, əsrin ortalarında Qərbdə olduğu kimi, Rusiyada da müəlliflərin əksəriyyəti seçki kampaniyalarının təşkilatçıları kimi daha çox məsələnin praktiki tərəfinə üstünlük verirdilər. Onların məqalələri şəxsi təcrübə əsasında hazırlandığından elmi təhlil deyil, daha çox seçki kampaniyalarının təşkili üzrə metodik vəsait xarakteri daşıyırdı.

V.Amelin, M.Anoxin, İ.Qomerov, F.İlyasov, A.Kovler, V.Komarovski, Y.Konoplin, O.Kudinov, V.Lobanov, Y.Morozova, S.Ustimenko, G.Şipilov və başqalarının nəzəri araşdırmaları Rusiya politologiyasında siyasi və seçki marketinginin öyrənilməsinə keyfiyyətə yeni səviyyəyə qaldırdı.

Ümumilikdə götürdükdə, seçki texnologiyaları, siyasi marketing, siyasi PR texnologiyaları, siyasi reklam, siyasi imic, siyasi təşviqat və s. bu kimi mövzular D.Oqilvi, A.Deyan, İ.Rotsoll, K.Bove, U.Arene, E.Starobinski, İ.Vikentyev, İ.Alyoşin, M.Şişkin, E.Poçeptsov, A.Çumikov və başqalarının əsərlərində daha sistemli şəkildə araşdırılıb. Seçki prosesinin idarə olunması ilə bağlı əvəzə-dilməz ədəbiyyat kimi PR-ın atası adlandırılan Edvard Berneyz, Sem Blek və Filip Kotlerin əsərlərini nümunə gətirmək olar.

Azərbaycanın siyasi elmində seçki texnologiyaları, siyasi PR mövzuları az işlənən mövzular sırasındadır. Bu mövzuya bilavasitə müraciət edənlərdən S.Novruzovu [1] və A.Usubəliyevi [2] qeyd etmək olar. Bunlardan savayı, Azərbaycanda keçirilən seçkilərdə istifadə edilmiş seçki texnologiyalarını öyrənmək üçün müxtəlif müəlliflərin maraqlı araşdırmaları mövcuddur. Onlardan, R.Mehtiyev [3], Ə.Həsənov[4], M.Məmmədov [5], E.Nəsibov [6], T.Allahyarova, F.Məmmədov [7] və başqalarını qeyd etmək olar. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Strateji Araşdırmalar Mərkəzinin 2010-cu il parlament seçkilərinə dair hazırladığı təhlillər də[8], seçki texnologiyaları sahəsində araşdırmalar üçün olduğu gərəklidir.

Ədəbiyyat:

1. Novruzov S. D. Seçki kampaniyasının planlaşdırılması və idarə olunması : dərs vəsaiti. Bakı: Azərbaycan nəşriyyatı, 2003
2. Усубалиев А.А. Роль и место политических технологий в западной политологии. Автореферат. Баку, 2008
3. Мехтиев Р. Парламентские выборы 2005-го года: предварительный анализ (итоги и выводы). Баку:2006, 246с.; Azərbaycan: qloballaşma dövrünün tələbləri. Bakı:2005, 230s.
4. Həsənov Ə. Müasir beynəlxalq münasibətlər və Azərbaycanın xarici siyasəti. Bakı: Azərbaycan, 2005, 751s.
5. Məmmədov M. III Respublika: Milli inkişaf modeli və strategiyası. Bakı: 2003, 192s.
6. Nəsimov E. Siyasət zirvəsində. Bakı: Azər nəşr, 2004, 180s.
7. Allahyarova T., Məmmədov F. Azərbaycanda siyasi partiyalar: seçkidən seçkiyə. Bakı:2010, 146s.
8. "Seçki 2010. Təbliğat-təşviqat kampaniyası: Əsas xüsusiyyətlər, ilkin nəticələr" <http://sam.gov.az/publications/samcomments/490.html>

Вели Немат оглы Алибеков**Изучение избирательных технологий в Азербайджане и мире****Резюме**

Институт выборов является одним из основных атрибутов демократического общества. Однако выборы проводились так же и в бывшем СССР, однако это не означает, что там была демократия. Значит, выборы должны соответствовать некоторым условиям, а именно, создание равных возможностей для конкуренции для кандидатов, и, возможность свободного выбора для избирателей. Там где конкуренция, там и борьба за голоса избирателей. На Западе с середины 20-го века исследовательские институты начали заниматься изучением избирательных технологий. Поэтому, есть необходимость изучения западного опыта и использования его в Азербайджане.

Ключевые слова: Избирательная система, избирательные технологии, политический маркетинг, избирательная практика, легитимные выборы, «черный ПР», электорат

Veli Nemat ALIBEYOV

The study of electoral technologies in Azerbaijan and in the world

Summary

Election Institute is one of the basic attributes of a democratic society. However, the elections were conducted also in the former Soviet Union, but this does not mean that there was a democracy. So, the election must comply with certain conditions, namely, the creation of equal opportunities for competition for the candidates, and the possibility of free choice for voters. Where there is competition, there is a struggle for votes. In the West research institutes began to study electoral technologies from the middle of the 20th century. Therefore, there is a need to explore the Western experience and use it in Azerbaijan.

Key words: Election system, election technologies, political marketing, election practice, legitimate elections, “Black PR”, electorate