

1

На правах рукописи

В. Фомина

ФОМИНА Мария Геннадиевна

**ПРЕДВЫБОРНАЯ АГИТАЦИЯ
КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Специальность 23.00.02 – политические институты,
этнополитическая конфликтология, национальные
и политические процессы и технологии

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук



Тула – 2009

Работа выполнена на кафедре политологии, государственного и муниципального управления ГОУ ВПО «Орловская региональная академия государственной службы».

Научный руководитель доктор юридических наук, доцент
Астафичев Павел Александрович

Официальные оппоненты: доктор политических наук, профессор
Слинько Александр Анатольевич

кандидат политических наук, доцент
Бродовская Елена Викторовна

Ведущая организация ГОУ ВПО «Курский государственный университет»

Защита состоится 5 марта 2009 г. в 14.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.271.14 при Тульском государственном университете по адресу: 300600, г. Тула, ул. Болдина, д. 151, ауд. 201.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Тульского государственного университета.

Автореферат разослан 3 февраля 2009 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
доктор исторических наук, профессор

 И. Кузнецова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Свободные выборы органов власти являются базовым показателем демократического развития государства. В процессе голосования реализуется прямое волеизъявление граждан, отражающее их интересы, ценности и политические предпочтения. Легитимные выборы призваны обеспечивать долгосрочную политическую стабильность, необходимую для переходных обществ, к числу которых относится и постсоветская Россия. Становление и развитие института выборов в российском обществе непосредственно связаны с системными преобразованиями, направленными на развитие демократических начал в формировании и функционировании органов государственной власти и местного самоуправления.

Однако процесс совершенствования выборных институтов, одним из которых является предвыборная агитация, далек от своего завершения. Об этом свидетельствует электоральный характер демократического режима в посткоммунистической России, среди основных признаков которого можно выделить: нестабильность большинства демократических институтов (за исключением института выборов), недостаточное развитие электорального процесса, обусловленное состоянием политической культуры участия, слабая вовлеченность граждан в политическую жизнь общества.

Одним из условий укоренения демократического режима является формирование субъектов политической активности. Существенная роль в этом процессе принадлежит демократически организованной предвыборной агитации, которая позволяет обеспечить достаточно высокий уровень конкурентности избирательной кампании в целом, предоставляя гражданам возможность объективно оценить расстановку политических сил в обществе.

Происшедшие в ряде стран постсоветского пространства «цветные» революции показали, что политические предпочтения избирателей могут являться объектом влияния различных участников политического процесса. Масштабное использование манипулятивных избирательных технологий может привести к падению уровня доверия

населения к органам власти, делегитимации института выборов, дезинтеграции и дестабилизации общества в целом. Таким образом, степень реализации электоральных предпочтений непосредственно зависит от предоставленной в рамках предвыборной агитации достоверной информации. Поэтому совершенствование порядка организации и проведения предвыборной агитации является условием повышения эффективности российской политической системы.

Степень научной разработанности темы. Несмотря на большое количество исследований посвященных выборам, избирательным кампаниям и технологиям их проведения, предвыборная агитация зачастую остается вне поля зрения политологов.

Научные исследования по данной теме можно структурировать следующим образом: *первая группа* объединяет труды западных (Л. Даймонд, Т.Л. Карл, А. Круассан, Ф. Шмиттер, А. Шедлер, Й. Шумпетер, С. Хантингтон¹ и др.) и отечественных (Г.В. Агеев, Н.Н. Арзамаскин, Е.В. Бродовская, В.П. Елизаров, А.Н. Медушевский, Е.Ю. Мелешкина, А.Ю. Мельвил, О.Г. Харитоновна, И.С. Яжборовская и др.)² ученых, исследующих влияние особенностей организации

¹ Даймонд, Л. Прошла ли «третья волна» демократизации? [Текст] / Л. Даймонд // Полис. – 1999. – № 1; Карл, Т.Л., Шмиттер, Ф. Демократизация: концепты, постулаты, гипотезы [Текст] / Т.Л. Карл, Ф. Шмиттер // Полис. – 1999. – № 3; Меркель, В., Круассан, А. Формальные и неформальные институты в дефектных демократиях [Текст] / В. Меркель, А. Круассан // Полис. – 2002. – №1, 2; Schedler, Andreas. What is Democratic Consolidation? / Journal of Democracy 9:2 (April 1998), 91 – 107. – The Johns Hopkins University Press and National Endowment for Democracy. – Режим доступа : http://old.russ.ru/politics/meta/20001003_schedler.html – Загл. с экрана; Шумпетер, Й. Капитализм, социализм и демократия [Электронный ресурс] / Й. Шумпетер. – Режим доступа : <http://orel.rsl.ru/nettext/economic/shumpeter/shumsod.htm>. – Загл. с экрана; Хантингтон, С. Третья волна. Демократизация в конце XX века [Текст] / С. Хантингтон. – М. : РОССПЭН, 2003.

² Агеев, Г.В. Особенности современного этапа трансформации политической системы России [Текст] / Г.В. Агеев // Власть. – 2007. – № 4; Арзамаскин, Н.Н. Соотношение понятий «переходность», «модернизация», «демократический транзит» и «трансформация» в исследованиях переходной государственности [Текст] / Н.Н. Арзамаскин // Право и политика. – 2007. – № 5; Балашова, А.Н. Технология избирательной кампании в

электоральных процессов на демократический транзит и демократическую консолидацию общества.

Вторую группу составляют труды авторов (А.Н. Балашова, И. Борисов, С.Н. Бондарь, А.А. Джабасов, И.Ю. Еремин, А.И. Ковлер, С.Д. Князев, В. Королько, А.С. Кучин, В.Д. Мостовщиков, М. Холодили и др.³), в центре внимания которых – разработка понятийного аппарата темы (в том числе таких категорий, как «избирательная кампания», «избирательные технологии», «предвыборная агитация»).

западной политической науке [Текст] / А.Н. Балашова // Вестник Моск. ун-та. Сер. 12. Политические науки. – 2000. – № 2; Бродовская, Е.В. Демократический транзит в постсоветской России [Текст] / Е.В. Бродовская // Государство. Политика. Общество: материалы российско-польской политологической школы; под ред. И.А. Батаниной. – Тула : Изд-во ТулГУ, 2007; Елизаров, В.П. Элитистская теория демократии и современный российский политический процесс [Текст] / В.П. Елизаров // Полис. – 1999. – № 1; Медушевский, А.Н. Демократия и авторитаризм: российский конституционализм в сравнительной перспективе [Текст] / А.Н. Медушевский. – М. : РОССПЭН, 1998; Мелешкина, Е.Ю. Исследования электорального поведения: теоретические модели и проблемы их применения // Политическая наука. – 2001. – № 2; Мелешкина, Е.Ю. Политические установки [Текст] / Е.Ю. Мелешкина // Политическая социология и современная российская практика. М. : Изд-во «Открытое общество», 1999; Мельвиль, А.Ю. Опыт теоретико-методологического синтеза структурного и процедурного подходов к демократическим транзитам [Текст] / А.Ю. Мельвиль // Полис. – 1999. – № 3; Мельвиль, А.Ю. Демократические транзиты: теоретико-методологические и прикладные аспекты [Текст] / А.Ю. Мельвиль. – М. : МОНФ, 1999; Харитонов, О.Г. Генезис демократии (Попытка реконструкции логики транзитологических моделей) [Текст] / О.Г. Харитонов // Полис. – 1996. – № 5; Яжборовская, И.С. Трансформация Восточной Европы в конце XX века [Текст] / И.С. Яжборовская // Вопросы истории. – 2007. – № 6.

³ Борисов, И. Важная часть избирательной кампании [Текст] / И. Борисов // Журнал о выборах. – 2008. – № 2; Бондарь, С.Н. Предвыборная агитация: теория и практика [Текст] / С.Н. Бондарь. – М. : Городец, 2004; Балашова, А.Н. Технология избирательной кампании в западной политической науке [Текст] / А.Н. Балашова // Вестник Моск. ун-та. Сер. 12. Политические науки. – 2000. – № 2; Джабасов, А.А. Политические технологии избирательных кампаний: проблема категориального осмысления [Текст] /

К третьей группе относятся работы, рассматривающие следующие аспекты проблемы: основные формы и методы предвыборной агитации, технологии проведения предвыборной агитации в СМИ (С.В. Большаков, Н.Ю. Выхристенко, В.Г. Елизаров, А.А. Кравец, И.Н. Панарин, А.М. Федотов)⁴; массовые мероприятия как форма участия граждан в агитации по вопросам выборов (В. Гуцин, Е.Е. Никитина, И.С. Полянская,

А.А. Джабасов // Вестник Моск. ун-та. Сер. 12. Политические науки. – 2000. – № 2; Еремин, И.Ю. Предвыборная агитация: нормы и коллизии [Текст] / И.Ю. Еремин // Власть. – 1996. – № 7; Ковлер, А.И. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт [Текст] / А.И. Ковлер. – М. [б.и.], 1995; Князев, С.Д. Правовые аспекты агитации при проведении выборов [Текст] / С.Д. Князев // Российский юридический журнал. – 1998. – № 2; Королько, В. Предвыборная коммуникационно-агитационная кампания: политический феномен, структура, функции [Текст] / В. Королько // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2002. – № 1; Кучин, А.С. Субъектный и содержательный подходы к идентификации предвыборной агитации [Текст] / А. С. Кучин // Государственная власть и местное самоуправление. – 2007. – № 2.; Мостовщиков, В.Д. Предвыборная агитация: понятие и правовые признаки [Текст] / В.Д. Мостовщиков // Журнал российского права. – 1999. – № 5 – 6; Холодидин, М. Особенности становления регионального политико-избирательного маркетинга в России [Текст] / М. Холодидин // Власть. – 2007. – № 5.

⁴ Большаков, С.В., Головин, А.Г. Информационное обеспечение выборов и референдумов в Российской Федерации [Текст] / С.В. Большаков, А.Г. Головин. – М. : Academia, 2007; Выхристенко, Н.Ю. Освещение средствами массовой информации России парламентских выборов в РФ (2003 г.) [Текст] : дис. ... канд. филолог. наук. – М., 2005; Елизаров, В.Г. Конституционно обоснованное ограничение свободы массовой информации в ходе избирательных кампаний и просчеты нового законопроекта [Текст] / В.Г. Елизаров // Журнал российского права. – 2002. – № 4; Кравец, А.А. Создать эффективные правовые преграды злоупотребления в СМИ во время выборов – актуальнейшая задача совершенствования демократического устройства Российского государства и необходимое условие реального народовластия [Текст] / А.А. Кравец // О совершенствовании правового регулирования предвыборной агитации в СМИ. Как предотвратить злоупотребление свободой слова во время выборов. – М. : Изд. Г.Д., 2002; Панарин, И.Н. Информационная война и выборы [Текст] / И.Н. Панарин. – М. : Городец, 2003; Федотов, М.А. Право массовой информации в Российской Федерации [Текст] / М.А. Федотов. – М. : Международные отношения, 2003 и др.

Ю.И. Скуратов и др.⁵); механизмы правового регулирования порядка выпуска и распространения агитационных материалов (П.А. Астафичев, Е.Н. Добросклонская и др.⁶); условия проведения предвыборной агитации в сети Интернет отражены в трудах А.А. Водолагина, М.М. Лукиной, Н.Д. Пескова, А.В. Романенкова, Н.В. Солениковой⁷; политическую культуру участия граждан в электоральном процессе исследуют Г. Алмонд, А. Ахиезер, Э. Баталов, И.А. Батанина, Н.Д. Козлов, Е.Ю. Мелешкина, Д.Б. Орешкин, Р. Формизано⁸.

⁵ Гуцин, В. Демонстрации, шествия, митинги... [Текст] / В. Гуцин // Народный депутат. – 1990. – № 1; Никитина, Е.Е. Право на свободу собраний: соотношение федерального и регионального законодательства [Текст] / Е.Е. Никитина // Журнал российского права. – 2006. – № 3; Полянская, И.С. Конституционно-правовое регулирование прав граждан Российской Федерации на проведение собраний, митингов, шествий и пикетирования [Текст] : дис. ... канд. юрид. наук. – М., 2006; Скуратов, Ю.И. Свобода собраний, митингов и демонстраций: теория и практика [Текст] / Ю.И. Скуратов // Советское государство и право. – 1989. – № 7 и др.

⁶ Астафичев, П.А. Институты народного представительства в современной России [Текст] / П.А. Астафичев. – Орел : Издательство Орловского государственного университета, 2003; Добросклонская, Е.Н. Пропаганда в системе постсоветского политического дискурса [Текст] / Е.Н. Добросклонская // Социология власти. – 2008. – № 1 и др.

⁷ Водолагин, А.А. Интернет-СМИ как арена политической борьбы [Текст] / А.А. Водолагин // Общественные науки и современность. – 2002. – № 1; Дорожкин, Ю.Н., Соленикова, Н.В. Интернет в избирательных кампаниях: современные особенности и функции [Текст] / Ю.Н. Дорожкин, Н.В. Соленикова // Власть. – 2007. – № 6; Лукина, М.М. Средства массовой информации России [Текст] / М.М. Лукина; под ред. Засурского Я.Н. – М. : Аспект Пресс, 2005; Песков, Н. Д. Интернет в российской политике: утопия и реальность [Текст] / Н.Д. Песков // Полис. – 2002. – № 1; Роменков, А.В. Интернет-блог как инструмент политической борьбы [Текст] / А.В. Роменков // Власть. – 2008. – № 7; Соленикова, Н.В. Политический Интернет в российских избирательных кампаниях (Тенденции развития) [Текст] / Н.В. Соленикова // Общественные науки и современность. – 2007. – № 5.

⁸ Алмонд, Г., Верба, С. Гражданская культура и стабильность демократии [Текст] / Г. Алмонд, С. Верба // Полис. – 1992. – № 4; Ахиезер, А. Специфика российской политической культуры и предмета политологии (Историко-культурное исследование) [Текст] / А. Ахиезер // Pro et Contra. – 2002. – № 3. – Том 7; Баталов, Э. Политическая культура России сквозь призму civic culture [Текст] / Э. Баталов // Pro et Contra. – 2002. – № 3. – Том 7; Батанина, И.А., Бродовская, Е.В.

Четвертую группу составляют работы (В.Э. Бойков, Ю.С. Васютин, Г.В. Грачев, А.В. Кынев, А.А. Лаврикова, К.А. Леонов, В.В. Огнева, А.Л. Скифская, В.Е. Чуров и др.)⁹, обобщающие эмпирические материалы, отражающие реальную практику электорального процесса и применения избирательных технологий в России.

Объектом исследования является процесс предвыборной агитации в ходе избирательных кампаний по формированию органов государственной власти Российской Федерации.

Политическое поведение и политическое участие: мотивы, факторы, формы [Текст] / И.А. Батанина, Е.В. Бродовская // Избирательный процесс в современной России: состояние, тенденции, перспективы. Сборник статей. – Тула : Изд-во ТулГУ, 2006; Козлов, Н.Д. Политические культуры регионов России: уравнение со многими неизвестными [Текст] / Н.Д. Козлов // Полис. – 2008. – № 4; Мелешкина, Е.Ю. Исследования электорального поведения: теоретические модели и проблемы их применения [Текст] / Е.Ю. Мелешкина // Политическая наука. – 2001. – № 2; Орешкин, Д.Б. География электоральной культуры [Текст] / Д.Б. Орешкин // Общественные науки и современность. – 2006. – № 5; Формизано, Р. Понятие политической культуры [Текст] / Р. Формизано // Pro et Contra. – 2002. – № 3. – Том 7 и др.

⁹ Бойков, В.Э. Электоральные настроения и их влияние на итоги выборов Государственной Думы пятого созыва [Текст] / В.Э. Бойков // Социология власти. – 2008. – № 1; Васютин, Ю.С. Российские регионы: современный этап политической модернизации [Текст] / Ю.С. Васютин, В.В. Огнева. – Москва–Орел : Изд-во ОРАГС, 2004; Грачев, Г.В. Информационные технологии политической борьбы в российских условиях [Текст] / Г.В. Грачев // Полис. – 2000. – № 3; Кынев, А.В. В ожидании нового электорального предложения. Выборы региональных законодательных собраний конца 2004 – начала 2005 г. [Текст] / А.В. Кынев // Полис. – 2005. – № 3; Лаврикова, А.А. Методика расчета индексов в изучении протестной активности [Текст] / А.А. Лаврикова // Государство. Политика. Общество: материалы российско-польской политологической школы; под ред. И.А. Батаниной. – Тула : Изд-во ТулГУ, 2007; Леонов, К.Л. Политическая активность молодежи и уровень доверия к политическим институтам [Текст] / К.А. Леонов // Социс. – 2008. – № 1; Скифская, А.Л. Технологии политического участия: политико-правовые аспекты организации выборов в Тюменской области [Текст] / А.Л. Скифская // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. – 2006. – № 2; Чуров, В.Е. Итоги выборов 2007 года в цифрах и размышлениях [Текст] / В.Е. Чуров // Конституционное и муниципальное право. – 2008. – № 6.

Предметом исследования выступают организационные, функциональные и технологические особенности предвыборной агитации, оказывающие влияние на качество избирательных кампаний в современной России.

Гипотеза исследования. Специфика политического транзита в России состоит в формировании электоральной демократии, представляющей собой промежуточный тип политического режима, в рамках которого проводятся конкурентные, всеобщие выборы, однако политические и гражданские свободы, существенно важные для либеральной демократии не всегда защищены. Сложившаяся ситуация во многом обусловлена состоянием организационных, функциональных, правовых, технологических и иных составляющих предвыборной агитации. В связи с этим оптимизация управления информационными потоками в процессе предвыборной агитации позволит повысить уровень легитимности политической власти и достичь устойчивых результатов дальнейшей демократизации общества.

Цель и задачи исследования заключаются в комплексном анализе содержания организационных, функциональных и технологических особенностей предвыборной агитации как фактора повышения конструктивного потенциала влияния избирательных кампаний на результативность процесса демократизации в современной России.

Для достижения поставленной в работе цели необходимо решить следующие исследовательские задачи:

- проанализировать влияние процессов организации и проведения избирательных кампаний на результативность демократического транзита;
- обосновать необходимость применения понятия «избирательная агитация» при исследовании избирательной кампании;
- выявить организационную структуру предвыборной агитации;
- выделить основные формы и методы предвыборной агитации, используемые в ходе избирательных кампаний в РФ;
- исследовать условия и пути эффективного управления информационными потоками в контексте предвыборной агитации;
- определить способы оптимизации современных информационных технологий предвыборной агитации для повышения качества электорального процесса.

Теоретико-методологическая основа исследования. В основе диссертационного исследования лежат теоретические положения и выводы российских и западных ученых, специализирующихся в области изучения предвыборной агитации и технологий ее реализации в избирательных кампаниях транзитивных государств. Анализ базируется на основе приемов, методов и принципов, применяемых в политологии и смежных науках: политической психологии, политической социологии, политического менеджмента, правоведения. Диссертантом использовались структурно-функциональный, неоинституциональный и системный подходы, методы компаративного анализа. Благодаря эмпирическим методам (контент-анализ документов, анализ расстановки политических сил, вторичный анализ результатов социально-политических исследований) была отражена специфика предвыборной агитации на федеральном и региональном уровнях.

Эмпирическую базу диссертационного исследования составили результаты социологических исследований базовых научно-исследовательских центров Российской Федерации (ФОМ, ВЦИОМ, Социологический центр РАГС при Президенте РФ); материалы СМИ, фиксирующие информационно-аналитические данные и событийный ряд взаимодействия электората и кандидатов на выборные должности, а также лидеров политических партий в период избирательных кампаний.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в следующем:

– на основе анализа различных подходов к понятию «предвыборная агитация» уточнено содержание данного этапа избирательной кампании и предложена авторская интерпретация понятия «избирательная агитация»;

– применение структурно-функционального, системного и неоинституционального подходов позволило выявить организационную структуру предвыборной агитационной деятельности, связанную, прежде всего, с ресурсным потенциалом субъектов предвыборной агитации;

– разработана авторская классификация гарантий предвыборной агитационной деятельности: 1) гарантии, связанные с формой,

методами и содержанием предвыборной агитации; 2) гарантии, связанные с обеспечением равных условий проведения предвыборной агитации в СМИ; 3) гарантии, связанные с периодом осуществления агитационной деятельности; 4) нормативно-правовые гарантии реализации предвыборной агитационной деятельности (административные и судебные); 5) гарантии, связанные с субъектным составом предвыборной агитации;

– определение особенностей политических выборов в России (федерального и регионального уровней) с учетом нарушений в рамках избирательных кампаний позволило рассмотреть организационные, функциональные, правовые и технологические характеристики предвыборной агитации и наметить пути их оптимизации.

Положения, выносимые на защиту:

1. В ходе изучения различных подходов к понятию «предвыборная агитация» сформировалось представление о необходимости замены дефиниции «предвыборная агитация» на термин «избирательная агитация», который трактуется автором как осуществляемая в период избирательной кампании политическая деятельность заинтересованных лиц, направленная на побуждение избирателей к участию или неучастию в выборах, голосованию «за» или «против» кандидатов (политических партий), баллотирующихся в органы власти. Предложенное понятие позволяет более точно локализовать данный вид деятельности во времени, определить круг субъектов и механизмы нормативного регулирования.

2. При помощи комплекса подходов к анализу организационной структуры предвыборной агитации были выделены ее базовые элементы: сроки проведения предвыборной агитации; ее цели; субъекты избирательного процесса; объект, на который направлена основополагающая цель предвыборной агитации; избирательные технологии (формы и методы, предвыборной агитационной деятельности, при помощи которых объективируются заданные цели); ресурсный потенциал субъектов предвыборной агитации. Организационная структура определяет пространство и направленность взаимодействия конкурирующих в период избирательной кампании акторов, придает институциональный характер их деятельности, легитимизирует демократические нормы и процедуры.

3. Системная трансформация российского общества, определяя противоречивое формирование электоральной культуры, усложнение избирательных технологий, интенсификацию избирательных нарушений, отражается на содержании и формах предвыборной агитации в избирательном процессе. Традиционно ведущая роль в регулировании этого этапа избирательной кампании отводится правовым нормам, однако, как показал анализ результатов эмпирических исследований, наряду с оптимизацией нормативного воздействия не менее важное значение принадлежит развитию политической культуры участия. Приоритетным способом влияния на политическое сознание и поведение граждан является управление информационными потоками. При этом опыт избирательных кампаний последних лет (2003 – 2008 гг.) свидетельствует о том, что наиболее эффективным выступает комплексное использование рутинных и инновационных агитационных технологий.

4. Важное место в механизме реализации права на предвыборную агитацию занимает учет особенностей проведения предвыборной агитации через средства массовой информации, в связи с чем особую актуальность представляет обеспечение равного доступа к СМИ, а также вопрос о политико-правовом положении государственных и муниципальных средств массовой информации в рамках гарантий их независимости в предвыборном информационном обмене. Только четкая регламентация информационных электоральных отношений, в основе которых лежат принципы публичной прозрачности и открытости организационных и технических особенностей предвыборной агитации, позволит избежать превращения СМИ в инструмент, способствующий укреплению и продвижению бюрократических и олигархических интересов в систему публичного властвования.

5. Последние электоральные циклы (2003 – 2008 гг.) характеризуются появлением и стремительным развитием форм и методов предвыборной агитации, основанных на современных информационных технологиях (Интернет, мобильные телефоны). Вместе с тем их влияние на электоральный процесс противоречиво, так как, с одной стороны, они стимулируют интерес к технологическому содержанию процедуры выборов, способствуют расширению информационного пространства избирательной кампании, с другой стороны, воздействие

этого канала ограничено спецификой пользователей данных информационных услуг, а также не соответствием основным требованиям, предъявляемым к подготовке агитационных материалов.

6. Для оптимизации информационного обеспечения предвыборной агитации необходима разработка общей коммуникативной политики кандидата или политической партии, реализация которой осуществлялась бы не только в период избирательной кампании, что позволит наладить двусторонние долгосрочные взаимодействия между акторами электро-рального процесса. Развитие информационной инфраструктуры регионов, учет региональной специфики при разработке стратегии избирательной кампании, популяризация инновационных технологий в обществе образуют базовые направления совершенствования предвыборной агитации. Перечисленные меры будут способствовать развитию политической идентификации, повышению конкурентности политического пространства, формированию основ либеральной демократии.

Практическая значимость работы. Материалы диссертационного исследования позволяют расширить базу для дальнейших теоретических и практических разработок в области изучения предвыборной агитации в ходе избирательной кампании. Результаты исследования могут найти применение в преподавании курсов «Избирательная система современной России», «Теория политики» и «Политический менеджмент». В работе предложены рекомендации по оптимизации информационного обеспечения предвыборной агитации, которые могут представлять интерес для избирательных комиссий, законодательных органов власти, политических партий, а также средств массовой информации.

Тема исследования соответствует пункту 15 «Избирательные системы в демократических обществах. Виды избирательных систем (сравнительный анализ). Электорат и электоральное поведение. Электоральная география в современной России. Основные виды избирательных кампаний и их особенности» паспорта специальности 23.00.02 - политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии.

Апробация работы. Материалы и выводы работы апробированы автором в следующих формах:

1) изложение основных положений и выводов в ряде научных статей общим объемом 8,6 п.л.;

2) выступления на научно-практических конференциях: «Политико-правовое регулирование государственного и муниципального управления в условиях административной реформы» (2005 г., Орел); «Региональная социально ориентированная политика: особенности и эффективность на различных уровнях территориальной организации» (2008 г., Орел);

3) заочное участие в научно-практических конференциях: «Оптимизация государственного и муниципального управления в условиях глобализации» (2006 г., Саратов); «Конституционные чтения» (2006 г., Саратов);

4) депонирование статей в ИНИОН РАН (2006 г., 2007 г., Москва);

5) обсуждение вопросов диссертации на кафедрах политологии, государственного и муниципального управления Орловской региональной академии государственной службы, социологии и политологии Тульского государственного университета.

Структура работы состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, характеризуется степень ее научной разработанности, определяются объект и предмет исследования, ставятся цель и задачи, выдвигается гипотеза, указываются методологическая и эмпирическая базы, раскрываются научная новизна и практическая значимость работы, формулируются положения выносимые на защиту, приводятся сведения об апробации диссертационного исследования.

В первой главе – «Предвыборная агитация как система демократических норм и процедур: теоретико-методологические аспекты исследования» – систематизированы научные представления о роли политических выборов в транзитивных демократиях, проанализировано содержание понятия предвыборной агитации, выявлена ее роль в избирательной кампании.

В современной политологии политические процессы, выражающие качественные изменения политической системы, описываются с помощью терминов «политический транзит» или «политическая трансформация». Как правило, в переходных обществах функционирование

демократических институтов подвержено множественным искажениям, что связано с созданием новых структур и связей, конкурирующих с устойчивыми неформальными практиками.

Преодоление институциональных искажений в процессе транзита возможно благодаря созданию системы предпосылок, связанных с осуществлением свободных, независимых и периодических выборов в органы государственной власти и местного самоуправления (Р. Даль, Й. Шумпетер, А. Шедлер); развитием политической культуры участия граждан, повышением доверия к демократическим институтам (Г. Алмонд, С. Верба). Кроме того, фактором, обеспечивающим результативность демократического транзита является качество организации и проведения избирательных кампаний.

Автор акцентирует внимание на том, что неотъемлемыми составляющими избирательной кампании, наряду с организационно-техническими и информационно-финансовыми аспектами, являются современные социально-политические и социокультурные основания избирательных действий и процедур.

Сложилось различные подходы к определению понятия «предвыборная агитация», допускающие его разнообразную интерпретацию. Буквальное толкование термина «предвыборная агитация» означает агитацию, осуществляемую непосредственно перед выборами, что не вполне соответствует пониманию исследуемого явления как неотъемлемой части избирательной кампании. На основании этого автор приходит к выводу о возможности и целесообразности замены существующего понятия «предвыборная агитация» дефиницией «избирательная агитация». Последняя интерпретируется соискателем как ограниченная периодом избирательной кампании политическая деятельность заинтересованных лиц, направленная на побуждение избирателей к участию (голосованию) или неучастию в выборах. По мнению диссертанта, признаками избирательной агитации, отличающими ее от других элементов избирательной кампании, являются следующие:

1) избирательная агитация – это установленная законом стадия избирательного процесса, в рамках которой осуществляется народовластие в демократическом государстве;

2) субъекты, принимающие участие в процессе избирательной агитации, определены законом;

3) побуждение избирателей к голосованию за кандидата или политическую партию является специфической целью избирательной агитации.

Диссертант делает принципиальный вывод о том, что избирательная агитация, проводимая с целью обеспечения участия электората в выборах, не должна нарушать принцип свободного и добровольного участия граждан в выборах. Соответственно никто не вправе оказывать воздействие на гражданина Российской Федерации с целью принуждения его к участию или неучастию в выборах, а также препятствовать его свободному волеизъявлению. Агитация, призывающая избирателей участвовать в выборах, не может быть сопряжена с психологическим давлением, иными формами принуждения как со стороны групп поддержки кандидатов, так и со стороны государственных и муниципальных органов, избирательных комиссий или каких-либо иных организаций и учреждений.

Во второй главе – «Технологические аспекты предвыборной агитации в российском электоральном процессе» – анализируется организационная структура предвыборной агитации, а также избирательные технологии и практика их применения в российском избирательном процессе. На основе анализа отечественных и зарубежных исследований, рассматривающих функционирование института выборов, формирование политической культуры участия, воздействие качества избирательных кампаний на политическую систему общества, выявляются базовые составляющие предвыборной агитации, позволяющие определить временные, пространственные и системные границы взаимодействия акторов электорального процесса.

В работе рассматриваются легитимные с точки зрения правового поля, методы, формы и средства предвыборной агитации, наиболее актуальные в условиях политической трансформации России. Особое внимание уделено развитию политико-правовых норм, обеспечивающих проведение свободных и справедливых выборов в органы власти и реализацию соответствующих политических гарантий. Предлагается следующая классификация гарантий предвыборной агитационной деятельности:

1) гарантии, связанные с формой, методами и содержанием предвыборной агитации;

- 2) гарантии, связанные с обеспечением равных условий проведения предвыборной агитации в СМИ;
- 3) гарантии, связанные с периодом осуществления агитационной деятельности;
- 4) нормативно-правовые гарантии реализации предвыборной агитационной деятельности (административные и судебные);
- 5) гарантии, связанные с субъектным составом предвыборной агитации.

По мнению автора, в транзитивных государствах в условиях не достаточной политической институционализации демократических правил и процедур наблюдается фрагментарная реализация гарантий предвыборной агитационной деятельности, что ведет к ограничению или в отдельных случаях лишению акторов электорального процесса закрепленных в законе политических прав.

Практическая реализация гарантий предвыборной агитационной деятельности осуществляется при помощи технологий, которые представляют собой совокупность форм и методов воздействия на политическое сознание и поведение граждан. Основными формами предвыборной агитации в избирательных кампаниях постсоветской России являются: информация, передаваемая через СМИ, наглядно-агитационные материалы и массовые мероприятия. При этом доминирующей из указанных форм выступает размещение публикаций в СМИ, что подтверждается результатами социологических исследований. Так, общий объем информации о политических партиях и их деятельности в избирательном цикле 2007 – 2008 гг. составил в среднем: в телеэфире (98,3 % – новостные, 77,2% – неностные), в печатных СМИ – 55,4 %, что подтверждает значительную роль этого института в информационном обеспечении предвыборной агитации.

Особенностью российского электорального процесса является то, что использование кандидатами и политическими партиями печатных и аудиовизуальных средств агитации оказывает наибольшее влияние на уровень политической активности электората, так как они являются наиболее доступными для всех социальных групп и слоев. В соответствии с результатами исследования материалов СМИ, электоральное поведение российских граждан ориентировано на национального лидера и лишь частично регулируется системами ценностных ориентаций, предлагаемыми парламентскими политическими партиями.

Менее активно в последнем электоральном цикле (2007–2008 гг.) использовались публичные мероприятия, представляющие собой гарантируемую и защищаемую государством возможность выражения коллективной политической активности электората, основанной на уведомительном порядке их проведения с достижением общественно значимых целей, что обусловлено несформированностью субъектов политического участия в современном российском обществе. Особенностью проведения массовых мероприятий в России является единый субъектный состав. Согласно статье 31 Конституции РФ это право принадлежит только гражданам Российской Федерации, в то время как в западных государствах право на публичные мероприятия принадлежит гражданам, иностранным гражданам, апатридам, проживающим на территории соответствующей страны. Несмотря на то, что специфическими чертами публичных мероприятий являются законность, открытость, мирный характер, доступность, целевая политическая направленность, некоммерческий характер, чаще всего к ним прибегают оппозиционно настроенные политические силы.

Особое место в четвертом (2003–2004 гг.) и пятом (2007–2008 гг.) электоральных циклах занимают методы и формы предвыборной агитации, основанные на использовании средств новых информационных технологий.

По мнению диссертанта, целесообразным является комплексное использование избирательных технологий, что дает возможность оказывать влияние на большинство электоральных групп. При этом необходимым условием эффективности избирательной кампании, по убеждению соискателя, является ее стратегическое планирование, исходя из расстановки политических сил, определение приоритетов, системная реализация форм и методов предвыборной агитации.

В третьей главе – «Пути оптимизации информационного обеспечения предвыборной агитации» – охарактеризованы условия, технологии и направления совершенствования управления информационными потоками в контексте предвыборной агитации.

Традиционно основным направлением оптимизации информационного обеспечения избирательной кампании рассматривается нормативное регулирование. Специфика российских выборов показывает увеличение количества нарушений избирательного законодательства.

Автор акцентирует внимание на вопросах предоставления бесплатного эфирного времени и печатных площадей, проблемах определения круга государственных и негосударственных организаций, контролирующих распределение информационных ресурсов акторов избирательных кампаний.

Проведенный анализ норм позволяет выделить следующие направления совершенствования избирательного законодательства:

- обеспечение условий равного доступа к средствам массовой информации;

- предоставление равных условий предоставления эфирного времени и печатных площадей;

- недопущение и устранение скрытой предвыборной агитации;

- предоставление достоверной информации о кандидатах, политических партиях, избирательных объединениях;

- недопущение публикаций в средствах массовой информации о недостоверных опросах общественного мнения;

- регламентация сроков, форм и методов предвыборной агитации.

Одной из задач совершенствования избирательного законодательства является пресечение тенденции развития негативных явлений, связанных с ведением предвыборной агитации в средствах массовой информации. Необходимо в первую очередь, по мнению диссертанта, включить в законодательство о выборах и СМИ правовые нормы, которые позволят ограничить условия для применения участниками избирательного процесса манипулятивных технологий. Целесообразно мобилизовать для работы в данном направлении избирательные комиссии, правоохранительные, контрольно-надзорные и иные органы, имеющие отношение к выборам. Не маловажным является также разъяснение требований законодательства о выборах и участниках избирательного процесса.

Возможным решением проблем, связанных с использованием в избирательном процессе агитационных материалов (сроки изготовления и использования, авторские права, порядок и источники финансирования производства и т.д.), могло бы стать внесение в избирательное законодательство следующего положения. При проведении выборов к изготовлению агитационных материалов следует допускать только полиграфические организации, имеющие лицензию на

соответствующий тип деятельности. При этом перечень типографий, имеющих право изготавливать агитационные материалы, должен определяться избирательными комиссиями на основании тендеров. Это позволило бы возложить на избирательные комиссии ответственность за обеспечение равных возможностей для кандидатов и политических партий при изготовлении печатных агитационных материалов. Более того, у избирательных комиссий появилась бы возможность осуществлять контроль над реальными тиражами и стоимостью изготавливаемых материалов.

Наряду с законодательными мерами по регулированию предвыборной агитации значимым является и социокультурный аспект проблемы, испытывающий особое влияние информационных технологий. Одной из современных избирательных технологий можно считать Интернет. Его возможности стали особенно активно использоваться в политических целях в странах транзитивных демократий в начале XXI века. К началу первого электорального цикла (1993 – 1996 гг.) в Российской Федерации практически все крупные политические партии прибегли к созданию своих Интернет-представительств. Тогда же впервые расходы на Интернет были прописаны отдельной строкой в бюджете избирательных кампаний многих политиков.

В настоящее время Интернет представляет собой полноценный инструмент избирательного процесса. При этом обозначились его явные преимущества как эффективного метода предвыборной агитации:

1) политический Интернет позволяет создать наиболее полный образ кандидата, что труднее сделать, используя только традиционные средства массовой информации;

2) политический Интернет как форма предвыборной агитации в избирательной кампании открывает широкие возможности интерактивного общения кандидата с избирателями;

3) политический Интернет обеспечивает оперативность связи с электоратом, предоставляет возможность гораздо чаще обновлять новостные ленты, обеспечивать быстрый доступ к информации, может быть использован как средство общения с журналистами;

4) относительная неподцензурность, а следовательно, и независимость политического Интернета от административного ресурса, что обеспечивает неограниченную возможность прямой и косвенной агитации

за кандидата, а также передачи практически любой информации о кандидате, а это позволяет вести эффективную контрпропагандистскую деятельность против конкурентов.

Вместе с тем законодательное регулирование порядка проведения предвыборной агитации в сети Интернет практически отсутствует. В связи с этим необходимо, по мнению автора, провести мониторинг Интернет-ресурсов, задействованных в последних электоральных циклах, проанализировать их потенциал и возможности с точки зрения действующего законодательства и выработать рекомендации по регламентации предоставления и использования Интернет-сервисов политическими акторами.

В заключении подводятся итоги диссертационного исследования, обобщаются основные выводы, излагаются предложения и рекомендации по совершенствованию избирательной системы как важнейшего фактора повышения функционирования российской политической системы.

Основные положения диссертации нашли отражение в следующих ранее опубликованных работах автора диссертационного исследования:

в журналах, рекомендованных ВАК России:

1. Фомина, М.Г. Принципы предвыборной агитации: теоретико-методологические основы [Текст] / М.Г. Фомина // Вестник Российской правовой академии. – 2007. – № 3. – С. 16–19. – 0,4 п.л.

2. Фомина, М.Г. Информационно-правовое обеспечение предвыборной агитации [Текст] / М.Г. Фомина // «Черные дыры» в Российском законодательстве. – 2007. – № 4. – С. 455–456. – 0,25 п.л.

3. Фомина, М.Г. Избирательный процесс в современной России: политико-правовые алгоритмы формирования [Текст] / М.Г. Фомина // Среднерусский вестник общественных наук. – 2008. – № 3 – С. 84–89. – 0,45 п.л.

а также в других научных сборниках:

4. Фомина, М.Г. Нормативно-правовое обеспечение права на предвыборную агитацию [Текст] / М.Г. Фомина // Политико-правовое регулирование государственного и муниципального управления в условиях административной реформы: материалы конференции. – Орел: Изд-во ОРАГС, 2005. – С. 112 – 124. – 0,4 п.л.

5. Фомина, М.Г. Право на предвыборную агитацию: понятие, содержание, конституционные основы [Текст] / М.Г. Фомина // Конституционные чтения: межвузовский сборник научных трудов. – Саратов : Изд-во Поволжской академии государственной службы им. П.А. Столыпина, 2006. – С. 104–107. – 0,3 п.л.

6. Фомина, М.Г. Массовые мероприятия как форма участия граждан в агитации по вопросам выборов [Текст] / М.Г. Фомина // Оптимизация государственного и муниципального управления в условиях глобализации: Материалы международной научно-практической конференции молодых ученых. – Саратов : Изд-во Поволжской академии государственной службы им. П.А. Столыпина, 2006. – С. 16–19. – 0,3 п.л.

7. Фомина, М.Г. Понятие, сущность и политико-правовое содержание предвыборной агитации [Текст] / М.Г. Фомина // Депонировано в ИНИОН РАН, 2006. – № Е 59774. – 05.05.2006. – 2,2 п.л.

8. Фомина, М.Г. Предвыборная агитация как стадия избирательного процесса [Текст] / М.Г. Фомина // Депонировано в ИНИОН РАН, 2006. – № 60115. – 15.12.2006. – 2,0 п.л.

9. Фомина, М.Г. Конституционно-правовые гарантии и ограничения предвыборной агитации [Текст] / М.Г. Фомина // Депонировано в ИНИОН РАН, 2007. – № Деп. 60332. – 04.07.2007. – 1,8 п.л.

10. Фомина, М.Г. К вопросу о реализации принципов предвыборной агитации в современной России [Текст] / М.Г. Фомина // Региональная социально ориентированная политика: особенности и эффективность на различных уровнях территориальной организации: Материалы международной конференции молодых ученых. – Орел : Изд-во ОРАГС, 2008. – С. 118–125. – 0,5 п.л.

Подписано в печать 29 декабря 2008 г.
Издательство редакции журнала «Образование и общество».
Заказ № 230. Тираж 100 экз. Объем 1 п.л. 60x84 1/16