

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт социального образования
Факультет социологии
Кафедра социологии и политологии

**Манипулятивные технологии на выборах в Законодательное собрание
Свердловской области в период избирательной кампании 2016 г.**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой

Исполнитель:
Черкасец Елена Васильевна,
обучающаяся группы БП-52zu

Руководитель:
Прямикова Елена Викторовна,
д-р соц. наук, доцент кафедры
социологии и политологии

Екатеринбург 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. РОЛЬ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ	6
1.1. Политические и избирательные технологии: сравнительный анализ	6
1.2. Манипулятивные технологии в избирательных кампаниях	26
ГЛАВА 2. ИССЛЕДОВАНИЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗОВАННЫХ НА ВЫБОРАХ В ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ СОБРАНИЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ (ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КАМПАНИЯ 2016 ГОДА).....	42
2.1. Нормативно-правовое регулирование выборов депутатов Федерального Собрания Российской Федерации и депутатов Законодательного Собрания Свердловской области	45
2.2. Особенности организации и проведения выборов в Законодательное собрание Свердловской области (избирательная кампания 2016 года)	50
2.3. Анализ политических технологий, использованных на выборах в Законодательное собрание Свердловской области (избирательная кампания 2016 года)	55
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	59
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	61

ВВЕДЕНИЕ

Конституция Российской Федерации 1993 года и Федеральный закон «Об общественных объединениях» 1995 года закрепили статус политических партий и многопартийность, как основу конституционного строя. Формирование конкуренции среди партий на выборах привлекает внимание к методам их борьбы за поддержку электората. Выборы это один из важнейших способов легализации и легитимации государственной власти. Для современной политической культуры характерен феномен не достаточной политической грамотности не только со стороны, обладающего пассивным избирательным правом населения, но и среди участвующих в борьбе за государственную власть лиц. Данный феномен в свою очередь порождает неразборчивость в методах политической борьбы в период избирательных компаний. Развитие новых электоральных технологий с использованием стихийно развивающихся информационных ресурсов порождает новые методы манипулирования, которые по своей сущности сохраняют прежний характер асимметричности, не рождается в политике выборов диалогичности между претендующими на власть кандидатами, и населением, использующим только свое пассивное избирательное право. Это и делает тему по-прежнему актуальной.

Исторически российские научные подходы сложились так, что в целом направление было заданно западными учеными и политтехнологами.

Данный вопрос исследовался такими западными учеными как Г. Лассвел, У. Липман, Э. Бернайз, Р. Таагепер, М. Шугарт, К. Боун, Э. Лейкман, Э. Ноэль-Ньюманн, Д. Ламберт, Ж.-П. Жакке, М. Дюверже, Р. Даль, Р.С. Катц, М. Каасе, Р. Ж. Шварценберг, У. Филипс, М. Амеллер и др.

В отечественной науке на этом вопросе специализируются следующие

ученые: С.Г. Кара-Мурза, А.С. Миронов, О.М. Горбачева, К.В. Пискун, О.В. Чернов.

Уральская школа политологии знаменита ученым Ю.А. Ермаковым и его монографией «Манипуляция личностью: Смысл, приемы, последствия».

Цель ВКР

Выявить и описать манипулятивные технологии, используемые в избирательных кампаниях.

Задачи:

1. Определить роль политических технологий в политическом процессе.
2. Сравнить политические и избирательные технологии.
3. Определить манипулятивный потенциал избирательных технологий.
4. Представить особенности организации и проведения выборов в Законодательное собрание Свердловской области (избирательная кампания 2016 г.) в контексте избирательного права РФ.
5. Описать политические технологии, использованные на выборах в Законодательное собрание Свердловской области (избирательная кампания 2016 г.).

Предмет исследования:

Манипулятивные избирательные технологии.

Объект исследования:

Манипулятивные технологии, использованные на выборах в Законодательное собрание Свердловской области в период избирательной кампании 2016 г.

Новизна исследования заключается в том, что:

1. выборы на всех уровнях в единый день голосования проводятся в Российской Федерации впервые;

2. смешанная избирательная система применяется спустя 13 лет после последней апробации.

Структура работы определяется целью и задачами исследования и состоит из введения, двух глав, заключения, списка источников и литературы.

ГЛАВА 1. РОЛЬ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ

1.1. Политические и избирательные технологии: сравнительный анализ

Современные политические процессы в связи с событийной динамичностью общественной жизни весьма разнообразны. Многообразие порождает и многоаспектность. С одной стороны, политические процессы приобретают собственные границы, внутренние связи, вырабатывается типология, появляются характерные, присущие только конкретной группе черты. С другой стороны, появляется ряд проблем, требующих целенаправленных действий со стороны государства и других субъектов политической власти. И в таком аспекте ситуация преобразуется в систему институтов, взаимосвязей властных структур, в конкретные действия определенного круга лиц в определенном месте и времени. В результате конкуренции между властными структурами при поиске решения возникающих проблем в политических процессах выходит на новый уровень взаимосвязей и связей. Способы решения проблем усложняются, появляется необходимость решения их на практике, а соответственно и необходимость в технологиях решения задач.

Появление политических технологий заставляет по-новому взглянуть на политические события, создает платформу для зарождения специализированной деятельности по координации политических явлений. Особый взгляд на урегулирование тех или иных явлений в области политики показывает, что способ решения задач, технология, используемая при этом, зависит от сущности самого явления.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что политические технологии являются системой закономерно используемых способов решения конкретных задач в политической сфере, которые

наиболее успешно позволяют достичь цели урегулирования проблем в конкретном месте и времени.

Как показывает практика, политические технологии необходимы тогда, когда возникают постоянно повторяющиеся явления. Поэтому можно достаточно достоверно выявить причины их появления:

1) решение вопроса о поиске оптимальных способов достижения целей, к которым стремятся участники политического процесса;

2) минимизация риска возникновения непредсказуемых ситуаций в условиях взаимодействия властных структур, которые могут обернуться социально протестными настроениями и другими плохо поддающимися контролю обстоятельствами;

3) необходимость сбережения ресурсов и применения экономических способов решения задач, способов координирования кадровых и технических структур, управления государственным имуществом;

4) потребность создания неразрывной связи между субъектами политического процесса с целью создания кадрового резерва, способного ориентироваться в форс-мажорных обстоятельствах.

Другими словами, главная цель применения политических технологий – оптимизации работы различных властных структур, конкретизация их задач и обязанностей. Функциональность технологий заключается в достижении целей, соответствующих интересам, функциями и целями субъектов, которые могут вести борьбу за привлечение и сохранение ресурсов, стабилизацию или дестабилизацию ситуации в государстве, организацию выборов, оперативную информационную поддержку, координацию интересов при разработке государственных программ.

Технологическая политика как совокупность методик и процедур целенаправленной деятельности не только регулирует средства достижения поставленных целей, но и усиливает приоритеты, выработку алгоритмов соответствующего поведения субъекта. Речь идет об изоляции алгоритмов, а

также о том, как определить наиболее оптимальные и эффективные способы решения той или иной задачи, а также предоставить возможность передачи и воспроизведения опыта.

Фактически, технологии являются целью деятельности субъекта, определяемой «сухим остатком», результатом рационализации, упрощения и стандартизации используемых методов и процедур. В непосредственной близости от технологии взаимодействия субъекта деятельности внешние и внутренние факторы кристаллизуются из большого количества методов и процедур взаимоотношений субъектов и объектов. Другими словами, технология будет достигнута только в том случае, если будет известен результат поставленной цели, который определен последовательностью операций, закрепляющих порядок применения определенных методов и средств достижения этого результата.

Отсюда следует, что технология не может смешивать механизмы, техники или способы взаимодействия. Технология – это и процесс ее применения, и результат этого процесса. И если конкретнее, то технология является результатом взаимодействия способов, используемых при осуществлении деятельности, которая отображается при стереотипизации шагов по достижению цели, показавших наиболее оптимальные и эффективные решения поставленных задач.

Конечно, некоторые виды целенаправленной деятельности людей в силу своей сложности могут быть технологизированы не целиком и полностью, а лишь в отдельных точках процесса достижения цели. То есть в процессе деятельности субъект может использовать только локальные технологии, способные лишь частично рационализировать и упорядочить те или иные участки взаимодействия. Например, в сфере принятия политических решений, где, как правило, решаются плохо структурируемые задачи и где, поэтому, велик удельный вес непредвиденных обстоятельств, политические технологии обычно представляют собой набор действий, обслуживающих в основном лишь отдельные фазы разработки и реализации

целей (например, согласование действий законодательных и исполнительных органов власти). В целом же они не способны рационализировать и оптимизировать данный процесс.

Соответственно, некоторые из этих сознательных человеческих действий, в силу своей сложности, могут механизироваться не полностью, а отчасти в процессе достижения цели. И, таким образом, в процессе осуществления деятельности субъект использует технологии лишь частично, упрощая определенные направления взаимодействия. Например, в области принятия политических решений, в которых задачи плохо структурированы, и, следовательно, риск возникновения непредвиденных обстоятельств увеличивается, политические технологии, как правило, представляют собой ряд действий, которые являются, по сути, этапами разработки и реализации целей (например, координация действий законодательной и исполнительной власти). В совокупности же данные действия не способны оптимизировать данный процесс.

Таким образом, политические технологии могут быть осуществлены в результате завершения всех этапов процесса, и могут сочетаться с реализацией его отдельных фаз. Для тех же властно-управленческих феноменов, которые имеют наиболее сложную структуру (например, теневые экономические процессы, включенные в государственную экономику), невозможно создать технологию даже на отдельных этапах.

Политическая технология, как и любой алгоритм, заключается в системе действий, которые, в свою очередь, являются одной из форм политического строительства, вытекающего из качеств действующего субъекта (его знаний, его опыта, отношений, способов реализации и т. д.), а также используемых в его деятельности материальных (интеллектуальных) ресурсов и технических компонентов. По этой причине обучение и применение технологий, темп их внедрения жестко связаны с навыками и компетенцией субъекта, его знаниями и практическими навыками использования определенных технических ресурсов. В целом низкий запас

технических средств и / или людей снижает эффективность технологии. Существование политических технологий напрямую зависит от состояния актора, использования его способностей, опыта и возможностей в конкретной ситуации. Из-за ошибок и некомпетентности действующего человека (особенно наделенного полномочиями и ответственностью) может быть снижена не только функциональная ценность технологий, но и полностью изменена направленность действий. Таким образом, использование политических технологий (в частности, в важнейших сферах государства и общества) включает в себя отбор «действующего человека» с точки зрения квалификации, практического опыта, психологической устойчивости, умения работать в другой среде и т. д.

Найденные системные механизмы действий могут рассматриваться как средство пробуждения для источника внутренней мотивации как политической системы в целом, так и ее отдельных структурных элементов. Иными словами, если технологии становятся элементом деятельности субъекта (группы субъектов), занятого принятием решений, разрешением конфликтов или выполнением других конкретных функций, они являются одним из механизмов самоадаптации и самоорганизации этих сфер человеческой деятельности. В этом смысле политические технологии представляют собой не только перечень оптимальных и эффективных мер, но и способ поддержания контроля над процессом достижения поставленных целей, выступают в качестве формы управления. И во всех случаях высшим критерием эффективности технологии является реальная сила намерения и результат.

В то же время оценка эффективности технологии является весьма непредсказуемым мероприятием, так как это, в первую очередь, получение информации о действующих механизмах власти и управления. Поскольку в сфере распределения политической власти задействованы очень важные и значительные ресурсы, деятельность многих лиц (структур, институтов), участвующих в процессе перераспределения, принципиально связана с

сокрытием необходимой информацией о принятии решений и применяемых технологиях. Поэтому ценность такой информации может оказаться крайне высокой.

Однако актуальность оценки технологического процесса связана не только с риском контроля за фактическими процессами властвования. Важность её заключается и в том, что в сфере политической власти, например, в государственном управлении, всегда существуют различные способы создания взаимодействия структур и институтов власти, которые при определенных формальных характеристиках процесса, присущих процессу технологического совершенствования (например, гармонизации интересов отдельных секторов), являются фактически средством достижения других целей (в частности, для прикрытия предпринимательской деятельности некоторых чиновников). Таким образом, политические технологии могут быть использованы в качестве соответствующих имитирующих технологий, за которыми скрываются теневые цели и интересы действующих субъектов.

Политические технологии применимы ко всем областям властных политических процессов на государственном уровне. По этой причине они включены как в легальные процессы применения политической власти и соответствующего распределения ресурсов государства, так и в нелегальные, в которых применяются методы и структурированные методики, прямо запрещенные законом или вопреки популярным в политике технологиям (приемы подрывных действий, осуществления режиссируемых выборов, манипулирования общественным мнением и т. д.)

Технологии ограничены во времени и пространстве их использования. Конкретное сочетание методов, приемов и техник как определенной системы существует в своем собственном ограниченном временными рамками пространстве. Технологии при всей своей определенности, привязанной к пространственно-временным параметрам ситуации, имеют и механизмы преодоления такой зависимости. И эта зависимость преодолевается, прежде

всего, их возможностью самонастраиваться и адаптироваться.

Говоря иначе, политические технологии были и будут полотно для проявления творческих способностей действующего субъекта, его навыков и умений. Увеличение этого креативного старта помогает переходить на новые виды сотрудничества с контрагентами с целью улучшения структуры и методов, используемых для разработки оригинальной системы политической деятельности. В то же время технологии являются врагом тирании. Они по своей природе отличаются от интуиции и прецедентного права как преобладающих способов достижения цели человеком.

Технологии призваны оптимизировать и упростить действия с целью достижения требуемого результата, и именно поэтому они формализуются и законодательно закрепляются.

У каждой технологии есть границы, которые не должны быть нарушены. Но, тем не менее, технологии не должны останавливаться в своем развитии, чтобы не отставать от стремительно развивающихся социальных процессов. Находясь между двумя этими полюсами, технологии рискуют либо превратиться в набор устойчивых норм, либо в голую импровизацию.

В зависимости от глобальности деятельности актора технологии расслаиваются из-за оптимизации полученных результатов, оценок их надежности и т.д. Таким образом, чтобы контролировать и регулировать поведение широких слоев населения, динамику общественного мнения и т. д., необходимо использовать более жесткие рычаги управления, более серьезную материально-техническую базу, а следовательно, и более внушительные инвестиции.

Технологии внедряются в различные процессы, обеспечивающие подготовку и эксплуатацию власти в разнообразных формах и уровнях государства и общества. И из-за этого необратимого процесса у технологий появляются индивидуальные свойства, которые характеризуются стереотипностью и всеобъемлемостью.

Наиболее известными являются функциональные типы политических технологий, которые заведомо структурированы и оптимизированы в области разделения компетентной нагрузки на субъекты власти. Их целью является контроль процессов деятельности этих субъектов. Инструментальные политические технологии подражают использованию политических методов, цель которых – повышение эффективности реальных деятельных процессов, но на самом деле они преследуют совершенно иные цели и являются ширмой для них.

Если проанализировать сферы, в которых следует применять различные методы для того чтобы получить требуемый результат, то необходимо упомянуть предметные технологии; к ним относятся в том числе и избирательные технологии, технологии, используемые в сфере международных переговоров, в области военной дипломатии. Естественно, что такой взгляд на индивидуальные характеристики технологий может быть применен только к взаимоотношениям во властных структурах, то есть к областям, которые формализованы в наибольшей (выборы в государственные органы власти) или в наименьшей степени. С этой точки зрения можно сказать, что присутствует наличие таких политических процессов, которые в принципе не могут быть предметом технологизации (например, внутреннее непубличное координирование взаимоотношений в процессе принятия решений на государственном уровне). Взгляд с точки зрения данного аспекта позволяет увидеть область скрещения различных методов и их заменяемость при решении проблем в различных сферах политики и государственного управления.

Следующий тип технологий, который связан с предметными технологиями, уровневые, являющиеся их общественно организационным зеркалом. К ним относятся: глобальные, связанные, к примеру, с решением общемировых экологических проблем; континентально-региональные, демонстрирующие конкретные действия государств и международных организаций по решению проблем на Ближнем Востоке, в Европе или в

любом другом регионе; национально-государственные, иллюстрирующие процесс осуществления управления и контроля в границах государства; корпоративные, раскрывающие взаимоотношения на уровне одной организации; местные, характеризующие детали взаимоотношений субъектов в конкретной точке политического пространства, а также межличностные.

По времени действия определенных методов достижения политических целей выделяют такие технологии, как: стратегические, рассчитанные на долгосрочную перспективу; тактические, связанные с реализацией краткосрочных задач; циклические, повторяющиеся в деятельности субъекта, и единовременные.

Если делать акцент на технологиях, расширяющих диапазон лиц, которые используют существующие системы действий для достижения похожих результатов, то речь пойдет о тиражируемых технологиях, которые, впрочем, и предназначены для их эксплуатации в однотипных условиях. Диаметрально тиражируемым технологиям уникальные технологии – это такие действия, которые возможны только в определенных строго регламентируемых условиях и не воспроизводимы даже в похожей обстановке.

Например, «дипломатическая» технология может быть применена в переговорах на международной арене и внутри одного государства, а некоторые универсальные избирательные технологии могут успешно применяться на федеральных и региональных выборах, в разных странах, в различных исторических промежутках. Однако с помощью некоторых уникальных избирательных технологий можно добиться победы кандидата только в конкретном регионе исходя из сложившихся традиций данной местности.

Исходя из масштабов и степени законодательного урегулирования политических технологий, проводятся различия между нормативными и девиантными технологиями. Нормативные технологии – это такие приемы воздействия на политические процессы, которые предполагают наличие

четких границ и правил, регламентированных на законодательном уровне, а также на уровне сложившихся в социуме поведенческих, моральных, религиозных норм. На другом полюсе отношений находятся девиантные технологии. В избирательном процессе к числу девиантных технологий относятся «серые», иначе говоря, внеправовые технологии и «черные», откровенно нарушающие закон. Многие политологи не относят «черные» технологии к избирательным технологиям вообще, считая, что данный феномен, являющийся правонарушением, не может причисляться к технологиям. Однако нам кажется, что существующие на практике способы достижения результата требуют освещения, особенно в контексте манипуляций общественным сознанием.

Понятно, что технологии такого типа являются угрозой сложившимся и устоявшимся нормам общественной морали. Государству необходимо искать пути решения этой проблемы. Но, к сожалению, специфика современного динамично развивающегося общества заключается в двух противоборствующих явлениях. С одной стороны, стремительный прогресс информационных технологий, который находит применение во всех сферах жизни общества, в том числе в сфере политических (а особенно избирательных) технологий, с другой стороны, сложная система разработки механизма применения закона. Нормотворческая деятельность не успевает за процессами, происходящими в действительной реальности.

Выборы являются одним из ключевых признаков демократии. Демократия и, соответственно, выборность основных государственных органов, как ее неотъемлемый спутник, дарит возможность среднестатистическому гражданину стать депутатом местных законодательно-представительных органов и непосредственно приступить к решению знакомых не понаслышке проблем, или федеральных, и принимать участие в решении задач, стоящих перед огромным многонациональным государством.

В избирательных процессах страновая специфика характеризуется особым нормативным и традиционно устоявшимся в обществе порядком проведения выборов. Отличия затрагивают каждый из этапов избирательного процесса. Но кроме отличий, конечно, присутствуют и схожие черты. Именно, исходя из данных характеристик, рождаются те или иные универсальные и уникальные избирательные технологии. Закон закрепляет конкретные положения, которым должны следовать избираемые кандидаты и партии, а также сами избиратели. В числе данных постулатов присутствуют требования к кандидатам, порядок поведения предвыборной агитации, описывается процедура в день голосования, и многое другое.

Сочетание этих правил логически выстраивает действия всех участников избирательной кампании, стимулируя их к деятельности, не нарушающей единые для всех границы. Вопреки тому, что в каждой стране у избирательного процесса есть свои особенности, продиктованные разностью исторических, экономических и социокультурных традиций, можно обнаружить и общие закономерности. Общее в специфике разных стран позволяет создать научно обоснованную типологию избирательных систем для каждой, в которой существуют определенные избирательные технологии. В политологии выделяется три типа избирательных систем: пропорциональная, мажоритарная и смешанная. Периодически появляются заявки на расширение данной классификации, но однозначно утвержденных прибавлений пока не существует.

Суть пропорциональной избирательной системы заключается в том, что партии выдвигают список кандидатов, который утверждается на съезде данного партийного объединения или его структурного подразделения, для того чтобы избиратели за него проголосовали. Избиратели не видят в бюллетенях конкретных фамилий кандидатов, представленных от партии – они голосуют за партию. А далее количество мест в органе власти, в который проводятся выборы, распределяется пропорционально полученным голосам. Например, в Законодательном Собрании Свердловской области 50 мест; если

бы выборы проводились исключительно по пропорциональной системе, и одна из партий набрала 20% голосов, то она бы получила 10 мандатов, или мест. Кандидат, числящийся в списках от партии и получивший мандат, вправе от него отказаться в пользу другого члена партии. Для прохождения в органы государственной власти партиям предъявляется требование преодолеть пороговый барьер, который в Свердловской области в 2016 году составил 5%, впрочем, это процентное заграждение едино по всей Российской Федерации. Мандаты партий, не преодолевших пятипроцентный барьер, распределяются по прошедшим партиям, пропорционально набранным ими голосам. Нужно отметить, что данная избирательная система применима только на выборах коллегиальных органов власти, к примеру, законодательно-представительного органа (в Российской Федерации это представительные органы муниципальных образований, субъектов, и нижняя палата высшего законодательного органа – Федерального собрания – Государственная Дума).

Мажоритарная избирательная система, в отличие от пропорциональной, может использоваться не только на выборах коллегиальных органов, но и для избрания должностных лиц (в Российской Федерации это главы некоторых городов – мэры, которых становятся все меньше в силу замены на должность сити-менеджера; главы субъектов и президент). Термин «мажоритарная» образован от французского слова, которое переводится как большинство. В процессе избирательной кампании территория делится на одномандатные округа, в каждом из которых организуются выборы. От партии в каждом округе выдвигается один кандидат (также имеют место быть самовыдвиженцы), и побеждает тот, кто наберет большинство голосов избирателей. Существуют две формы мажоритарных систем «относительного» и «абсолютного» большинства. При относительном большинстве побеждает кандидат, который наберет наибольшее количество голосов из всех кандидатов, участвующих в выборах. Во втором случае для победы необходимо не менее 50% голосов плюс один

голос. В случае если ни один кандидат не наберет необходимого количества голосов, из числа участвующих выбираются два лидера по числу голосов, и проводится второй тур. Во втором туре выбор избирателей ограничен двумя кандидатами. Минус данной избирательной системы заключается в том, что она снижает возможность прохождения в государственные органы представителям малочисленных и молодых партий.

Смешанная система голосования – это синтез пропорциональных и мажоритарных систем; считается, что такая система вводится для того, чтобы снизить погрешности каждой из них. Такое синтезирование может состоять, например, в том, что часть законодательно-представительного органа страны избирается по пропорциональной системе, а вторая – по мажоритарной.

Избирательная система – это не просто свод законодательных правил, определяющих процесс выборов и порядок предоставления мест в парламенте. Каждая избирательная система диктует участникам предвыборной кампании конкретные правила политического взаимодействия, влияет на процесс подписания соглашений и союзов до выборов.

В преддверии выборов жизнь на улицах страны преобразуется. Кандидаты при помощи политических консультантов вступают в предвыборную гонку, используя разнообразные политические технологии для влияния на сознание электората. На политической арене стартует сеть предвыборных игр: промоутеры на улицах раздают листовки, вылавливая зазевавшихся прохожих, чтобы рассказать о том, что их кандидат (партия) – единственный достойный претендент на место в парламенте, во дворах проводятся встречи, а особо активные граждане приглашаются на чаепитие «за стол» с кандидатом.

Все происходящие в этот период мероприятия можно назвать «избирательным процессом». «Избирательный процесс» является незаменимым детерминантом, используемым для того, чтобы дать возможность взглянуть с позиции объективизации на все политические

события в стране, связанные с выборами. В ходе этого процесса будут внедрены избирательные законы, политические структуры и культурные ценности, скорректировано политическое поведение групп и отдельных лиц, пытающихся удовлетворить их потребности во власти, отношениях, принципах, идеалах и т. д.

В то же время каждый кандидат или партия при вхождении в избирательную кампанию пытаются, в первую очередь, найти пути достижения своих личных целей и совершают для этого определенные усилия. Из вышесказанного можно сделать вывод, что предвыборная кампания – это целый ряд мер, предпринимаемых сторонами (партиями или кандидатами и их командами) для решения своих задач на пути к поставленным целям предвыборной гонки. Кампания также принимает форму мероприятий, связанных с решением конкретных задач сторонами, их оценкой ситуации и последующей организации различных действий. Но это только маленькая часть процесса в структуре происходящих в масштабах страны процессов.

Предвыборная кампания – это специфический вид политического руководства. Так партия и поддерживающая ее группа под руководством кандидата, а также их конкуренты в процессе избирательной кампании ставят перед собой определенные задачи. Практика показывает, что не все кандидаты, входящие в избирательную кампанию, стремятся к победе. Некоторые из них рассматривают избирательную кампанию как возможность привлечь к себе внимание для участия в следующих выборах или просто привлечь на свою сторону избирателей, поддерживающих более сильных соперников.

Все предвыборные кампании возглавляются ее инициаторами в условиях ожесточенного соперничества с другими участниками этой политической «игры». В конце концов, сам избирательный процесс является процедурой соперничества, в которой существует сильная конкуренция между кандидатами за возможность получить выгодное положение в

политической иерархии, за власть над массовым сознанием, за доступ к ресурсам. Правовые нормы ограничивают соперничество такого рода, чтобы не возникало конфронтации и острых кризисов. Разумеется, законодательная власть не способна формализовать все процессы предвыборной борьбы, но создает для них четкую правовую основу, которая предусматривает наказания для нарушителей.

Если взглянуть на предвыборную кампанию как структурную единицу политического процесса, стоит принять во внимание, что сначала организаторы избирательной кампании, являющиеся руководящим субъектом, не имеют возможности устанавливать «правила игры», т.е. формировать жесткие правила, которых бы не мог ослушаться объект влияния. Например, кандидат (партия) не могут издать постановление, которое бы продиктовало избирателям модель электорального поведения. Следует учитывать и то, что мы живем в конституционно декларируемом демократическом государстве, и методы применения узаконенного насилия и любого другого способа заставить граждан отдать голос за кандидата вопреки их воле, невозможно и недопустимо. Значит, методы воздействия субъекта на избирателей обязаны быть особенными, в целом электорат не должен понимать или ощущать, что такое воздействие, в принципе, осуществляется.

Комплекс методов влияния на электорат для достижения результата, которым являются нужные кандидату действия, а именно выбор уготованного кандидата, называется избирательной технологией. Ключевая черта избирательных технологий – влияние их на общественно-эмоциональные элементы, стабилизирующие действия избирателей, призыв к внутренним принципам людей, их ценностям, настроению и интересам.

Вплоть до половины XX в. избирательные кампании велись в основном силами пристрастных функционеров и товарищей претендентов, которые выражали желание подействовать политическим деятелям. Такими помощниками кандидатов двигал эмоциональный порыв, верность идеологии

и партии. Из числа подобных деятелей получались хорошие инициаторы общественно-политических кампаний, однако функционировали они, делая упор на практические навыки и чутье, а не на теоретическую базу знаний об избирательном процессе в рамках науки политология.

Сегодняшнее отношение к избирательным технологиям выделяется пониманием потребности базисного сочетания фактического навыка общественно-политической борьбы и академического знания. Принципиально не только систематизировать и знать способы предвыборной борьбы, но и сознавать глубокие факторы удачи либо провала определенных технологий. Однако подобное восприятие станет вероятным только в случае, если инициаторы избирательной кампании обладают необходимыми профессиональными знаниями, готовы правильно дать оценку обстановке, обнаружить веяния многочисленных настроений, укоренить их в сознании и мотивировке людей, и в случае необходимости воздействовать на них. Это условие заставляет инициаторов избирательных кампаний обращаться за поддержкой к специалистам – людям, которые специализируются в сфере общественно-политических технологий и владеют необходимым опытом и знаниями.

В Свердловской области расцвет избирательных технологий и появление профессионалов в этой области пришелся на начало XXI столетия. Первые агентства политического консультирования были организованы выпускниками философского факультета Уральского государственного университета им. А.М. Горького. Отсутствие единого дня голосования и низкий уровень формализации избирательного права подарило им возможность получить колоссальный опыт проведения избирательных компаний во всевозможных уголках нашей страны.

Избирательные технологии в руках специалистов – довольно мощное орудие, привлекающее на сторону кандидата, который их нанимает, значимые пласты электората, позволяющие трансформировать избирательные предпочтения населения. Тем не менее, успешное

применение этого «оружия» возможно лишь в том случае, если избирательные схемы применяются в комплексе, в согласовании с теоретически аргументированной стратегией избирательной кампании и, конечно же, если политтехнологи принимают во внимание действия политических противников, а кроме того – подлинные процессы, творящиеся в общественном сознании.

Ответственные политконсультанты приступают к подготовке избирательной кампании до официального объявления сроков выборов и официального старта предвыборной агитации. Первый этап – исследование условий в округе. Изучая ситуацию, инициаторы избирательной кампании приобретают информацию, которая позволяет им конструировать избирательную стратегию не на ощупь, надеясь на собственное чутье, а обоснованно, опираясь на беспристрастные данные, применяя научно-методические способы, соответствующие сформировавшимся условиям. Таким образом, осуществляется аналитико-информационное сопровождение избирательной кампании.

Каковы же основные направления предвыборных исследований? Предвыборная «разведка» состоит из следующих двух ключевых направлений.

1) Глобальное исследование условий в округе на пороге выборов. Сроки начала исследований: за 3-6 месяцев и вплоть до выборов – для незначительного масштаба кампаний, за год и более – для крупномасштабных. На основе собранных данных разрабатываются определенные советы по выработке стратегии предвыборной кампании.

2) Информационно аналитическое сопровождение кампании. Создание способа обратной связи между штабом кандидата (партии) и избирателями. Такого рода мероприятия позволяют отслеживать настроения в агитационный период и своевременно реагировать на действия конкурентов в предвыборной борьбе.

Недопустимо начинать кампанию, если нет стратегического видения того, как эта цель будет достигнута. Если кандидат и его команда не имеют разработанной стратегии, то их действия неизбежно приводят к беспорядочным, противоречивым, и, в конечном счете, к нулевым результатам.

Стратегия разрабатывается исходя из того, что избиратели принимают решение свободно, что их нельзя принуждать голосовать за того или иного кандидата, а нужно убеждать сделать этот шаг. Сделать это возможно через информационное воздействие на массовое сознание посредством создания привлекательного образа кандидата или избирательного объединения. Сочетание основополагающих характеристик этого образа и будет предопределять содержание стратегии избирательной кампании.

Стратегия проведения избирательной кампании – это система, которая заключается в формировании определенных идей, которые в дальнейшем будут являться основой для разработки избирательных технологий, используемых в данном месте и времени.

Разработка стратегии начинается с вопроса: что может изменить мотивацию людей и их поведение как избирателей в соответствии с целями организаторов избирательной кампании. Например, как кандидат должен выглядеть, что должно быть в его действиях, программе, что, в свою очередь, вызвало бы доверие избирателей и побудило бы их отдать ему свои голоса? Сформулированные ответы на этот вопрос, по сути, перетекают в основные идеи избирательной кампании, которые составляют её стратегию. И, как вы можете себе представить, темы либо формулируются на основе знания о явных мнениях, суждениях и взглядах избирателей, либо рекомендованы стратегами избирательной кампании на основе собственной интуиции или опыта. Во втором случае вероятны серьезные ошибки в выборе стратегии в силу переменчивости настроения масс, а любой практический опыт ограничен.

Практика показывает, что избирательная кампания проходит эффективно, если выбрана какая-то ключевая, животрепещущая тема. Например, льготы пенсионерам, поддержка малого предпринимательства, проблемы жилищно-коммунального хозяйства.

Если говорить непосредственно о региональных выборах, то нужно заметить, что не встречаются округа с однородной электоральной массой. Политтехнологи разработали классификацию, которая позволила разделить избирателей на пять основных групп.

1) при правильно разработанной стратегии всегда найдется пласт населения, совпадение интересов которого и идеи стратегии будут совпадать почти стопроцентно. Это прослойка избирателей, которая при любых условиях проголосует за своего кандидата (партию) и более того, будет призывать проголосовать за него своих родственников, друзей, коллег и соседей. Их обозначают **активно поддерживающие**;

2) население, которое, вроде бы выражает сочувствие кандидату, и есть вероятность, что под воздействием эмоций проголосует за своего кандидата, его именуют **пассивно поддерживающим**. Его мнение подвластно давлению, и в случае каких-либо изменений или под воздействием окружения, оно может перевернуться к другому кандидату в любой момент;

3) избиратели, которые мало интересуются политикой, т.к. эти люди погружены в свои личные проблемы. Это те, кто вообще не уверен, что пойдет на выборы, они обозначены как **«занимающие нейтральную позицию»**;

4) **настроенные недоверчиво**. Это либо избиратели одного из оппонентов, либо те, кто разочарован в российской избирательной системе, а то и вообще в государственной власти. Они точно не проголосуют за кандидата, а возможно, и принципиально проигнорируют голосование;

5) **настроенные решительно против**. Это активисты конкурентов, члены партии соперников и т. д.

Понятно, что стратегия должна предусматривать удержание первых двух групп, стремление склонить на свою сторону третью группу и нейтрализовать манипуляцией четвертую и пятую группы.

Сегодня в обществе наметилась интересная тенденция. Динамика развивающихся технологий молниеносна. Фантазия политконсультантов неисчерпаема. А законодательная власть в Российской Федерации славится тем, что от издания закона до создания нормативно существующего механизма воплощения изданного закона-постулата могут пройти годы.

Таким образом, несмотря на существование множества нормативных актов, формализующих избирательный процесс, в законах о нем по-прежнему множество пробелов. Закон не успевает регламентировать происходящие на практике процессы.

И тут вступает в игру сама природа избирательных технологий. Выше мы уже сказали о том, что нельзя принудить избирателя сделать выбор. Можно только склонить его на свою сторону. Невозможно не заметить, что это, по большому счету, и будет скрытое влияние, а следовательно, манипулятивное. Манипулятивное влияние не всегда бывает противозаконным, в закрепленных в законе методах предусмотрена некоторая возможность его использования. Также существуют и появляются новые методы скрытого влияния, прямо не нарушающие закон, но и не закрепленные в нем. Эра же технологий, которые открыто нарушают нормы права, казалось бы, отходит в сторону, но все же по-прежнему можно встретить ее черты, особенно в маленьких, отдаленных регионах. И именно об последних двух видах технологий речь пойдет в следующем параграфе.

1.2. Манипулятивные технологии в избирательных кампаниях

Если рассматривать манипуляцию в исторической ретроспективе, то можно с уверенностью сказать, что успешность карьеры многих политиков состоялась благодаря их манипулятивным способностям. В частности, В.П. Шейнов в своей книге описывает интересный случай, случившийся в дореволюционной России: «Выборы в Государственную думу были двухступенчатыми. Население избирало выборщиков, которые из своего числа избирали депутата Госдумы. В описываемом случае голосование среди выборщиков происходило так: каждый из них получал два шара: черный и белый. Черный означал «против», белый «за». В процессе голосования нужно было кому-то отдать белый шар (только не себе), кому-то – черный. Тот кандидат, у которого оказывалась лучшей разницей между «за» и «против», становился победителем.

Многие из выборщиков хотели быть избранными в депутаты. Каждый из них выступал со своей программой, доказывая, что именно он сможет отстаивать интересы региона, что он вполне подготовлен для этого. Диссонансом прозвучало выступление самого молодого и никому не известного выборщика:

– Видя столько достойнейших претендентов на право представлять нашу губернию в Думе, я предлагаю, чтобы не «размазывать» голоса по многим кандидатам, по возможности определиться, кто не претендует на избрание. В частности, я не претендую, так как не смогу по состоянию здоровья находиться в сыром климате Петербурга. Поэтому, если не знаете, кому отдать черный шар, отдавайте мне, я не обижусь.

С подобным самоотводом никто больше не выступил, каждый хотел попытать счастья. Приступили к голосованию. Когда подвели итоги, то оказалось, что почти все белые шары лежали в корзине этого молодого

господина. Ни одного черного в его корзине не было.

Публика стала требовать, чтобы назвали того, кто занял второе место. Однако кто-то напомнил, что прежде должно быть официальное отречение победителя. Ему предоставили слово.

Весь в слезах, дрожащим голосом он сказал:

– Многоуважаемые коллеги! Я до глубины души тронут... Ваше почти единодушное доверие, высказанное мне этим голосованием, обязывает меня, презрев личные обстоятельства и нездоровье, послужить нашему Отечеству. Обещаю оправдать ваше доверие! Еще раз спасибо!

Слушатели ахнули. Каков хитрец!!!

Мишенью воздействия в данной манипуляции было желание каждого быть избранным. Поэтому они не знали, кому отдать свой белый шар: ведь он мог помочь победить конкуренту.

Наиболее сильным претендентам нельзя было отдавать ни в коем случае (им, кстати, и досталось большинство черных шаров). А вот отдать свое «за» заведомо «непроходному» кандидату – совсем другое дело. Это и было способом вовлечения в контакт, ловко выстроенной талантливый молодым человеком.

Так начал политическую карьеру один из лидеров правого крыла 2-й, 3-й и 4-й Государственной думы.» [40, С.308-309]

Кара-Мурза выделяет три главных, родовых признака манипуляции.

Во-первых, это – вид духовного, психологического воздействия (а не физическое насилие, или угроза насилия). Мишенью действий манипулятора является дух, психические структуры человеческой личности.

Во-вторых, манипуляция – скрытое воздействие, факт которого не должен быть замечен объектом манипуляции. Когда попытка манипуляции вскрывается и разоблачение становится достаточно широко известным, акция обычно свертывается, поскольку раскрытый факт такой попытки наносит манипулятору значительный ущерб. Еще более тщательно скрывается главная цель – так, чтобы разоблачение самого факта попытки манипуляции

не привело к выявлению дальних намерений. Поэтому сокрытие, утаивание информации – обязательный признак, хотя некоторые приемы манипуляции включают в себя «предельное самораскрытие», игру в искренность, когда политик рвет на груди рубаху и пускает по щеке скупую мужскую слезу.

В-третьих, манипуляция – это воздействие, которое требует значительного мастерства и знаний. Встречаются, конечно, талантливые самородки с мощной интуицией, способные к манипуляции сознанием окружающих с помощью доморощенных средств. Но размах их действий невелик, ограничивается личным воздействием – в семье, в бригаде, в роте или в банде. Если же речь идет о массовом сознании, о политике, хотя бы местного масштаба, то, как правило, к акции привлекаются специалисты или хотя бы специальные знания, почерпнутые из литературы или инструкций. Поскольку манипуляция общественным сознанием стала технологией, появились профессиональные работники, владеющие этой технологией (или ее частями). [21, С. 14]

Политтехнологи воздействуют на нравственные критерии общественной жизни, допуская нечестные методы и формы конкурентной борьбы, которые применимы, только вместе со скрытым влиянием на мнение избирателей.

Конечно же, спорить о применении этих технологий можно долго, но реальность показывает, что именно эти технологии действенны и поэтому активно применяются.

В основном в странах западной демократии особое внимание уделяется этим технологиям, так как, политтехнологи используют их более тонко и незаметно для общества, внедряя их через традиции и обычаи, тем самым, подвергая влиянию общественное сознание, для формирования правильных позиций и мнения общества о политике.

К сожалению, без применения этих технологий, не произойдет манипулирование сознанием самих избирателей и воздействия на них, что приведет к абсолютно противоположному исходу выборов.

Для четкого понимания и выделения манипулятивных политтехнологий, нам необходимо их рассмотреть и описать их, но для начала, надо определить с какой целью их используют? Конечно, целью манипулятивных политтехнологий является глобальное воздействие на сознание избирателей, для получения их голосов. В итоге это приводит к тому, что манипулирование дает параллельный эффект, избиратели без своего мнения и четких позиций, становятся подвластны, тому выбору, который им внушили. Такими избирателями очень просто управлять, тем самым достигая свои цели.

Так какие же поллитехнологии можно выделить? Рассмотрим технологии по степени соответствия закону, к таким относятся «белые», «серые» и «черные». «Белые» технологии – это прописанные в нормативных актах избирательного права способы воздействия на мнения избирателей.

«Серые» технологии – это способы влияния на общественное мнение по тем или иным причинам пока что не урегулированные законодательно.

«Черные» технологии – это методы чаще всего урегулированные законодательством, обозначенные в КоАП, с предусмотренной санкцией за их использование. Этот метод является распространенным среди политконсультантов, так как его проще и дешевле использовать, ведь для того, чтобы избиратель без влияния на него, захотел отдать свой голос, над этим надо честно и долго работать, поэтому это не выгодный вариант. «Честно много не заработаешь» – как сказал один из политконсультантов. Сами депутаты признаются, что в ходе выборов были использованы «черные» технологии, для манипулирования общественным сознанием.

К глубокому сожалению, «черные» технологии развиваются и совершенствуются. За это готовы платить большие деньги, и закрывать глаза, на изощренные методы пиарщиков. Эти технологии широко распространились по России, Украине и другим странам СНГ.

Стоит отметить, что существуют не только избирательные технологии, но и административные способы влияния на результаты выборов, так

называемый «административный фактор», который проявляется в фальсификации результатов выборов, также оказывает разного рода давление на избирательную комиссию, конкурентов, а также на СМИ.

В некоторых регионах и городах, ярко выражен административный фактор проявляется тогда, когда именно этот регион или город, все его ветви власти, всецело находятся под контролем губернатора или мэра.

Стоит выделить такую причину как, дороговизна участия в выборах, таким образом, участниками становятся те люди, которые могут себе это позволить, которые обладают нужным денежным состоянием, или богатыми спонсорами. Распространилось данное явление тогда, когда укрупнились избирательные округа, в связи с отказом от советской системы.

О.М. Горбачева, в своем исследовании, выделяет приемы манипулирования и то каким образом и с какой степенью эффективности они воздействуют на электоральное поведение среднемасштабной предвыборной кампании.

Таблица 1.
Частота использования и степень эффективности манипулятивных технологий на выборах.

Технология	Частота использования	Эффект (результат без учета затрат)
Распространение слухов	Около 80 раз	40 – 45%
Использование административного ресурса	50-60 раз	83 %
Повторы	50-70 раз	99%
НЛП в СМИ	20-30 раз	94%
Использование знаменитостей	10-20 раз	73%
Личная реклама	10-15 раз	31 %
Скандальность	до 5 раз	20%
Сенсации	1-3 раза	48%

Из таблицы можно сделать вывод о том, что средства массовой информации, предоставляют существенно более значительный результат согласно сопоставлению с иными манипулятивными методами. Но нельзя

упускать из внимания тот факт, что с начала нулевых беспрекословная вера в истинность информации предоставляемой телевидением, прессой и радио стала снижаться. Возросла роль административных избирательных технологий и слухов. Данный феномен был мгновенно замечен политтехнологами.

Анализируя таблицу, можно сделать вывод о том, что повтор информации (является компонентом НЛП технологий) наиболее эффективен. Повторы на телеэкранах, страницах печатных изданий и рекламных щитах фиксируют информацию на подсознательном уровне. Впрочем, это характерно для рекламы любого продукта. [15]

Самые популярные технологии влияния рекламы на избирателей в регионах – повтор; использование негативных эмоций, страхов и нерешительности; привлечение мнения специалистов и влиятельных персон; повсеместная эксплуатация социологических опросов. [25]

Если говорить о материальных затратах на проведение предвыборной кампании, то значение финансового обеспечения сложно переоценить. Как и административный ресурс: это мощнейшее оружие в перевыборной борьбе.

Так как же создаются избранники народа? У кандидатов существуют три задачи:

- 1) стать известным, узнаваемым, то есть стать публичным политиком;
- 2) сформировать свой положительный имидж (образ) в глазах избирателей;
- 3) сделать этот образ более привлекательным, чем у конкурентов.

Многие удивлялись, как Жириновский, человек, открыто попирающий нормы поведения, несущий порой несусветную чепуху, стал политиком общероссийского масштаба. Оказывается, потому, что он сумел прежде всего с блеском решить первую из обозначенных выше задач. Не так важны средства, как важен результат – стать узнаваемым.

Так каким же образом формируется имидж будущих депутатов и высокопоставленных должностных лиц? Претенденты должны поставить перед собой и достигнуть три цели:

- 1) популярность, узнаваемость, публичность политической деятельности;
- 2) создать себе хорошую репутацию в умах избирателей;
- 3) опередить соперников в первых двух пунктах.

Многие и сейчас поражены, каким образом Жириновский, личность весьма неоднозначная и даже, можно не боясь сказать, скандальная, добился таких результатов на политическом поприще. А все потому, что он первоначально правильно расставил приоритеты и достиг цели, обозначенной в первом пункте. Стать известным априори важнее, того какими способами эта цель будет достигнута.

На сегодняшний день, популярности для претендентов на власть невозможно добиться без интенсивной помощи СМИ и Интернета. Анализ СМИ и интернет-ресурсов позволил выделить основные факторы используемые для продвижения (или в противоположных целях) участников предвыборной борьбы:

- 1) СМИ выделяет события, происходящие с кандидатом, которые наиболее значимы. Постоянно информируют о появлении новых кандидатур и о выбывающих из гонки кандидатах, и, конечно же, заполняют информационное пространство разнообразными сплетнями и слухами;
- 2) каждая неточность и ошибка в действиях кандидатов, даже весьма незначительная, притягивает интерес;
- 3) фото-, видеосъемка ожесточенно фиксирует проявление любой активности групп поддержки претендентов или, напротив, оппозиционно настроенных масс;
- 4) особую роль СМИ отводят встречам кандидатов со знаменитостями, что принципиально важно для «новичков» в публичной политике. [34]

Политконсультанты советуют: нужно как можно чаще мелькать на телевидении и в прессе. Если появляется, какой-то дискредитирующий материал, то это лучше чем молчание.

Еще интереснее, если кандидат обделен природными данными, которые выделяли бы его из общей массы. В такой ситуации имиджмейкеры рекомендуют совершить какую-нибудь глупую или скандальную выходку на камеру.

Практика показывает, программа кандидата или партии это далеко не первостепенная вещь, с ней знакомится очень узкий круг потенциальных избирателей, для всех остальных ключевую роль играет созданный профессионалами образ.

Люди, профессией которых является формирование идеального образа кандидатов, называются "имиджмейкеры". Рекламируя собственные способности, они заявляют, что «сделают лицо», могут помочь изготовить соответственный стиль каждому клиенту. Саркастичное российское население сразу придумало им прозвище – «мордоделы».

Западные политтехнологи и социологи, изучавшие общественное мнение, сделали вывод о том, что сложившиеся убеждения изменить практически нереально. Нужно только дать людям услышать то, что они хотят. Если люди удовлетворят свой недостаток общности, то цель будет достигнута. Им просто нужно дать возможность услышать от кандидата свои мысли и желания. Так кандидат станет для электората "своим парнем". Избиратели начнут идентифицировать его личность с собой.

Какие же манипулятивные избирательные технологии наиболее популярны в современной действительности? Это не статичная, а постоянно изменяющаяся и развивающаяся субстанция. Описать все технологии не представляется возможным. Поэтому в данной работе мы затронем только наиболее известные из них.

Манипуляции с помощью законодательства о выборах.

Например, увеличение или уменьшение порогового барьера для

вхождения в представительные органы власти разных уровней. Чем ниже барьер, тем выгоднее спонсировать молодые и небольшие партии. И, соответственно, чем выше барьер тем более велик риск для инвесторов при вложении средств в новообразованные партии.

Еще пример: есть страны в которых организовано государственное инвестирование кандидатов. Например, в Израиле можно взять муниципальный кредит для участия в выборах любому гражданину.

Ну и третий пример: отсутствие института наблюдателей в Украине.

Использование административного ресурса.

Общественная организация «Центр антикоррупционных исследований и инициатив «Трансперенси Интернешнл-Р», давно занимается исследованием использования административного ресурса в личных целях «баллотирующихся» на выборах и в результате мониторинга выделил несколько основных направлений деятельности:

- 1) силовой ресурс – задействование органов правоохраны, надзорных органов, силовых структур;
- 2) регуляторный ресурс – когда используются руководящие инстанции, для принятия решений;
- 3) законодательный ресурс – создание нормативных правил в угоду кандидату (партии);
- 4) институциональный ресурс – администрации для исполнения ее функций предоставляется дополнительные материальные и кадровые ресурсы;
- 5) финансовый ресурс – непосредственное неофициальное финансирование претендентов на власть из бюджета;
- 6) медийный ресурс – эксплуатация СМИ, подвластных администрации. [28]

Праймериз

Поднятие рейтинговых показателей за счет проведения предварительного голосования. Технология заимствована у США. Праймериз

бывают двух видов закрытые и открытые. Манипулятивное воздействие имеет второй вид праймериз. Впервые использовались в Российской Федерации в 2014 году на выборах в Московскую городскую думу. Помимо опубликования результатов праймериз и, соответственно, накручивания рейтинга существует еще один момент. Партии и кандидаты, не принявшие участия в «репетиции», будут менее узнаваемы на официальном голосовании.

Псевдоопросы

Еще одной технологией повышающей узнаваемость кандидата является технология псевдоопросов. Как правило, это экспресс опросы, которые состоят из трех коротких вопросов. Они проводятся до официального начала агитационного периода. Каждый вопрос, чаще всего, начинается со слов: «Вам известно, что...?»

При проведении выборочных опросов согласно данному способу срабатывает следующее явление: те кто дает на заданный вопрос ответ «нет», в действительности должен был дать ответ «да», так как в момент озвучивания вопроса он и получил требуемую информацию; Далее работает психологический эффект лжевоспоминания. Данные полученные из вопросов превращаются в давно известную информацию. Отвечая на вопрос, потенциальный избиратель фиксирует в своем подсознании только что полученные данные.

Пример: в 2013 году на выборах мэра города команда одного из кандидатов проводила опросы на оживленных перекрестках в центре Екатеринбурга. Опросник состоял в духе: «Слышали ли Вы о программе кандидата N?»

Кроме повышения узнаваемости псевдоопросы используют в целях дискредитации конкурентов. Пример: телефонные звонки, которые совершаются от имени соперника в ночное время суток.

Exit poll

Что означает понятие, заимствованное из английского языка –

«экзитпол»? Это процедура проведения опроса избирателей сразу после голосования. Впервые данная процедура была проведена в США журналистом У. Митофски в 1967 году. И, практически, не претерпела изменений с тех пор.

Такого рода опрос проводится в течение всего дня голосования. Но результаты его закон запрещает использовать в течение этого дня.

Наиболее аморальные возможности использования экзитпола заключается в выявлении информации об участках, на которых необходимо произвести фальсификацию или признать выборы недействительными. Как уже было сказано выше, по закону с 2012 года запрещено оглашение данных экзитпола до завершения официального подведения итогов. Но информационное распространение данных с помощью сети Интернет сложно проконтролировать.

Пример: в 2000 году во время проведения выборов на должность президента сайт зарегистрированный за рубежом опубликовал данные экзитпола Фонда эффективной политики. Журналисты телевизионной компании НТВ не смогли пройти мимо и показали новость в дневном эфире. Естественно, ЦИК выразил свое возмущение, и повтора этой новости больше не было. Но этого и не требовалось. Число сторонников Путина стало стремительно расти. Сейчас уже доподлинно известно, что это была уловка политтехнолога Г. Павловского.

Необходимо заметить, что с совершенствованием Государственной Автоматизированной Системы "Выборы" потребность в экзитполе постепенно отпадает.

Общественные приемные

Общественные приемные фактически представляют собой стационарные точки агитации. Приемная это, по большому счету, недвижимая точка, в которой происходит агитация за кандидата. Основная цель таких приемных – поиск готовых к активным действиям союзников в

округе, на территории которого будет проходить голосование, а впоследствии, включение найденных активистов в командную работу штаба.

Существует правило идеальной приемной: она не должна быть совмещена со штабом. В приемную приходит крайне «разношерстная» публика, это не только потенциальные избиратели, изначально симпатизирующие кандидату или партии, часто, это люди, которые стараются «поймать момент» и решить свои проблемы. Обычно это принимает форму провокации с их стороны: «Вот поможете – проголосую за Вас». Третья категория посетителей это «местные сумасшедшие». В этом и причина, породившая вышеуказанное правило, помимо того, что может произойти утечка информации, две последние группы гостей приемной легко и в короткий промежуток времени могут внести хаос в работу штаба.

Подвид манипуляционной технологии работы с приемными называется политтехнологами «бесплатный сыр». Поддержки электората добиваются с помощью бесплатных юридических консультаций.

В дополнение к личной консультации в приемной добавляются письменные инструкции (с подробным указанием действий), которые издаются массовым тиражом.

Но к «бесплатному сыру» относят и покраску скамеек, установку детских площадок и т. д.

НЛП-технологии

Ричард Бендлер, один из основателей направления НЛП, высказался таким образом: «большинство людей не пользуется собственными мозгами активно и продуманно». [6,С.30.]

И если поразмышлять над его словами углубляя мысль, то получится, что если мы сами ленимся воспользоваться своими мыслительными возможностями, то всегда найдется тот, кто поможет в этом процессе и подумает за нас. Таким образом, наша лень преподносит на блюдечке политтехнологам возможность нами манипулировать.

Какие же способы НЛП наиболее популярны в политике и манипуляции избирателями, в частности:

1) установка-распоряжение (существует легенда, что первенство использования принадлежит Наполеону) – повторение слогана без какой-либо аргументации, приказным тоном. Например: «Мы защитим Вас от бедности» (Яблоко), «В главном – единство, в спорном – свобода, во всем – любовь!» (Всероссийский христианский союз М. Меня), «Мы – русские! С нами – Бог!» (Русский национальный собор А. Стерлигова)[4];

2) «эффект связки» – первоначально в РФ его использовал в 1995 году С. Шахрай – фоном его видеороликов на телевидении стали отрывки «чужих побед» (то Ю. Гагарин стартует, то русские хоккеисты получают кубок);

3) применение ассоциаций, порожденных определенным текстом. Данный способ продуктивно применял «Союз правых сил». Призыв «Ты прав» разработали специалисты. Рассчитано на ассоциативную привязку «к правому делу»;

4) «иллюзия выбора». К примеру: в СМИ накануне выборов заявляется, что можно проголосовать за кандидата N., начиная с 8.00 и до 20.00 – хоть утром, хоть вечером.

Во время предвыборных кампаний баллотирующиеся кандидаты всеми возможными способами стараются воздействовать на избирателей, перегружая их каналы восприятия. В это время невозможно найти свободной от агитации зоны. Здания заклеены всевозможными предвыборными плакатами, в передачах на радио кандидаты отвечают на благодарности «подставных дозвонившихся», в почтовых ящиках груды «мусора» от партий. Общественные организации меняют политический уклон, конечно, не бесплатно. Как, впрочем, и сами претенденты на власть, в угоду электоральным предпочтениям.

Вот только некоторые из рекомендаций НЛП специалистов для скрытого влияния на подсознательном уровне:

во-первых, произносимый текст должен легко визуализироваться; у избирателя в голове должен родиться образ; например, говоря о людях, нужно конкретизировать – школьники, пенсионеры, молодые родители и т. д.;

во-вторых, не стоит пренебрегать интонированием; например, если почти перейти на шепот в конце донесения важной мысли, то это вызовет доверие;

третий прием является тонким мастерством манипулятора – использование звуко сочетаний, к примеру, звук «у» ассоциируется с чем-то большим, значительным, звук «и» – с маленьким, звук «а» воспринимается как проявление уверенности, напора, а «о» как бы расслабляет (к «окающим» людям у нас возникает доброжелательное отношение).

Неблагоприятное впечатление производят словосочетания из согласных СНГ, СПС, ЛДПР. Другое дело ЕР («Единая Россия»).

Кроме слов, на подсознание влияют и определенные символы, в НЛП применяется термин «архетип». Например:

поле – архетип свободы,

дорога – перемены,

дом – тепла, единства.

Исследования особенностей политической рекламы выявили приемы манипулирования избирателями, использующие суггестивный (внушающий) лингвистический потенциал. В частности, в работе Ю. Лисовой анализируются рекламные материалы и выступления региональных политических лидеров, баллотировавшихся по избирательным округам Ивановской области:

«В соответствии со структурой человеческой психики выделены рациональная, эмоциональная и волевая стороны языковой манипуляции в политической рекламе. Ориентация на рациональное начало формирует определенные представления человека об окружающей действительности. Для этих целей в региональной практике чаще всего используются методы

построения ассоциаций, обобщения, ссылка на авторитет, избыточные сообщения, предложение нескольких вариантов поведения, конкретизация субъектов и объектов коммуникации. Для активизации мыслительных процессов в текстах также употребляются кавычки, многоточие, скобки. Воздействие на эмоции электората осуществляется с помощью конструкций возможности и долженствования, негативных утверждений, афоризмов, сравнительных степеней прилагательных, неопределенных обозначений, предикативной связи. В ходе анализа текстов выявлено, что для повышения мотивации политического выбора используются как примитивные (страх, гнев, радость), так и высокие чувства (гордость, патриотизм, справедливость, любовь). Для вербального заражения применяются: личное обращение к избирателю, игра слов, эмоционально-экспрессивная лексика». [Лисова]

Эффект 25-го кадра

Данная методика используется нечасто, и, конечно, не по официальным каналам. Заключается она в том, что особенность человеческой анатомии предполагает возможность восприятия 24 кадров в секунду, 25 кадр не способен обрабатываться мозгом на осознанном уровне, но тем не менее он откладывается в подсознании. Однако эта технология устаревает, а наука не стоит на месте. Появились средства аудиального воздействия. Известно то, что человек слышит только в определенном частотном диапазоне. За пределами этого диапазона человек может ощущать вибрацию на более низких частотах и не предавать этому значение. Тем не менее, можно с помощью такой технологии привлечь внимание к определенной сообщаемой информации, таким образом, что слушатель даже не поймет почему он заинтересовался тем или иным сообщаемым фактом.

Встречи с избирателями

Даже, если смоделировать ситуацию, когда команда кандидата начисто отрицает использование «серых» и «черных» технологий часть информации достигнет сознания избирателей посредством распространения слухов. Причем насколько она трансформируется в процессе предугадать не просто.

Но все же необходимо признать, что чаще слухи создаются и распространяются командой кандидата абсолютно осознанно. Самые удачно выбранные места для распространения слухов – это общественный транспорт, поликлиники, магазины, лавочки во дворах. Например, на выборах мэра в Екатеринбурге в 2013 году в трамваях ездили «проплаченные» люди одного из кандидатов и рассказывали в рамках своего разговора по телефону (на весь трамвай) о том, что увидели вчера по телевизору передачу, в которой кандидат рассказывал «так много интересного» и далее описывали основные агитационные моменты кампании.

Преимуществом данной технологии является «ее серость». За слухи еще никого не привлекали к ответственности. Важно, что бы распространители были уверены в правдивости того о чем они рассказывают.

Еще один интересный способ работы со слухами, это дискредитация соперника. Набирают неблагонадежного вида «распространителей» и они агитируют за кого-то из конкурентов и добропорядочных граждан, которые выступают на стороне кандидата-заказчика. Между ними возникает спор (естественно на повышенных тонах, чтобы всем окружающим было хорошо слышно) на грани конфликта.

Конечно, все возможности распространения слухов описать невозможно – это поле безгранично и придумать в этой области что-то еще более занимательное может помешать только фантазия политтехнологов.

ГЛАВА 2. ИССЛЕДОВАНИЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗОВАННЫХ НА ВЫБОРАХ В ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ СОБРАНИЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ (ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КАМПАНИЯ 2016 ГОДА)

Актуальность темы заключается в том, что если манипулятивные политтехнологии, применяемые в избирательном процессе сделать открытыми и доступными для избирателей, тогда появится вероятность того, что все участники окажутся на равных позициях. Любая возможность приближения к легитимизации избирательного процесса должна быть использована, ведь если избиратели будут понимать то, что их не так уж просто обмануть доверие к системе выборов, гражданская ответственность возрастет.

Данную тему исследовали:

Цель главы:

Выявить и описать манипулятивные технологии, использованные на выборах в Законодательное собрание Свердловской области в период избирательной кампании 2016 г.

Задачи:

Изложить основы нормативно-правового регулирования выборов депутатов Федерального Собрания Российской Федерации и депутатов Законодательного Собрания Свердловской области.

Охарактеризовать особенности организации и проведения выборов в Законодательное собрание Свердловской области (избирательная кампания 2016 г.).

Выявить и проанализировать политические технологии, использованные на выборах в Законодательное собрание Свердловской области (избирательная кампания 2016 г.).

Предмет:

Выборы в Законодательное собрание Свердловской области (избирательная кампания 2016 г.).

Объект:

Манипулятивные политические технологии, использованные на выборах в Законодательное собрание Свердловской области (избирательная кампания 2016 г.).

Метод исследования:

Анализ вторичных документов.

Тезаурус

ВЫБОРЫ – «форма непосредственной (прямой) демократии, волеизъявление народа с целью формирования органов государственной власти или местного самоуправления путем голосования. По масштабам (территориальному признаку) проведения выделяют национальные (общегосударственные) выборы, которые проводятся на всей территории страны, и региональные (местные) выборы, посредством которых избираются представители в местные органы самоуправления. По количественному признаку (участию избирателей) говорят о выборах всеобщих (полных), когда в избирательном процессе участвуют все граждане государства, и частичных (дополнительных, промежуточных), в случае, если, например, необходимо пополнить состав парламента из-за досрочного выбытия отдельных депутатов. По срокам проведения выборы делятся на очередные (проводятся в установленные законом сроки), внеочередные (при досрочном роспуске парламента или отстранении президента от занимаемой должности) и повторные (в случае признания выборов недействительными или несостоявшимися, а также в случае, если на выборах баллотировалось не более двух кандидатов и ни один из них не был избран).» [2, С. 59]

ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ СИСТЕМА – (греч. systema – целое, состоящее из частей) – совокупность норм и процедур, регулирующих избирательный процесс; порядок формирования представительных органов власти и

избрания должностных лиц путем голосования. К основным видам избирательных систем относятся мажоритарная (система большинства) и пропорциональная (система представительства политических партий). [2, С. 218]

СМЕШАННАЯ ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ СИСТЕМА – это синтез пропорциональных и мажоритарных систем; считается, что такая система вводится для того, чтобы снизить погрешности каждой из них. Такое синтезирование может состоять, например, в том, что часть законодательно-представительного органа страны избирается по пропорциональной системе, а вторая – по мажоритарной.

ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ СОБРАНИЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ является высшим и единственным законодательным (представительным) органом государственной власти Свердловской области. Состоит из 50 депутатов, 25 из которых выбираются по пропорциональной системе, другие 25 – по мажоритарной системе относительного большинства. Порядок формирования и деятельности Законодательного собрания Свердловской области определяется Конституцией Российской Федерации, федеральными законами, Уставом Свердловской области, избирательным кодексом Свердловской области и иными законами Свердловской области, а также другими нормативно-правовыми актами о выборах, принятыми органами государственной власти Российской Федерации и Свердловской области и иными государственными органами Российской Федерации и Свердловской области.

ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КАМПАНИЯ – (фр. campagne – поход) – система зафиксированных в нормативно-правовых актов различной юридической силой действий, которые выстроены в четкой хронологической последовательности и состоящая из четырех ключевых стадий (подготовка к выборам, выдвижение (регистрация) кандидатов, агитационная (предвыборную) кампания, голосование и подсчет голосов избирателей).

ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ – структурная единица

политических технологий, направленность которых заключается в использовании комплекса методов влияния на электорат для достижения результата, которым являются нужные кандидату (партии) действия, а именно выбор уготованного кандидата (партии). Ключевая черта избирательных технологий – влияние их на общественно-эмоциональные элементы, стабилизирующие действия избирателей, призыв к внутренним принципам людей, их ценностям, настроению и интересам.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ТЕХНОЛОГИЯ заключается в системе действий, которые, в свою очередь, являются одной из форм политического строительства, вытекающего из качеств действующего субъекта (его знаний, его опыта, отношений, способов реализации и т. д.) и используемых в его деятельности материальных (интеллектуальных) ресурсов и технических компонентов.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ МАНИПУЛЯЦИЯ – это скрытое психологическое воздействие на общественное сознание и поведение, в системе властных отношений требующее специальных знаний и владения соответствующими технологиями с целью повлиять на манипулируемых в интересах манипуляторов.

Манипулятивные избирательные технологии

2.1. Нормативно-правовое регулирование выборов депутатов Федерального Собрания Российской Федерации и депутатов Законодательного Собрания Свердловской области

Ст. 94 – ст.109 главы 5 Конституции Российской Федерации закрепляют статус Федерального Собрания, как двух палатного

представительного и законодательного органа. Так же данная глава закрепляет срок на который избирается Государственная Дума (нижняя палата Федерального Собрания), статус депутатов нижней палаты, порядок формирования и деятельности палат, полномочия членов Совета Федерации и депутатов Государственной Думы, порядок прекращения деятельности членов Совета Федерации и депутатов Государственной Думы.

Рассмотрим подробнее. В ч. 5 ст.95 Конституции указывается количественный состав Государственной думы- 450 депутатов. Наиболее оптимальный состав этой палаты, а так же избрание депутатов на определенный срок выступает гарантией конституционных прав граждан Российской Федерации и представительства в парламенте от всех слоев общества, национальностей и народов страны, мужчин и женщин, лиц различного возраста и профессиональной принадлежности, имеющих опыт политической и парламентской деятельности, членов политических партий, а также беспартийных, которых в России абсолютное большинство. [5]

В законодательстве, актуальном на период предвыборной агитации и дня голосования в 2016 году, появилось много новшеств, затронувших все ключевые элементы избирательного процесса. Так уж в Российской Федерации сложилось, что каждые выборы, что на федеральном, что на региональном уровне не обходятся без принятия новых законов и без появления новых аспектов их рассмотрения.

Специфические черты на выборах в 2016 году

- 1) досрочное проведение выборов Государственной думы(допустимость такой возможности обоснована в Постановлении Конституционного Суда РФ от 01.07.2015 о толковании ч. 1 ст. 96 и ч. ч. 1, 2 и 4 ст. 99 Конституции РФ);
- 2) федеральные парламентские выборы проводятся в Единый день голосования - 18 сентября (т.е. совмещение федеральных, региональных и местных выборов);
- 3) на выборах в 2016 году как на федеральном так и на региональном уровне выборы вновь проводились по смешанной системе (напомним, что

последний раз данная система была использована в 2003 году);
4) впервые на федеральном уровне споры возникшие в ходе избирательного процесса будут решаться в рамках административного судопроизводства (на выборах в Государственную Думу в 2011 году споры решались в соответствии с ГПК);

5) в 2016 году действовали одновременно два Федеральных закона о выборах депутатов Государственной Думы - 2005 года и 2014 года;

6) на выборах федерального уровня впервые участвуют 77 партий зарегистрированных в Министерстве Юстиции, причем 14 из них освобождены от сбора подписей для регистрации в качестве избирательного объединения;

7) увеличено количество необходимых для регистрации подписей в три раза для кандидатов, баллотирующихся в рамках одномандатной системы, и на 50 тысяч – для «списочников»;

8) праймериз на системной основе[36]

В предвыборное правовое реформирование было включено 10 федеральных законов:

1) Закон РФ от 19.04.1991 N 1032-1 "О занятости населения в Российской Федерации";

2) Федеральный закон от 06.10.1999 N 184-ФЗ "Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации";

3) Федеральный закон от 11.07.2001 N 95-ФЗ "О политических партиях";

4) КоАП РФ;

5) Федеральный закон от 12.06.2002 N 67-ФЗ "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации";

6) Федеральный закон от 02.10.2007 N 229-ФЗ "Об исполнительном производстве";

7) Федеральный закон от 09.02.2009 N 8-ФЗ "Об обеспечении доступа к информации государственных органов и органов местного самоуправления";

8) Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд";

9) Федеральный закон от 22.02.2014 N 20-ФЗ "О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации";

10) Федеральный закон от 03.11.2015 N 300-ФЗ "Об утверждении схемы одномандатных избирательных округов для проведения выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации".

Федеральный закон от 09.03.2016 N 66-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации о выборах и референдумах и иные законодательные акты Российской Федерации" на основе исследования правоприменительной практики 2014-2015 годов, совмещает более 5000 избирательных кампаний в едином правовом пространстве.

Рассмотрим подробнее, внесенные законом изменения:

1. создан единый портал, объединяющий сайты различных государственных органов официальные сайты органов;

2. защиту статуса лиц, признанных безработными, но в период подготовки к выборам исполняющих полномочия членов избирательных комиссий, посредством исключения из оснований лишения статуса безработного факта исполнения указанных полномочий, и получения в связи с этим соответствующих выплат;

3. лица в период проведения подготовки к выборам, исполняющие полномочия членов избирательной комиссии и имеющие статус безработных – не лишаются данного статуса и получают в связи с этим соответствующие выплаты

4. дополнение положением о том, что в схеме многомандатных избирательных округов необходимо указывать количество мандатов, замещаемых в округе;
- уточнение статуса кандидатов, выдвинутых по одномандатным (многомандатным) избирательным округам избирательным объединением списком, в том, что гражданин получает статус кандидата после представления непосредственно в окружную избирательную комиссию предусмотренных законом документов;

5. ЦИК России приобретает официальное сетевое издание, а сайт ЦИК России и сайты избирательных комиссий субъектов РФ размещаются на едином портале;

В Свердловской области круг законодательных актов, регулирующих отношения в отрасли избирательного права, определен ч.1Ст. 3.

Избирательного Кодекса Свердловской области::

- 1) Конституция Российской Федерации,
- 2) Федеральные Законы Российской Федерации,
- 3) Устав Свердловской области,
- 4) настоящий Кодекс,
- 5) иные законы Свердловской области,
- 6) другие нормативные правовые акты о выборах, принимаемые органами государственной власти Российской Федерации и Свердловской области, иными государственными органами Российской Федерации и Свердловской области,
- 7) органами местного самоуправления.

Избирательный кодекс в целом определяет и закрепляет:

- 1) избирательные права граждан и принципы проведения выборов;
- 2) избирательный процесс, который включает в себя порядок назначения выборов (очередных, досрочных, повторных и дополнительных); порядок деятельности избирательных комиссий, их статус и порядок формирования, полномочия и организацию деятельности;

- 3) дает определение избирательным объединениям, участвующим в выборах;
- 4) определяет порядок регистрации избирателей;
- 5) принципы организации избирательных округов и образования избирательных участков;
- 6) порядок выдвижения и регистрации кандидатов;
- 7) гарантии прав граждан на получение и распространение информации о выборах;
- 8) процедуру организации и проведения голосования;
- 9) признание кандидата избранным, распределение вакантных депутатских мандатов;
- 10) обжалование нарушений избирательных прав граждан Российской Федерации и ответственность за нарушение законодательства о выборах.

2.2. Особенности организации и проведения выборов в Законодательное собрание Свердловской области (избирательная кампания 2016 года)

Применение пропорционально-мажоритарной избирательной системы коснулось и региональных выборов. И в 2016 году выборы в Законодательной Собрание Свердловской области проходили по смешанной системе.

Выборы депутатов Законодательного Собрания Свердловской области осуществляются по единому избирательному округу, включающему в себя всю территорию Свердловской области, пропорционально числу голосов избирателей, полученных каждым из списков кандидатов, выдвинутых

избирательными объединениями, а также по одномандатным избирательным округам, образуемым на территории Свердловской области.

По единому избирательному округу, включающему в себя всю территорию Свердловской области, пропорционально числу голосов избирателей, полученных каждым из списков кандидатов, выдвинутых избирательными объединениями, избираются 25 депутатов Законодательного Собрания Свердловской области.

По одномандатным избирательным округам, образуемым на территории Свердловской области, избираются 25 депутатов Законодательного Собрания Свердловской области.

Система избирательных комиссий при подготовке и проведении выборов в
Законодательное Собрание Свердловской области

ИК СО – организует выборы регионального уровня;

ОИК – участвует в проведении выборов депутатов;

ЗССО по одномандатным избирательным округам;

ТИК – участвует в организации региональных выборов на территории МО;

УИК – выполняет непосредственную работу по организации голосования и подсчета голосов избирателей.

Таблица 2.

Календарный план основных мероприятий по подготовке и проведению выборов депутатов Законодательного Собрания Свердловской области в соотношении с календарным планом мероприятий выборов в Государственную Думу Федерального Собрания.

Основные этапы избирательной кампании	Примерные сроки	
	Государственная Дума Федерального Собрания РФ	Законодательное Собрание Свердловской области
Назначение выборов	осуществляется Президентом РФ не ранее 30 мая и не позднее 19 июня 2016 г.	осуществляется Законодательным Собранием Свердловской области не ранее 9 июня и не позднее 19 июня 2016г.
Выдвижение кандидатов (списков)	в течение 25 дней после дня официального опубликования	со дня, следующего за днем опубликования решения о назначении выборов

кандидатов)	(публикации) решения о назначении выборов	
Представление документов для регистрации	до 18-00 ч. 3 августа 2016 г.	до 18-00 ч. 3 августа 2016г.
Выдача открепительных удостоверений	в ТИК за 45-10 дней до дня голосования (с 3 августа по 7 сентября 2016 г.), в УИК за 9 и менее дней до дня голосования (с 8 сентября 2016 г.); в случае проведения досрочного голосования в ТОМ (ч.1, 2 ст. 82 20-ФЗ) в ТИК за 45-21 дней до дня голосования (с 3 по 27 августа 2016), в УИК за 20 и менее дней до дня голосования (с 28 августа по 17 сентября 2016)	
Досрочное голосование в помещениях УИК		не ранее чем за 10 дней до дня голосования (не ранее 7 сентября 2016 г.)
Голосование в помещениях избирательных участков	на всех уровнях выборов с 8.00 часов до 20.00 часов местного времени в день голосования 18 сентября 2016 г.	

Основные этапы избирательной компании по выборам в Законодательное собрание Свердловской области

В отличие от выборов на уровне федерации где в выборах учувствуют только кандидаты и партии, а на выборах в законодательные органы субъектов РФ – политические партии или их региональные отделения.

Этап первый – Выдвижение кандидатов. На выборах в Законодательное Собрание Свердловской области этот этап стартует со дня, следующего за днем опубликования решения о назначении выборов.

Кандидат не может быть выдвинут на одних и тех же выборах по нескольким избирательным округам. Данное правило не применяется при выдвижении кандидата одним и тем же избирательным объединением одновременно на одних и тех же выборах по одномандатному (или многомандатному) избирательному округу и в составе списка кандидатов.

Кандидат не может дать согласие на выдвижение на одних и тех же выборах более чем одному инициатору выдвижения.

Выдвижение кандидатов в порядке самовыдвижения

Самовыдвижение кандидатов производится путем уведомления об этом избирательных комиссий, в которых будет осуществляться регистрация кандидатов, с последующим сбором подписей в поддержку самовыдвижения кандидатов.

Выдвижение кандидатов, списков кандидатов избирательными объединениями

Избирательные объединения вправе выдвигать кандидатов, списки кандидатов. В одномандатном избирательном округе избирательное объединение вправе выдвинуть одного кандидата. В многомандатном избирательном округе избирательное объединение вправе выдвинуть кандидата на каждый депутатский мандат, подлежащий замещению в этом округе. В едином избирательном округе избирательное объединение вправе выдвинуть один список кандидатов, а при проведении выборов выборного должностного лица - одного кандидата. Выдвижение кандидатов, списков кандидатов политическими партиями осуществляется в соответствии с Федеральным законом "О политических партиях". Выдвижение кандидатов иными общественными объединениями осуществляется на съездах (конференциях, собраниях) указанных общественных объединений, их региональных или местных отделений тайным голосованием, а также с соблюдением иных требований, предъявляемых федеральным законом к выдвижению кандидатов для политических партий.

Регистрация кандидата, списка кандидатов

Регистрируются кандидаты в избирательной комиссии. Им нужно предоставить для этого пакет документов, которые перечислены в п. 2 и п.3 ст. 33 Федерального закона "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации", этот список может не являться исчерпывающим для некоторых регионов.

Закон предусматривает два случая “облегченной” регистрации кандидатов и списков кандидатов. Во-первых, кандидаты и списки кандидатов, выдвинутые партиями, которые имеют представительство в Государственной Думе (в настоящее время это “Единая Россия”, КПРФ, ЛДПР и “Справедливая Россия”), или их региональными отделениями, регистрируются просто на основании решения партийного органа об их выдвижении.

Во-вторых, закон субъекта РФ может установить заявительный порядок регистрации для выборов в представительные органы малых муниципальных образований. Критерием здесь является средняя норма представительства избирателей, то есть отношение числа избирателей в муниципальном образовании к числу депутатов представительного органа. Такой порядок может быть установлен для муниципальных образований со средней нормой представительства не более 10 тысяч.

Во всех остальных случаях кандидат обязан либо представить подписи избирателей в свою поддержку.

Особенности организации и проведения голосования на выборах различного уровня, день голосования на которых совмещен

Для проведения выборов образуются одномандатные и (или) многомандатные избирательные округа либо определяется единый избирательный округ.

Схема округов на выборах депутатов Государственной думы определена ФЗ «Об утверждении схемы одномандатных избирательных округов для проведения выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации».

Схема округов на выборах депутатов Законодательного Собрания Свердловской области определена Областным законом.

Схема округов на выборах депутатов представительных органов муниципальных образований утверждается решением Думы муниципального образования.

Опубликование (обнародование) схемы одномандатных и (или) многомандатных избирательных округов, включая ее графическое изображение, осуществляется соответствующим законодательным (представительным) органом государственной власти, представительным органом муниципального образования, организующей выборы избирательной комиссией не позднее чем через пять дней после ее утверждения.

В случае образования многомандатного избирательного округа число депутатских мандатов, подлежащих распределению в этом округе, не может превышать пять. Данное ограничение не применяется при выборах в органы местного самоуправления сельского поселения, а также при выборах в органы местного самоуправления иного муниципального образования в избирательном округе, образованном в границах избирательного участка.

2.3. Анализ политических технологий, использованных на выборах в Законодательное собрание Свердловской области (избирательная кампания 2016 года)

Начнем рассмотрение примененных партиями и кандидатами в порядке иерархии по количеству полученных мест в Законодательном Собрании. Поскольку такого рода подход позволяет предположить, что методы завоевания поддержки электората у партий и кандидатов, получивших наибольшее количество мандатов, особенно эффективны. Однако, можно так

же и предположить, что эффективность используемых технологий напрямую связана с их манипулятивной природой.

«Единая Россия»

(12 мест – по единому избирательному округу и 23 места – по одномандатным округам)

1) Административный ресурс и праймериз.

- «Репетиция» выборов состоялась в Свердловской области 22 мая 2016 года. Но вот интересный факт некоторым из кандидатов самой технологии праймериз показалось недостаточно для того чтобы таким способом повысить себе рейтинг и показать свою принадлежность к «партии власти». Появились кандидаты, для которых чтобы добиться победы «все средства хороши». В Нижнетагильском округе Свердловской области отличился победитель местных праймериз

Победа главы УМВД Ибрагима Абдулкадырова оказалась неожиданным событием для актива партии как на уровне региона так и на федеральном уровне. Актив партии делал ставку на бывшего первого заместителя главы администрации свердловского губернатора Алексея Багарякова. «Абдулкадыров не согласовал свое выдвижение с руководством «Единой России» и якобы в ходе проверок были установлены факты подкупов голосов.» Все обвинения в результате были сведены к использованию административного ресурса.

- Использование «паровоза».

Нельзя забывать, что во главе партийных списков губернатор Свердловской области Евгений Куйвашев, член Совета Федерации ФСРФ Аркадий Чернецкий, глава Нижнего Тагила – Сергей Носов [1]

И естественно это не исчерпывающий список технологий примененных единоросами.

2) Технология привлечения внимания поддержки с использованием «знаменитостей»: актриса шоу «Юлия Михалкова» приняла участие в праймериз и преодолела 10% барьер благодаря чему получила возможность

пройти по спискам от партии аж в Государственную думу. Но 21.06.2016 сразу в нескольких источниках появилась информация о том, что Юлия предпочла баллотироваться в Законодательное Собрание. [6]

Но через некоторое время Михалкова опровергла и данное утверждение, назвав это выдумками журналистов. Так что выводы напрашиваются сами собой.

Справедливая Россия

(5 мест в Законодательном Собрании)

У Справедливой России и сейчас на сайте можно найти отчеты об их успешной борьбе с «коммунальными службами». В период же избирательной компании они успешно эксплуатируют такую «серую» манипулятивную технологию как «бесплатный сыр». В приемных кандидатов выстраивалась очередь за бесплатными юридическими консультациями. Причем круг вопросов не ограничивался Жилищным правом. И, в дополнение, к консультациям по классической схеме массовым тиражам выпускались брошюры с подробными инструкциями для юридически неграмотных пенсионеров, садоводов, пострадавших от соседей, возмущающихся программой по капитальному ремонту, автомобилистов и для многих других категорий потенциальных избирателей.

«Эти инструкции – настоящий самоучитель по коммунальной самообороне. Наши читатели – обладатели «черного пояса» по защите своих прав. Рубрика создана для тех, кому надоело, что в подъезде грязно, батареи – еле теплые, а цифры в квитанциях берутся «с потолка». Вооруженный знаниями житель – вот кого больше всего боятся коммунальщики. Такими вас сделает наш сайт – грозное оружие против произвола. А полезные инструкции помогают воевать за честные платежки, хорошие дороги, справедливые цены и уважение власти к простым людям». [2]

ЛДПР

(4 места в Законодательном Собрании)

Кроме использования рейтингов, а соответственно, и поклонников

бессменного лидера партии В. Жириновского, политтехнологи ЛДПР решили привлечь эпатажную в Свердловской области личность. «ЛДПР» отправляет на выборы в Законодательное Собрание президента фонда «Город без наркотиков» Андрея Кабанова. В конце июня по Екатеринбург стали развешивать агитационные плакаты Андрея Кабанова. Надписи на билбордах гласят: «за рабочих!», «за военных!», «за строителей!»» [3]

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом в данной работе во-первых мы достигли теоретической цели: из массива научной информации мы выявили и описали манипулятивные технологии пройдя через следующие этапы:

Определили какое место занимают политические технологии в политическом процессе.

Сравнили политические и избирательные технологии.

Определили насколько эффективны, разнообразны в своем воздействии манипулятивные избирательные технологии в избирательных компаниях.

В практической части были выявлены особенности существования регионального избирательного права в рамках всей отрасли. А также, были проанализированы результаты выборов в Законодательное Собрание Свердловской области и методы воздействия, которые использовались в предвыборной борьбе.

Не представляется возможным перечислить все избирательные технологии которые существуют в действительности, но не урегулированы нормами права. Динамичная природа феномена не позволяет законодательным органам зафиксировать стремительно развивающиеся манипулятивные технологии в избирательном процессе. А стихийность технологий такого рода не позволяет угадать направление их дальнейшего развития. Чем больше усложняется структура общественных отношений, тем более непредсказуемыми становятся технологии. К факторам их динамичности и рискованности так же можно причислить и традиционную для российского законодателя склонность проявлять новаторство и тягу к экспериментам в области избирательного законодательства непосредственно к моменту старта избирательных кампаний. Однако и предусмотренные законодательством избирательные технологии трудно поддаются выявлению

в силу размытости и неисследованности самого понятия «избирательные технологии».

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации // Справочная правовая система Консультант Плюс.
2. Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации: ФЗ от 12.06.2002 г. № 67 Справочная правовая система Консультант Плюс.
3. Федеральный закон от 06.10.1999 N 184-ФЗ "Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации".
4. Федеральный закон от 11.07.2001 N 95-ФЗ "О политических партиях".
5. Федеральный конституционный закон от 30.12.2008 N 6-ФКЗ «Об изменении срока полномочий Президента Российской Федерации и Государственной Думы» // Справочная правовая система Консультант Плюс.
6. Федеральный закон от 22.02.2014 N 20-ФЗ "О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации".// Справочная правовая система Консультант Плюс.
7. Федеральный закон от 03.11.2015 N 300-ФЗ "Об утверждении схемы одномандатных избирательных округов для проведения выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации".// Справочная правовая система Консультант Плюс.
8. Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд .// Справочная правовая система Консультант Плюс.

9. Федеральный закон от 09.02.2009 N 8-ФЗ "Об обеспечении доступа к информации государственных органов и органов местного самоуправления".// Справочная правовая система Консультант Плюс.

10. Закон Свердловской области от 23 декабря 2010 года N 105-ОЗ «Устав Свердловской области».// Справочная правовая система Консультант Плюс».

11. Закон Свердловской области от 29.04.2003 года N 10-ОЗ «Избирательный Кодекс Свердловской области» // Справочная правовая система Консультант Плюс.

Учебная литература

1. В.Г. Игнатов, Н.П. Кутырев, С.А. Кислицын Технологии избирательных кампаний: Учебный курс. М.-Ростов-на-Дону: МарТ, 2004. 175 с.

2. Политологический словарь-справочник / под ред. Погорелого Д.Е. Фесенко В.Ю., Филиппова К.В. Ростов-на-Дону: ООО «Наука-Спектр», 2008. 320 с.

3. Постников А.Е. Избирательное право России: Научное и учебное издание. М.: Инфра.1996. 211 с.

Научная литература

1. Алексеев О.Ю. PR в системе политических коммуникаций в современной России // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2008. № 67. С. 11-15.

2. Амелин В.Н., Федоркин Н.С. Стратегия избирательной кампании. - М.: РЦОИТ, 2001. 106 с.

3. Андрейкин Д.В., Печеркина И.Ф., Ромашкина Г.Ф. Аудитория региональных СМИ на юге Тюменской области. // Вестник Тюменского государственного университета. 2008. № 4. С. 91-98.

4. Бакланова Ю.О., Захарова И.Н. Цветной PR: целевые установки и

оценка эффективности // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2007. № 10. С. 42-48.

5. Баранов Н., Исаев Б. Политические отношения и политический процесс в современной России. – СПб: Питер, 2008. 400с.

6. Бендлер Р. Используйте свой мозг для изменения: нейролингвист. программирование / Р. Бэндлер; Под ред. К. Андреас, С. Андреаса; Пер. с англ. Л.Р. Миникеса и Г.Ю. Сгонник. -- 2-е изд., испр. - Воронеж: НПО "Модэк", 2000. 222 с.

7. Бискер М.В. Политико-правовые особенности современных технологий избирательных кампаний: дис. ... канд. полит.наук. М.: Москва, 2003. 135 с.

8. Бондарь Н.С., Джагарян А.А. Конституционная ценность избирательных прав граждан России. М.: Формула права, 2005. 336 с.

9. Борисов И., Заславский С. Партии на выборах. – М.:Европа, 2007. 128с.

10. Бузин А.Ю. Административные избирательные технологии и борьба с ними. М.: Панорама, 2007. 271 с.

11. Веденеев О.А., Навальный С.В. Избирательное право: роль и место в системе права России // Вестник ЦИК РФ. 2003. № 2. С. 67-76.

12. Вуйма А.Ю. Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только. СПб.: БХВ – Петербург, 2005. 102 с.

13. Выбор для выборов // Российская газета. 2016. 19 мая.

14. Головин Ю.А. Григорьев П.В., Щенников М.А. Новые политические технологии в современной России: монография. – М.: Изд-во Моск. гуманитар. ун-та, 2009. 205 с.

15. Горбачёва О.М. Информационно-манипулятивные технологии в политических процессах современной России (На примере избирательных кампаний): дис. ... канд. полит. наук. М., 2004. 148 с.

16. Гришин Н.В. Основы проведения избирательных кампаний. – М.: РИП-холдинг, 2003. 184 с.

17. Дамаскин О.В., Корчиго Е.В., Сеченова Р.Р. Избирательный процесс и электорально-правовая культура. М.: Норма, 2005. 271 с.
18. Дамаскин О.В.: Актуальные вопросы теории и практики избирательного процесса // Избирательное законодательство и выборы в регионах: теория и практика. М.: Проспект, 2005. 207 с.
19. Кабышев С.В., Ермаков А.Д. Конституционные цели политических партий современной России. М.: Городец, 2015. С. 117-119.
20. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм, 2000. 585 с.
21. Кочетов А.И. Избирательный процесс: методологические основания // Pronunc. Современные политические процессы. 2006. Т. 5. № 2. С. 115-127.
22. Крусс В.И. Конституционализация права: основы теории. М.: Норма, 2016. 258 с.
23. Кынев А. Выборы региональных парламентов в России 2009-2013: От партизации к персонализации. М.: Центр «Панорама», 2014. 636 с.
24. Лисова С.Ю. Манипуляция в политической рекламе. Иваново: ГОУВПО «Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина», 2008. 164 с.
25. Мальцева Н.М. Грязные избирательные технологии. Мифы и реальность. М.: ОАО Типография «Новости», 2003. 208 с.
26. Марченко Г.В. Регион как объект и субъект государственной политики в России // Регион как субъект политики и общественных отношений / под ред. Н.В. Зубаревича. М.: МОНФ, 2000. 219 с.
27. Мониторинг злоупотреблений административным ресурсом в ходе федеральной кампании по выборам в Государственную Думу Российской Федерации в декабре 2003 г.. М.: ПравИздат, 2004. 202 с.
28. Перечень политических партий (по состоянию на 1 января 2016 года) // Российская газета. 2016. 22 апреля.
29. Политическая имиджелогия / Под ред. А.А. Деркача,

Е.Б. Перелыгиной и др. М.: Аспект пресс, 2006. 400 с.

30. Право избирать и быть избранным в российских политических реалиях: основные конституционно-правовые проблемы / Отв. ред. С.А. Авакьян. М.: Юстицинформ, 2015.

31. Праймериз – в закон // Российская газета. 2016. 24 мая.

32. Реут Д.А. Конституционно-правовое назначение информирования избирателей в избирательном процессе // Конституционное и муниципальное право. 2016. N 4. С. 46-48

33. Родин А.Г. Манипулятивные технологии средств массовой информации в избирательном процессе: теоретические и прикладные аспекты. Автореф. дис. ... канд. полит. наук. Н. Новгород, 2006. 27 с.

34. Российские праймериз: путь к конкурентным выборам? // Российская газета. 2016. 25 апреля.

35. Старостина И. А. На пути к федеральным парламентским выборам 2016 года: конституционно-правовые новеллы // Конституционное и муниципальное право. 2016. №8, С. 37-43.

36. Толкушкин М.И. Институт предвыборной агитации: некоторые размышления // Конституционное и муниципальное право. 2016. N 4. С. 49 - 50.

37. Чернов О.В. Методологические и методические основы использования политических технологий в избирательных кампаниях: дис. ... канд. полит. наук. М.: Москва, 2005. 153 с.

38. Шейнов В.П. Манипулирование и защита от манипуляций. СПб: Питер, 2014. 162 с.

39. Шейнов В.П. Манипулирование сознанием. Минск: Харвест, 2010. 768 с.

40. Шейнов В.П. Пиар «белый» и «черный»: Технология скрытого управления людьми. М: АСТ, 2006. 480 с.

41. Щербович А.А. Реализация конституционных прав и свобод в Интернете. М., 2015. С. 114-116.

42. Эффективность законодательства: вопросы теории и практика / Отв. ред. Ю.А. Тихомиров. М.: Инфра-М, 2016.

Интернет-ресурсы

1. «Единая Россия» сняла с праймериз начальника полиции Н-Тагила. URL:<https://www.rbc.ru/ekb/27/05/2016/57481cdc9a7947dda13a354c> (дата обращения 01.06.2017).
2. Коммунальная самооборона. URL: <http://spravedlivo.center/> (дата обращения 03.06.2017).
3. От доцента до директора цирка: за кого будет голосовать Екатеринбург на выборах в Заксобрание. URL: <https://66.ru/news/politic/187151> (дата обращения 04.06.2017).
4. Словарь политических слоганов. Лозунги партий и общественно-политических движений. URL: <http://www.aka-media.ru/catalogs/politic.php> (дата обращения: 17.05.2017).
5. Статья 95 Конституции (с комментариями). URL: <http://constrf.ru/razdel-1/glava-5/st-95-krf> (дата обращения 19.05.2017).
6. Юлия Михалкова официально отказалась участвовать в выборах в Госдуму. URL: https://www.znak.com/2016-06-1/istochnik_yuliya_mihalkova_oficialno_otkazalas_uchastvovat_v_vyborah_v_gosdumu (дата обращения 01.06.2017).