

На правах рукописи

СОЛОДОВНИКОВ
Павел Вячеславович

**СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА РОССИЙСКИХ
ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ НА ВЫБОРАХ
В ГОСУДАРСТВЕННУЮ ДУМУ
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Специальность 23.00.02 – Политические институты,
этнополитическая конфликтология, национальные и политические
процессы и технологии (по политическим наукам)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Саратов - 2005

Работа выполнена в Саратовском государственном социально-экономическом университете.

Научный руководитель:
доктор исторических наук, профессор Николаев Александр Николаевич

Официальные оппоненты:

доктор политических наук, доцент Великая Наталия Михайловна

кандидат политических наук Кузнецов Игорь Иванович

Ведущая организация – Волгоградская академия государственной службы при Президенте РФ.

Защита диссертации состоится 19 декабря 2005 года в ____ часов на заседании диссертационного совета Д.212.241.01 при Саратовском государственном социально-экономическом университете (410003, Саратов, ул.Радищева, 89, ауд. 843).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Саратовского государственного социально-экономического университета по тому же адресу.

Автореферат разослан «__» ноября 2005 года

Ученый секретарь диссертационного совета



Николаев Н.А.

2006-4
26863

2247471

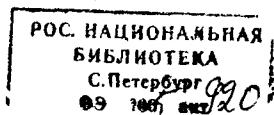
ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИССЕРТАЦИИ

Актуальность предложенного исследования. В современной России разнообразие партий и движений практически всех существующих на сегодняшний момент политических направлений настолько широко, что Россия давно опередила ставшие в нашем понимании классическими «западные демократии» по числу активных участников электорального процесса. Сверхдефрагментированная политическая система в значительной мере обостряет политическую конкуренцию и способствует развитию нестабильности электоратов ведущих политических сил.

Что же является залогом парламентского успеха той или иной политической силы на определенном историческом этапе? Соискатель считает, что результат победы на выборах не носит односоставный характер. Скорее всего можно говорить о многофакторности слагаемых успеха той или иной партии. В качестве одного из важнейших компонентов этого успеха соискатель рассматривает эффективно проведенную избирательную кампанию, позволяющую сформировать у избирателя не столько объективную, сколько привлекательную картину работы политической партии.

Избирательные кампании, расценивавшиеся еще 15 лет назад как экзотика, привнесенная с Запада, в последние годы стали настолько тривиальным событием, что от выборов к выборам мы сталкиваемся с постоянно отсутствующим избирателем, чье недоверие самому институту выборов в значительной мере уступает разочарованию в ведущих политических силах страны. Преодоление синдрома «усталости от выборов» и разочарованности в партиях как в эффективных посредниках между обществом и государственной властью, должно решаться с помощью эффективных и ярких предвыборных кампаний, в ходе которых рождаются новые идеи, появляются новые лидеры, а сами партии проверяются на правильность и обоснованность своей политической линии путем открытой дискуссии с оппонентами. Высокая степень ответственности, которой сопровождается избирательная кампания партии, обусловлена чрезвычайно важными в российских условиях результатами предвыборной борьбы. Партии, прошедшие в парламент, приобретают сразу множество преимуществ по сравнению с внепарламентскими. Столь высокая значимость парламентских кампаний для будущего политической партии приводит к необходимости планирования основных этапов предвыборной борьбы, промежуточных целей, средств и способов их достижения. Таким образом, стратегическое планирование является базовым элементом ее избирательной кампании партии, позволяющим учитывать как собственные ресурсы, так и возможности конкурирующих акторов.

Однако целью избирательной кампании партии может быть не только победа на выборах, но и мобилизация «своего» электората, проверка эффективности региональных отделений, адекватности лозунгов и программ политическим реалиям дня и ожиданиям общественности. Сам период



предвыборной борьбы - это время предельно обостренной конкуренции между участниками выборов за голоса избирателей, что приводит к борьбе не столько за себя, сколько против других. Агрессивная интерпретация предвыборной борьбы особенно актуальна для современной России, где нет устоявшихся лидеров на каждом фланге политического спектра, а предвыборная конкуренция представляет собой в большинстве своем борьбу партий сходной политической ориентации за общий электорат. Такая нетипичная для устоявшихся демократий конкуренция приводит к тому, что партии, претендующие на прохождение в парламент, вынуждены в большой степени учитывать не столько свои наработки и прогнозы о развитии ситуации в ходе избирательной кампании, сколько быть готовыми оперативно реагировать на атаки конкурентов и агрессивно атаковать самим при каждом удобном случае. Как следствие такой специфики российской межпартийной борьбы и общего нестабильного состояния политической системы, особенно на ранних этапах российского парламентаризма, тактические методы достижения преимущества над конкурентом также имеют первостепенное значение для успешного выступления на выборах.

Необходимость разработки стратегии и тактики предвыборной кампании не вызывает сомнений, но в значительной степени неопределенным остается вопрос классификации предвыборных стратегий и тактики российских политических партий, их эволюция и степень эффективности. С точки зрения автора, полное решение данных вопросов невозможно в рамках одного исследования. Но актуальность и практическая востребованность решения проблемы эффективности предвыборных стратегий и тактик российских партий, в свете последних новаций законодательства, делает необходимым провести исследование данных факторов, как наиболее значимых в комплексе причин прихода к власти тех или иных политических сил.

Состояние научной разработанности проблемы. Западная политическая наука в силу давности традиций политической конкуренции идей, политических программ, партий и т.д. имеет долгую историю изучения политических кампаний, в том числе кампаний политических партий. Методология исследования партий как основных участников предвыборных кампаний широко представлена в западной политологии. В первую очередь, стоит отметить исследователей в области партогенеза М.Вебера, Г.Алмонда, Г.Пауэлла, К.Джанды, М.Дюверже, М.Михельса, Г.Сартори, С.Липсета, С.Роккана и др.¹ В отечественной науке существенный вклад в изучение партий внесли М.Острогорский, В.Гельман, Г.Голосов, Е.Мелешкина,

¹ Вебер М. Избранные произведения. М., 1990 Almond G.A., Powell G.B., Jr. Interest Aggregation and Political Parties // Almond G.A., Powell G.B., Jr. Comparative Politics Today. N.Y., 1996; Джанда К. Сравнение политических партий: исследования и теория // Современная сравнительная политология. М., 1997; М.Дюверже Политические партии. М., 2000; Михельс Р. Социология политической партии в условиях демократии // Диалог 1990. №3; Sartori G. Parties and Party Systems. N.Y., 1978; Lipset S.M., Rokkan S. Cleavage Structures, Party Systems, and Voter Alignments // The West European Party System / Ed. P.Mair. Oxford. 1990.

Г.Люхтерханд-Михайлева, В.Гельбрас² К несомненным достоинствам российской партологии стоит отнести выявление специфики российского партстроительства, выявление факторов, значительно влияющих на организационные формы и функции российских политических партий.

Значительный интерес представляют собой исследования К.Холодковского, С.Пшизовой, Н.Великой, Ю.Коргунюка, Н.Кисовской, охватывающие широкий круг проблем: социально-демографические характеристики партий, коалиционную политику, новые тенденции в идейно-политической дифференциации. При изучении предвыборных стратегий и тактики партий это позволяет более полно учитывать их ресурсную базу³.

Одними из разработанных проблем современной российской многопартийности являются общий анализ участия политических партий на федеральных выборах, выработка типологии социальных сегментов общества, голосующих за те или иные политические партии, состояние электората политических партий России, его динамика⁴.

Интерес исследователей к новейшим избирательным технологиям и их апробация на отечественном электоральном поле привело к тому, что значительная часть исследователей посвятили свои работы непосредственно избирательным технологиям. Среди них: О.П.Кудинов, А.Цветнов.

² Острогорский М.Я. Демократия и политические партии М.,1997;. Голосов Г.В. Первый электоральный цикл в России(1993-1996)/под ред. В.Гельмана, Г.Голосова, Е.Мелешкиной М., 2000;Люхтерхандт-Михайлева Г., Рыженкова С. Избирательный процесс и партии в российских регионах// Выборы и партии в регионах России. М., СПб., 2000;Гельбрас В. и др. Кто есть кто? Политические партии и блоки, общественные организации. М.,1994.

³ Холодковский К.Г. Политические партии России//Гражданское общество в России Структуры и сознание. М., 1998, Кисовская Н.К. Группы интересов и партии. Там же; Пшизова С.Н. Какую партийную модель воспримет наше общество?//Полис. 1998 № 4; Пшизова С.Н. Демократия и политический рынок в сравнительной перспективе//Полис. 2000. № 2; С.Н. Пшизова От подражания к имитации: партийное строительство на постсоветском пространстве//Партии и партийные системы/под.ред. Я.А. Пляйс. М.,Ростов-на-Дону,2004; Холодковский К.Г. Партии: кризис или закат?//Полития. №2(16). Лето 2000; Великая Н.М. Идейно политические основы консолидации современного российского общества Саратов. 2004., Коргунюк Ю.Г. Избирательная компания 1999 г. и перспективы развития российской многопартийности//Полития. №4(14) Зима 1999-2000; Кисовская Ю.Г. Российские партии и западная модель//Полития. № 1(15) Весна 2000; Щербак А.Н. Коалиционная политика российских партий//Полис. 2002 №1 и др.

⁴ Холодковский К.Г. Социально-психологическая дифференциация российского населения и процесс формирования партий//Полис. 2001. №5; Тимошенко В. Российские партии, движения и блоки на выборах в Государственную Думу 17 декабря 1995 года: опыт, проблемы, перспективы//Вестник МГУ. Сер.12. 1996; Зотова З. и Штукина Т. Политические партии и блоки на выборах: тексты избирательных платформ. М.,1993, Марченко Г.В. Россия между выборами (социологический анализ и прогноз состояния электората)//Полис. 1996. № 2; Шейнис В. Третий раунд (к итогам парламентских и президентских выборов)//Мировая экономика и международные отношения 2000. № 9; Гудков Л., Дубин Б. Российские выборы: время «серых»//Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2000. №2; Афанасьев М. Поведение избирателей и электоральная политика в России//Полис. 1995. №6. и др.

В.Соловей, П.Мерло, В.У.Корниенко, М.Макфол, Д.Дурдин, А.Н.Балашова, С.М.Тучков и другие.⁵

В современной науке достаточно разработана проблематика использования средств массовой информации для ведения избирательной кампании в российских условиях. Такие работы проводились В.П.Пугачёвым, А.И.Верховской, И.И.Засурским, А.В.Раскиным, Г.В.Грачевым, А.Г.Качкаевой и другими⁶.

В отдельную группу стоит выделить исследования российских и международных организаций, работающих в сфере мониторинга проведения избирательных кампаний и соблюдения демократических норм. Такие исследования активно проводятся экспертами фонда «Кар. ги» в России, фонда «Индем», «Центра политических технологий» и т.д.⁷

Особенно важным вкладом в исследование современной отечественной партологии являются работы авторов, акцентирующих на какой-либо одной партии и в силу этого глубже отражающих внутренне детерминированные процессы партийного участия в избирательных кампаниях, а также интервью участников кампаний по методологическим проблемам их организации. Так весьма значимыми по нашей тематике явились работы О.Манихина, Е.Островского, В.П.Пешкова, В.Б.Пастухова, А.Николаева, В.Динеса М.Холмской, В.Соловей, В.Я.Гельмана, И.Смирнова и др.⁸

⁵ Кудинов О.П. Большая книга выборов: Как проводятся избирательные кампании в России. М. 2003; Цветнов. А. Управление социально-политическими процессами. М., 1995; Соловей В. Электоральная стратегия КПрФ от парламентских к президентским выборам Партийно-политические элиты и электоральные процессы в России. М., 1996; Мерло П. Избирательные кампании и проблемы их подготовки: «Равное игровое поле» и демократические выборы//Полис. 1995. №4; Корниенко В.У. Технология выборных кампаний. М., 1997; Макфол М. Осмысление парламентских выборов 1993 в России//Полис. 1994. №5; Дурдин Д. Образ политического лидера и возможности его изменения//Полис. 2000. №2; Балашова А.Н. Технология избирательной кампании в западной политической науке//Вестник МГУ. Сер.12 Политические науки. 2000. №2; Тучков С.М. К вопросу о законодательном регулировании некоторых аспектов применения технологий публич-райлешнз в государственном управлении и политических кампаниях//Вестник МГУ. Сер.12. Политические науки. 2001. №4. и др.

⁶ Пугачёв В.П. Средства массовой коммуникации в современном политическом процессе//Вестник МГУ. Сер.12. 1995. №5; Верховская А.И. Средства массовой информации в системе партийно-политических отношений//Вестник МГУ. Сер.10 Журналистика 1999. №6.; Засурский И.И. Медиаполитическая система//Полис. 2001. №1; Раскин А.В. Особенности освещения общенациональными телеканалами предвыборной президентской кампании 2000г. в России//Полис. 2001. №1; Грачев Г.В. Информационные технологии политической борьбы в российских условиях//Полис. 2000. №3; Качкаева А.Г. Новейшая история Российского телевидения//Полис. 2003. №3 и др.

⁷ См. <http://pubs.carnegie.ru/elections/>; <http://www.indem.ru/>;

⁸ Манихин О. Российская демократическая партия «Яблоко» Краткий исторический обзор Смоленск, 2003; Островский Е. Техника чистой победы//Эксперт. 2000.17 января. №1-2; Пешков В.П. Коммунисты: право на власть Центр исследований политической культуры России. М., 1998; Пастухов В.Б. Перспективы посткоммунистического консерватизма и президентские выборы//Полис. 1996. №2; Динес В., Николаев А. От «Единства» к

Отдельно стоит сказать о значительной степени разработанности проблематики особенностей российского партогенеза в новейших диссертационных работах Н.В.Пшеничникова, И.В.Данилова, А.П.Богданова, В.И.Громова, И.В.Подколзиной и ряда других исследователей⁹. Значительную ценность для исследования такого сложного социального явления, как современная избирательная кампания, составляют диссертационные работы В.А.Боярских, Н.Ю.Выхристенко, К.В.Пискуна¹⁰. Большую методологическую помощь в исследовании эффективности стратегий и тактики оказала диссертационная работа Н.В.Егорышевой, в которой автор дает критерии эффективности избирательной кампании как для западных сообществ, так и для участников российских избирательных кампаний¹¹. При изучении такого значимого фактора как имидж участников избирательной кампании, его функционирования в электоральном процессе и возможности его трансформации, соискатель использовал материалы диссертационных работ С.Ю.Белоконова, Н.В.Трошиной и др.¹² Можно отметить большое прикладное значение исследований А.А.Коломийцева и особенно М.Ю.Максимова, в которой автор дает собственное определение «предела возможностей» административного ресурса¹³.

«Единой России» эволюция идеологических установок//Власть.2002. №5, Холмская М.Комдвижение в России организационный этап//Власть. 1994. №12; Соловей В. Электоральная стратегия КПРФ: от парламентских к президентским выборам Партийно-политические элиты и электоральные процессы в России. М., 1996; Гельман В.Я «ЯБЛОко» опыт политической альтернативы//Конттавр. 1995. №6, Смирнов И. Партия российского единства и согласия (к первой годовщине существования)//Власть. 1995 №1и др.

⁹ Пшеничниов Н.В. Российские парламнтские партии в региональном политическом процессе(на материале нижеволжского региона) Дисс канд. полит н Саратов, 2003 , Данилов М.В. Партии в политическом пространстве современной России. Дисс канд полит. н. Саратов, 2003., Богданов А.П. Политические партии как субъект региональной политики. Дисс. канд. полит н. Саратов, 2003 , Громов В.И. Политический центризм в партийном спектре современной России. Дисс. канд. полит.н. Саратов, 2005., ПодколзинаИ.В. Становление парламентских партий в России. Дисс. канд. полит. н. СПб. 2004.

¹⁰ Боярских В.А. Социологический анализ избирательных кампаний Дисс канд социол н Тюмень, 2005 , Выхристенко Н.Ю. Освещение средствами массовой информации России парламентских выборов в РФ (2003г.) Дисс канд. полит н М., 2005 , ПискунК.В. Особенности электорального поведения в условиях изменяющейся политической системы. Дисс. канд полит. н. Ярославль, 2004. и др.

¹¹ Егорышева Н.В. Эффективность избирательной кампании в условиях современного российского общества. Дисс. канд полит. н. Уфа, 2004.

¹² Белоконов С.Ю. Формирование имиджа конкурента в региональных избирательных кампаниях в России(2000-2002гг.) Дисс. канд полит. н. М., 2004 , Трошина Н.В. Фактор имиджа в российском электоральном процессе. дисс. канд полит н Саратов, 2001 и др.

¹³ Коломийцев А.А. Ресурсы политического лидерства. Дисс. канд. полит. н. Ростов-на-Дону, 2002., Максимов М.Ю. Административная модель организации избирательной кампании (на материалах выборов в Саратовской области). Дисс канд полит. н. Саратов, 2002.

Отмечая в целом разработанность данной проблемы нельзя не отметить, что вопросы партотозенеза и участия российских партий на выборах рассмотрены достаточно широко, а такие более узкие направления, как СМИ на выборах и избирательные технологии, уже с начала 90-х годов вызывают пристальное внимание как отечественных, так и зарубежных исследователей.

Объект исследования. Объектом исследования являются российские парламентские политические партии на стадии подготовки и проведения общероссийских избирательных кампаний в российский парламент по общефедеральному округу. Ограниченность количественного показателя объекта исследования связана с согласием автора с позицией ряда исследователей в том, что после первых парламентских выборов 1993г. произошло разделение партий на парламентские и внепарламентские. Как следствие, парламентские партии продолжали эволюционировать как в направлении внутрипартийного строительства, так и в практике организации и проведения избирательных кампаний. В то же время внепарламентские партии, в большинстве своем не имея длительного опыта предвыборной борьбы, проигрывали избирательные кампании и были обречены на поглощение более крупными и успешными акторами или на маргинализацию.¹⁴

Исследование российских партий только общефедеральным округом было обусловлено комплексом причин:

1. Исследование предвыборной борьбы в одномандатных округах невозможно без анализа огромного объема фактических и аналитических данных по каждому из округов, что выходит за рамки данного исследования.
2. В условиях российской специфики ориентации отечественного электората на личности, а не на идеологии партийная составляющая в одномандатных округах значительно уступает личной конкуренции кандидатов.
3. Структура российских политических партий в подавляющем большинстве своем элитарная, вождистская, что приводит к тому, что главной целью политического руководства, контролирующего основные ресурсы партии, становится победа по партийным спискам, в которых состоят основные политические фигуры партии.

Предметом исследования являются основные стратегии борьбы российских политических партий в зависимости от их ресурсно-политического положения и тактические приемы достижения поставленных стратегических целей на парламентских выборах.

¹⁴ См. Заславский С. Власть и партии Партийно-политический состав Федерального Собрания//Кентавр 1994 №3; Федеральное собрание политологический анализ первого полугодия работы: Аналит. материал. М., 1994; Холмская М. Российская многопартийность современный этап развития//Обновление России. грудный поиск решений. М., 1995.

Цель исследования состоит в исследовании эволюции предвыборных стратегий и тактик российских политических партий при значительных изменениях как институционального дизайна выборов каждого нового избирательного цикла, так и ресурсной базы исследуемых партий в рамках их политической истории.

Для решения поставленной цели требуется решение ряда конкретных задач:

1. Уточнить определения понятий предвыборной стратегии и тактики политической партии и соотнести существующие определения политических партий со статусом организациями, действующих на российском электоральном поле с 1993 г.
2. Проследить стадию зарождения российского опыта партийных избирательных кампаний в период учредительных выборов и становления современной российской партийной системы
3. Рассмотреть предвыборные стратегии участников избирательной кампании 1999-2003гг., учитывая специфику политической ситуации, сложившейся в 1999г. и ее кардинальное изменение.
4. Выявить роль средств массовой информации, и особенно телевидения, в предвыборных стратегиях основных участников выборов 1999 и 2003гг.
5. Проанализировать тактику достижения стратегических целей основными участниками в 1999-2003гг. в ситуации изменяющегося в ходе кампании общественного запроса.
6. Выявить долговременные тенденции в использовании типовых стратегий и тактик российских «партий власти», левой оппозиции, партий демократического спектра и определить направление эволюции предвыборных стратегий и тактик российских политических партий.

Теоретико-методологическую основу диссертации составляет совокупность общенаучных методов познания явлений в сочетании со специализированными приемами исследования политических явлений, разработанных в рамках политической науки. В значительной части исследование опиралось на системный подход, позволяющий исследовать избирательную кампанию как социально-политическую систему. Важную роль в исследовании стратегий и тактик партии на различных этапах ее эволюции сыграл метод сравнительно-исторического анализа, позволивший проследить эволюцию стратегии и тактики политических партий на разных этапах их существования. При установлении и анализе скрытых процессов функционирования партии в период избирательной кампании был использован метод включенного наблюдения. В целях оценки эффективности стратегий и тактик партий в совокупности с методом сравнительного анализа была использована методика эмпирического анализа фактов и явлений, имеющих важное значение для настоящего исследования.

Источниковую базу исследования составляют прежде всего нормативные правовые акты, касающиеся организации избирательных

кампаний и правового статуса их участников: Конституция РФ, Законы об основных гарантиях избирательных прав и прав на участие в референдуме граждан РФ, закон о политических партиях, законы о выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации и др. К второй группе мы можем отнести официальные результаты четырех избирательных кампаний, результаты социологических исследований Romir-monitoring, социологического центра Ю Левады, ВЦИОМ, ФОМ. К третьей группе можно отнести средства массовой информации, такие как «Аргументы и Факты», «Коммерсант-Daily», «Коммерсант-власть», «Известия», «Независимая Газета», программы ОРТ, НТВ, РТР и т.д. При исследовании данных источников делалась поправка на допустимую ангажированность изданий. Четвертую группу источниковой базы исследования составляет партийная пресса, агитационные материалы и интервью лидеров и руководителей избирательных штабов партий, а также материалы с интернет-сайтов политических партий. В последнюю группу источников входят различные Интернет-ресурсы, посвященные партиям, выборам, избирательным технологиям и методикам мониторинга избирательного процесса.

Научная новизна диссертации обусловлена как самой постановкой цели исследования, так и решаемыми в ходе исследования практическими задачами, в ходе которых:

- предложено уточненное определение стратегии и тактики политической борьбы российских политических партий на выборах федерального уровня;
- проанализирована детерминированность избирательной стратегии и тактики партии внешними факторами и политической историей партии;
- проведен анализ эволюции партийных избирательных стратегий российских партий в зависимости от их политической направленности;
- исследована значимость влияния электронных средств массовой информации на межпартийную конкуренцию по сравнению с другими формами политической борьбы;
- разработаны рекомендации и дан авторский прогноз развития электоральных стратегий и тактик российских партий.

Положения выносимые на защиту:

1. Предвыборная стратегия и тактика российских политических партий напрямую связаны с политическим положением партии, установленными ею целями и политической ситуацией, определяющей политическую конъюнктуру в момент выборов.
2. Предвыборная стратегия и тактика партии в значительной мере обусловлены ее политической историей. Они не могут произвольно меняться от одного избирательного цикла к другому только в зависимости от политической конъюнктуры.

3. На протяжении нескольких электоральных циклов можно говорить об основных устоявшихся приемах стратегии и тактики, характерных для каждой политической партии, активнo участвовавшей в двух и более федеральных избирательных кампаниях.
4. Эволюция предвыборных стратегий и тактик «партий власти» в значительной мере обусловлена политическим режимом, в то время как для партий оппозиционной направленности такая прямая корреляция во многом ограничена их идеологической и политической составляющей.
5. Доступ к электронным средствам массовой информации в российских условиях является одним из важнейших составляющих успеха партии на общенедеральных выборах.
6. Отсутствие доступа к социально-значимым средствам массовой информации оппозиционных партий ведет к возрастанию активности партии в сфере массовых акций.

Практическая значимость работы. Диссертационное исследование имеет прикладное значение как для исследователей в области изучения партийного строительства, так и для практикующих сотрудников аппаратов политических партий и политических консультантов. Возможно использование материалов и выводов данной работы структурами, занимающимися проблематикой избирательных кампаний и избирательной системы, партийными структурами, независимыми экспертами в качестве рекомендаций по анализу электоральных явлений и аналитического материала для оценки эффективности политического влияния избирательной кампании той или иной партии. Материалы диссертации целесообразно использовать при преподавании политологии в вузах, особенно при рассмотрении темы «политические партии и партийные системы», а также при чтении спецкурсов по избирательным кампаниям, политической рекламе и избирательным технологиям.

Апробация работы.

Отдельные практическо-теоретические положения диссертации изложены автором в ряде публикаций и освещены на двух научных конференциях, проходивших в Саратовском социально-экономическом университете и в Саратовском Государственном Университете. Основные положения, отраженные в диссертации, и выводы исследования активно использованы соискателем в пяти избирательных кампаниях. Диссертация обсуждалась на кафедре философии и политологии Саратовского государственного социально-экономического университета и рекомендована к защите.

Отдельная часть исследовательской работы была удостоена звания лауреата областного конкурса научных работ среди аспирантов.

Структура работы. Диссертация включает введение, две главы, подразделяющихся на параграфы, заключение, список использованной литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ.

Во введении обосновывается актуальность темы диссертации, раскрывается степень ее разработанности, научная новизна и практическая значимость, определяются цели и задачи исследования, формулируются положения выносимые на защиту.

Первая глава диссертации – «Эволюция предвыборной стратегии и тактики российских политических партий на учредительных выборах и выборах 1995г.» - посвящена исследованию особенностей становления современных российских партий через призму их участия в первых и вторых парламентских кампаниях 1993-95гг.

В первом параграфе главы – «Российские партии как субъекты электорального процесса» - анализируются проблемы партогенеза на современном этапе.

Несмотря на разработанность темы, нет единого толкования понятия политической партии, ее функций, целей и задач, что порождает различные подходы к единым политическим явлениям. Наиболее часто встречающимися расхождениями являются подходы к типологизации партий и определению ее обязательных функций в классической партологии и в современных исследованиях. Значительные расхождения в этом вопросе связаны с изменениями в политической жизни большинства демократических сообществ, что привело к тому, что классические партии старого типа стали меньше отвечать запросу сегодняшних реалий. Так уже весьма спорным выглядит классическое восприятие массовой партии как более совершенной по отношению к кадровой, что связано с выходом на политическую арену такого нового вида партий, как народные или электоральные. Кризис старых массовых партий в Европе приводит к активному строительству гражданских институтов непартийного характера, которые в большинстве своем не могут заменить партийные образования, в силу однопроблемности политической ориентации. Особенно интересным для исследователей является тот факт, что российские политические организации, претендующие на прямое участие в работе выборных государственных органов, только через 10 лет после первых парламентских выборов были обязаны приобрести организационную форму политической партии. На более ранних стадиях российского парламентаризма большинство участников выборов (все «партии власти») использовали иные формы политической организации.

Подход к определению значимости функций политических партий в последние годы подвергается пересмотру ввиду явного несоответствия функций, которые считались обязательными в период расцвета классических партий и теми которые выполняются современными политическими организациями. Так мы можем сказать, что сегодня предвыборная мобилизация электората и продвижение своих кандидатов во власть являются наиважнейшими функциями современных российских политических партий. Некоторые исследователи склонны считать такую

функциональную диспропорцию следствием продолжающегося переходного периода нашего общества. Другие, их позиция разделяется автором, - обращают внимание на то, что в современном постиндустриальном обществе, где значительно сглажены классовые различия, бывшие долгое время основой создания и существования классических политических партий, одни функции политических партий с успехом выполняют иные социальные институты, например СМИ, а другие в значительной мере утратили свое назначение. Партии нового типа, к которым мы в значительной мере относим и российские, функционируют в условиях слабой социализации атомизированных граждан, не относящих себя к сторонникам какой-либо идеологии и придерживающихся самых общих представлений об общественном благе. Они не располагают значительным числом активистов и не испытывают в этом необходимости. Своих целей они достигают привлечением высококвалифицированных специалистов: профессионалов в области избирательных технологий, социологов, психологов, демографов, финансистов, специалистов по связям с общественностью и т.п. Современная партия ведет борьбу не за гражданина - нового члена партии, а за гражданина-избирателя, который отдаст ей свой голос.

Способность партий завоевывать голоса на выборах является одним из важнейших показателей дееспособности ее структур и адекватности существующим политическим реалиям. Данный показатель проявляет объективность только при анализе нескольких избирательных кампаний, в которых участвовала партия, так как в этом случае можно пренебречь фактором случайности и погрешности того или иного результата волеизъявления избирателей.

Сам факт достижения политическим объединением того или иного результата на выборах в значительной степени обусловлен качеством его подготовки к участию в таком сложном социальном явлении как избирательная кампания. Основным элементом подготовки к участию в избирательной кампании является разработка ее стратегии как основного плана, позволяющего установить конечные и промежуточные цели участия в выборах, произвести расчет сил и средств, необходимых для достижения этих целей, найти оптимальные пути и способы достижения этих целей и т.д. Понятие предвыборной стратегии партии многогранно, но использование его в качестве ключевого в структуре диссертационного исследования вынуждает ограничить широту данного явления пятью основными составляющими: 1) участие или бойкот выборов; 2) коалиционная политика партии; 3) предвыборная программа; 4) определение партийных лидеров и 5) отношение к исполнительной власти.

Кроме стратегии предвыборной кампании партии автором выделяется и тактика достижения стратегических целей как один из важнейших моментов избирательной кампании. Тактика политических партий во многих своих проявлениях имеет значительные сходства со стратегией по форме, но значительно различается по своему функциональному определению. Тактика не имеет значительной степени разработанности на подготовительном этапе

и намечается только в самых общих чертах (активность, риторика и т.д.), что связано с ее главной задачей – реализации стратегии с учетом оперативного изменения политической ситуации.

Системный анализ первого опыта парламентских избирательных кампаний российских политических партий представлен во **втором параграфе** первой главы **«Становление стратегии и тактики предвыборной борьбы российских политических партий»**.

Для решения основных задач исследования автором выявлена необходимость глубокого анализа первых избирательных кампаний после установления новых институциональных рамок участия политических партий в парламентской избирательной кампании. В результате проведенного сравнительного анализа первого избирательного цикла российских парламентских выборов и участия в них политических партий автор пришел к следующим выводам

На первых же парламентских выборах было зафиксировано неравное положение участников предвыборной гонки. Преимущественное положение было предоставлено партиям, поддерживающим действующую исполнительную власть, что стало обязательным признаком всех федеральных избирательных кампаний. Такая диспропорция в равных возможностях для участников выборов была ярко выражена в избирательных стратегиях и тактиках партий. Более мощные и влиятельные партии как «Выбор России» старались или поглотить относительно слабых соратников по политическому лагерю, чтобы избежать распыления голосов избирателей, или игнорировать более сильных, оставляя такую угрозу, но не желая делить политический контроль над организацией. Такая половинчатая коалиционная стратегия в большей мере предопределила результаты. Партии, которые не обладали солидными ресурсами проправительственных организаций вынуждены были либо более широко использовать СМИ в тех случаях, когда у них была такая возможность (ЛДПР), либо активней пропагандировать свои программные и идеологические установки через активистов на местах (КПРФ).

Интересен для анализа тот факт, что организации, использовавшие бойкот первых парламентских выборов в знак протеста против событий октября 1993г, уже не смогли стать значимой политической силой в стране. Это может быть связано как с маргинальностью большей части этих организаций, так и с неудачной реализацией этой электоральной стратегии. Необходимо отметить, что стратегия бойкота выборов не оправдала себя в силу комплекса причин. Слабая электоральная поддержка указанных организаций в совокупности с участвующими в выборах КПРФ и ЛДПР привела к тому, что часть избирателей поддержала оппозиционные партии и приняла участие в выборах, а самоустранение от избирательной кампании, которое проявили организаторы бойкота, не имеет с реальным бойкотом ничего общего. Вследствие этого делать вывод о том, что стратегия бойкота в российской электоральной политике невозможна, на взгляд автора несколько необоснованно.

Анализируя эволюцию предвыборных стратегий и тактик между первыми и вторыми парламентскими выборами, можно сделать вывод о том, что за два года многие партии значительно продвинулись вперед по пути подготовки и организации избирательных кампаний. В первую очередь, это касается КПрФ и ее союзников, которые, несмотря на продолжающееся административное давление и запрет на появление в СМИ, выступили на избирательной кампании 1995г. лучше, чем остальные партии. Это было связано не только с общим, благоприятствующим для оппозиции политическим фоном кампании, но и с эффективной коалиционной политикой, высокой степенью организации тактики полевых работ и т.д. В то же время провал «партии власти» в основном также был обусловлен неудачами коалиционных стратегий, имиджем не слишком популярных лидеров и т.д. Однако наибольшую эволюцию за два года, на наш взгляд, прошли партийные стратегии ЛДПР и ЯБЛока. Обе партии, победившие на выборах 1993г. в основном благодаря харизме своих лидеров и эффекту новизны, правильно оценив успехи своего первого выступления на выборах, скорректировали свои стратегии с учетом изменившейся политической обстановки, и, выступая на выборах 1995г., значительный акцент в кампании перенесли на созданные за два года региональные отделения.

Таким образом, в ходе первого электорального цикла проявились закономерности, развитие которых мы будем наблюдать и в других электоральных циклах. Использование типовых стратегий партий власти, левой оппозицией, партиями демократического толка и националистами будет развиваться, эволюционируя внутри каждой из этих групп вплоть до избирательной кампании 2003г.

Во второй главе диссертации **«Стратегия и тактика политических партий на выборах 1999-2003гг.»** рассматриваются способы борьбы политических акторов в период 1999-2003гг. В **первом параграфе «Предвыборные стратегии российских партий в новых политических условиях»** анализируются электоральные стратегии основных участников выборов 1999г на их адекватность политическому пространству России в 1999г. и тем целям, которые ставились перед каждым из участников выборов 1999г. Также в этом параграфе рассматриваются сильнеешие изменения стратегий участников выборов в следующем электоральном цикле, связанные с институциональными изменениями политического поля.

Анализируя цели и задачи политических акторов в 1999г., соискатель приходит к выводу, что типовые стратегии, использовавшиеся ранее, были характерны в основном только для КПрФ и отчасти для ЛДПР на первоначальной стадии кампании. После отказа в регистрации ЛДПР и последующей регистрации «Блока Жириновского» главной стратегической задачей для блока стала его идентификация с ЛДПР.

Все другие акторы использовали стратегии, которые были ранее им не характерны или вообще не применялись в России. Яблоко максимально широко использовало коалиционную составляющую в виде союза с популярным на момент начала кампании экс-премьером Степашиным. Это

сразу прибавило отсутствовавшую ранее у этой организации силовую составляющую ее имиджа, но не способствовало занятию агрессивной позиции по чеченскому вопросу.

Исследование способа возвращения правых политических сил на политическую арену, приводит к обнаружению использованного ранее НДР стратегическому приему маскировки политической линии партии. После окончательного провала на выборах 1995г. правые политические силы отошли от идеологической составляющей своей самоидентификации, частично скрыв свою либеральную направленность, СПС перешел из разряда классических идеологических партий в разряд партий народных, выдвигающих самые общие цели народного блага – «Жить как в Европе». Таким образом, Союз Правых Сил стал первой партией кардинально сменившей не только название, лидеров, имидж, но и саму электоральную сущность, сохранив от ранних демократических партий только программу, которая практически не использовалась в кампании.

Основная исследовательская задача, поставленная в данном параграфе, решалась путем сравнительного анализа стратегий двух «партий власти» - блока «Отечество-Вся Россия» и Межрегионального движения «Единство». С помощью сравнительного анализа стало возможным выявить значительные расхождения в методике достижения заданного результата внешне сходными организациями. Во главу плана кампании ОВР ставилась удачная коалиционная стратегия, популярность лидеров, использование имиджа стабильности, в то время как «Единство» использовало в своей стратегии поддержку популярного премьера, образ силы, новых лиц, не запятнавших себя в коррупционных скандалах, охвативших большую часть политической элиты. Соглашаясь с большинством исследователей, автор приходит к выводу, что важным источником преимущества «Единства» над ОВР явилась позиция относительно решения «чеченского вопроса», по которому ОВР так же в значительной мере оказалось неготовым к агрессивной политике нового премьера Путина.

Анализ партийных стратегий 2003г. позволяет разделить их на две большие группы, в рамках которых выделяются еще и подгруппы. К первой группе мы относим партии, пользующиеся прямой, как «Единая Россия», или скрытой (блок Родина, ЛДПР) поддержкой властей, а ко второй группе - партии настроенные по отношению к исполнительной власти оппозиционно – КПРФ, Яблоко, в значительной мере СПС.

Следует отметить, что максимально высокая цель, поставленная «Единой Россией», - завоевать конституционное большинство на выборах не могла не отразиться на ее стратегии. Вследствие этого в 2003г. «партия власти» вела тотальную кампанию и не допускала сильной конкуренции со стороны других участников избирательного процесса. Сверхмощный административный ресурс в виде 30 губернаторов был подключен для решения задач, стоящих перед партией.

Анализ кампании, проводимой КПРФ, показал, что с 1995г. эволюция избирательной стратегии партии практически прекратилась, что в

значительной мере сказалось на результате партии, не сумевшей в должной мере оценить угрозу со стороны власти.

Стратегия партий либерального фланга в 2003г. также оказалась неудачной с точки зрения прогнозирования развития ангиолигархической кампании, которая нанесла ощутимый удар по обеим партиям, а для Яблока еще и обернулась прекращением финансирования. С точки зрения конкуренции между партиями стоит отметить активность СПС, приложившего немало усилий к войне за «яблочный» электорат, но не создавшего предпосылок для мотивационного голосования за себя, так как имиджевое впечатление от новизны партии уже прошло, а каких-то значительных новых политических предложений не было озвучено.

Отдельно стоит отметить, что в ходе борьбы двух претендентов на звание «партии власти» в 1999г. значительную роль сыграли СМИ и прежде всего телевидение. Влияние ТВ на избирательную кампанию было столь велико и не односторонне, как в 1996г, что данные аспекты предвыборной борьбы отдельно рассмотрены автором во **втором параграфе** второй главы **«Роль телевидения как одного из важнейших элементов предвыборной стратегии российских партий»**.

Исследуя стратегии партий в области использования СМИ, автор приходит к выводу, что в условиях России кампания 1999 была единственной, на которой существовал относительный плюрализм представленных мнений на ТВ. Это привело к ожесточенной войне телеканалов, поддерживающих разные политические группировки, и снижению электорального успеха одной из основных партий.

Обзор использования ресурсов телевидения против двух партий, основных претендентов на победу, позволил сделать вывод о том, что в кампании 1999г. телевизионная пропаганда носила в большинстве своем негативный характер. Анализ медийной стратегии ОВР, полученной из массива передач каналов, поддерживающих ОВР, выявил определенную форму подачи материала, нацеленного на электорат ОВР – на канале НТВ ставка делалась на рациональную составляющую. В то время как стратегия «Единства», направленная против ОВР, наоборот, опиралась на эмоционально-чувственную сторону восприятия политической информации. Из этого наблюдения и с учетом результатов выборов, автор делает заключение, что в современной России рационально-мотивированная сторона предвыборной телевизионной аргументации значительно уступает эмоциональной.

Исследуя стратегию «Единства», автор делает вывод об активном использовании новостного вещания, как наиболее воспринимаемого населением для пропаганды движения и популяризации его лидеров. Более скрытым способом агитации с использованием СМИ стало ежедневное освещение работы В.Путина, впоследствии публично поддержавшего «Единство».

Для остальных партий использование в своих стратегиях СМИ было, как и всегда, ограничено платным временем и теледебатами. Однако в 2003г.

произошло, по мнению многих аналитиков, знаковое изменение в отношениях между СМИ и крупнейшей политической партией, отказавшейся от участия в теледебатах, но присутствующей в рекламных спотах и новостном вещании. Такой факт говорит на наш взгляд о сужении поля для открытого обсуждения политических программ и проектов, лишая тем самым других участников выборов самопрезентации через сравнение, что всегда считалось одной из главных целей теледебатов.

Неадминистративные акторы вынуждены были полагаться только на платное телевизионное время, которое было доступно далеко не всем в силу значительной контролируемости бизнеса со стороны властей, и вести заочную дискуссию с «партией власти» в основном на улицах, в пикетах и на митингах, активно используя тактику оглашения голосования в ЕР в Думе по социальным вопросам.

В третьем параграфе второй главы «**Тактика современной предвыборной борьбы российских политических партий**» предлагается исследование методик достижения промежуточных целей кампании и полной реализации стратегического плана.

Автором исследованы закономерности проведения избирательных кампаний российских партий на уровне работы полевых штабов и особенности реакций каждой из исследуемых партий на изменение общественно-значимых переменных уже в ходе самой кампании.

Для большинства акторов в кампаниях 1999-2003гг. было характерно широкое использование возможностей прямого общения с избирателями на массовых акциях посредством агитационной работы по месту жительства избирателей и т.д. Данная активизация была связана как с высокими ставками в кампании 1999г. для фаворитов избирательной гонки, так и с отсутствием иных каналов политической коммуникации для большинства партий в 2003г. Отдельно анализируются проблематика внесения изменений в повестку дня и способность партий подстроить свои электоральные стратегии под изменившуюся «главную тему кампании». Эти изменения, в 1999г. связанные с началом второй чеченской кампании, первоначально потребовавшие от партий быстрого тактического маневрирования, в дальнейшем зачастую приводили к значительным изменениям стратегии партии. В 2003 такой главной темой кампании стала антиолигархическая кампания, которая обрела свое материальное воплощение в «деле Юкоса».

Анализ действий российских оппозиционных партий, напрямую связанных с «Юкосом», позволяет выявить современные способы тактической борьбы указанных партий. К характеристикам этих способов борьбы в первую очередь можно отнести бесконфликтность, так как ни одна из партий не решилась полностью на открытое выступление на стороне нефтяной кампании. Действия акторов были половинчатыми, в значительной степени не позволяющими рядовому избирателю выявить четкую позицию партии по этому вопросу. Это привело как к общему снижению энергетики кампании, позволившей наблюдателям еще до ее завершения определить ее как «вялотекущую», так и утратой многими оппозиционными акторами

одной из важнейших позиций, по которой проводился раздел между оппозиционными акторами и пропрезидентскими.

Следует отметить, что вообще стратегическое разделение акторов на оппозиционные и не оппозиционные президенту, хоть и, безусловно, имело место, но в значительной мере старательно скрывалось многими партиями, чтобы не оттолкнуть от себя часть избирателей Путина, не голосующих за «Единую Россию». Данная особенность политического позиционирования партий нашла свое отражение в особенностях интервью партийных лидеров и проведения теледебатов, где большинство партий старались представить себя оппозиционными правительству, но не президенту.

Особенностью выборов 2003г. стало нарушение монополии ЛДПР на организацию скандалов в прямом эфире. Блок «Родина» проявил себя одним из наиболее ярких участников предвыборной гонки, особенно после выхода на первый план Д.Рогозина, использовавшего национал-социалистическую риторику в теледебатах. Можно отметить, что использование тактики предложения новых политических идей, как правило, популистского характера, было характерно и для СПС (Либеральная империя) и для «Родины» (Земельная рента). Но разница результатов этих партий объясняется комплексом причин скорее стратегического, чем тактического плана.

В целом стоит отметить, что эволюция партийной тактики проведения избирательных кампаний привела к изменению скорости реагирования политических партий на изменения информационной среды не только в центре, но и в регионах.

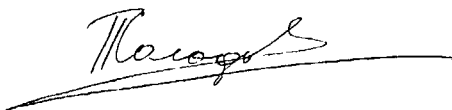
В **заключении** соискатель рассматривает отдельные элементы эволюции стратегии и тактики основных политических сил, делает выводы об обусловленности развития тех или иных элементов стратегии и тактики партий, сравнивает интенсивность и глубину эволюции стратегии и тактики основных политических акторов.

Рассматриваются перспективы развития стратегии и тактики основных политических партий в условиях изменяющегося политического и правового поля в зависимости от их политического положения. Автор выдвигает тезис об ограниченности выбора политической стратегии в современных условиях, что приводит к ситуации относительной прогнозируемости развития стратегий политических партий.

Анализируются возможности ведущих политических сил страны к результативному участию в выборах в новых политических и правовых условиях с учетом новейших тенденций проведения избирательных кампаний в бывших советских республиках. Проводится сравнительный анализ политических явлений и закономерностей российской политической действительности и стран, где произошли революционные события. На основании этого анализа диссертантом делается вывод о вероятности эффективного использования таких стратегий политической борьбы только при значительных изменениях российского политического поля.

Основные положения диссертации опубликованы в следующих работах:

1. Солодовников П.В. «Единая Россия» и «Яблоко»: Избирательные тактики и стратегии//Человек и власть в современной России. Саратов. Издат. центр СГСЭУ. 2004. 0,5 п.л.
2. Солодовников П.В. Особенности избирательной кампании 2003г. партии «Яблоко» в Саратовской области//Социально-экономическое развитие России: проблемы, поиски, решения. Саратов. Издат. центр. СГСЭУ. 2004. Ч.-1. 0,5 п.л.
3. Никонова Т.В., Солодовников П.В. Телевидение и федеральные выборы в России в 1999, 2003гг.//Человек и власть в современной России. Саратов: Издат. центр СГСЭУ. 2005. 0,5 п.л.

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'П.В. Солодовников', is written over a horizontal line.

СОЛОДОВНИКОВ ПАВЕЛ ВЯЧЕСЛАВОВИЧ

Стратегия и тактика российских политических партий на выборах в
Государственную Думу
Федерального Собрания 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

Подписано в печать 14.11.2005г.
Бумага типограф. №1
Печать офсетная
Заказ № 470

Формат 60х1/16
Гарнитура «Times»
Уч.-издат. л. 1,5
Тираж 100 экз.

Издательский центр
Саратовского государственного
социально-экономического университета
410003, г.Саратов, ул. Радищева, 89

РНБ Русский фонд

2006-4

26863