

На правах рукописи

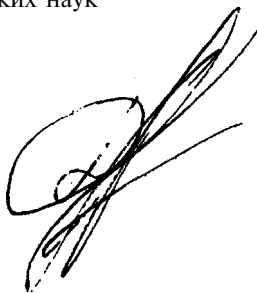
Дубенков Денис Юрьевич

**ОСОБЕННОСТИ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ
ПО ВЫБОРАМ ГЛАВЫ СУБЪЕКТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ
И ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ)**

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

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук



Иркутск - 2004

Работа выполнена на кафедре современной отечественной истории Иркутского государственного университета

Научный руководитель: доктор исторических наук,
профессор **Кузнецов СИ.**

Официальные оппоненты: доктор социологических наук,
профессор, кандидат политических наук **Дагбаев Э.Д.**

кандидат политических наук
Маглеев А.А.

Ведущая организация: Иркутский государственный
педагогический университет

Защита состоится 17 декабря 2004 года в 10.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.022.01 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора наук при Бурятском государственном университете по адресу: 670000, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Бурятского государственного университета.

Автореферат разослан 13 ноября 2004 г.

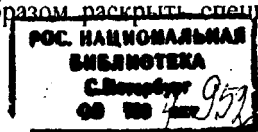
Ученый секретарь
диссертационного совета,
доктор философских наук,
профессор



Цырендоржиева Д. Ш.

I. Общая характеристика работы

Актуальность исследования. Региональная избирательная кампания находится сегодня в фокусе внимания политической науки в силу ряда причин. Во-первых, она позволяет разного рода акторам отрабатывать в регионах модели предстоящих федеральных избирательных кампаний. Во-вторых, она является отражением расстановки политических сил на федеральном уровне. В-третьих, целостное представление о выборах в России переходного периода невозможно составить без анализа избирательной специфики ее отдельных регионов. Одна из важных проблем заключается в том, что круг реальных участников избирательной кампании по выборам главы субъекта РФ не раскрыт в полной мере. С одной стороны, существует Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», который на первый взгляд дает исчерпывающий список участников избирательной кампании: граждане России, иностранные граждане, избиратели, избирательные комиссии, члены избирательных комиссий с правом решающего голоса, органы местного самоуправления, и их должностные лица, государственные и муниципальные служащие, избирательные объединения, правоохранительные органы, администрации предприятий, учреждений, организаций, кандидаты, депутаты, доверенные лица, наблюдатели (в т.ч. международные) и СМИ. Однако проведенный нами политологический анализ региональных выборов как в Иркутской области и Красноярском крае, так и в других субъектах РФ позволяет сделать вывод о том, что этот внушительный список далеко не полный. В то же время, анализ нами множества работ различных политических исследователей позволяет констатировать, что не наблюдалось попыток вычленив из всей массы участников губернаторской избирательной кампании круг ее наиболее основных «игроков», дать их подробную характеристику, раскрыть их мотивацию участия в выборах такого уровня, определить степень их влияния на ход и исход региональной избирательной кампании. Именно этот круг актуальных политических вопросов, может помочь полноценным образом раскрыть специфику избира-



тельной кампании по выборам главы российского региона. Значимость губернаторских выборов, состоит в том, что они априори являются главным региональным политическим событием четырехлетия, от исхода которого зависит, кто из кандидатов получит от избирателей мандат на управление субъектом Федерации, какие векторы политического и социально-экономического развития региона будут избраны губернатором, и, самое главное, каковы будут последствия для региона и его жителей проводимой им политики. Кроме того, с помощью данного политического института происходит формирование губернаторского корпуса, подготовка его представителей на уровне региона к реализации функций политического руководства страной в случае победы на президентских выборах. Этим и обуславливается актуальность нашего исследования.

Избранные для исследования регионы являются модельными по отношению к общероссийской действительности. В связи с этим необходимо назвать критерии их модельности.

Во-первых, это институциональные конфликты, в рамках которых выделяется несколько подвидов. Всех их объединяет стремление каждой из участвующих сторон перераспределить региональные ресурсы в свою пользу.

1. Конфликт Федерального центра и губернатора. Во многих российских регионах подобные конфликты по линии губернатор - Федеральный центр получили широкое распространение в политической практике. Речь идет о таких губернаторах как Э. Россель в Свердловской области, Е. Наздратенко в Приморском крае, Н. Кондратенко в Краснодарском крае, М. Шаймиев в Татарстане, М. Рахимов в Башкирии, В. Сумин в Челябинской области, Д. Аяцков в Саратовской области и многих других их коллег по губернаторскому корпусу. Иркутская область, как и Красноярский край - модели этого явления. Так губернатор Приангарья Ю. Ножилов, указом главы государства в 1995 году отстранялся от занимаемой должности. Однако спустя некоторое время президент вынужден был отменить свой указ. В Красноярском крае в ходе выборов главы региона Зубов вступил в открытый конфликт с Федеральным центром. Эта линия на конфронтацию с федеральными структурами нашла свое продолжение и при новом губернаторе Лебеде.

2. Конфликт исполнительной и законодательной ветвей власти стал атрибутом политической жизни многих регионов. Как правило,

такой конфликт достигает своего апогея в период губернаторских выборов, в которых в борьбу вступают инкубент и глава регионального депутатского корпуса. Например, в 1996-1997 гг. подобная ситуация наблюдалась в 13 регионах. В 2000 г. она прослеживалась в Хакасии (председатель правительства А. Лебедь - председатель Верховного Совета А. Штыгашев), а в 2001 в республике Коми (президент В. Спиридонов - председатель Законодательного Собрания С Торлопов). Однако она может проявляться и вне выборов, как, например, в Петербурге в 2000-х гг. Красноярский край отражает эту ситуацию своим противостоянием Законодательного собрания с первым губернатором А. Вепревым в 1993 г. В Иркутской области подобное явление прослеживалось 2000-2003 гг., в ходе которого оппозиционные губернатору председатели Законодательного Собрания В. Боровский и С. Шишкин потеряли свои посты.

3. Конфликт губернатор - мэр города - донора. Причиной становится несправедливое перераспределение губернатором налогов, заработанных этим городом, в консолидированный бюджет региона, из которого они поступают в бюджеты дотационных территорий. Таким образом, дополнительные средства, заработанные городом - донором у него отнимаются, и исчезает стимул к зарабатыванию сверхприбыли. Очень часто место такого противника губернатора занимает глава региональной столицы, где наблюдается высокая концентрация торгового капитала — источника весомых налоговых отчислений. Такая ситуация присутствовала в подавляющем большинстве российских территорий: Приморский край (В.Черепков - Наздратенко), Калининградская область (Л. Горбенко - В. Савенко), Омская область (В. Полежаев - В. Рощупкин), Волгоградская область (Н. Максютя - Ю. Чехов). Иркутский и Красноярский регионы - это модели данного институционального конфликта. В первом идет перманентный конфликт мэра В. Якубовского и губернатора Б. Говорина, во втором - наблюдался конфликт сначала губернатора Зубова, а затем и Лебеда с мэром Норильска О. Бударгиным.

4. Конфликт губернатора и хозяйствующей элиты, который получил распространение во многих регионах. В данном случае губернатор стремится проводить патерналистскую линию поведения в отношениях с хозяйствующей элитой, которая, в свою очередь, имея в собственности бюджетообразующие производственные ресурсы, стремится к политическому доминированию в регионе. Например,

Свердловская область (Э. Россель - С. Носов генеральный директор Нижнетагильского металлургического комбината), Кемеровская область (А. Тулеев - А. Живило владелец МИКОМ). В Красноярске стал очень острым конфликт Зубова с Норильским горно-металлургическим комбинатом, Лебеда с собственником КрАЗа А. Быковым, а в Иркутской области - Говорина с менеджментом «Иркутскэнерго».

Во-вторых, диверсифицированная экономика, которая отличается производством разнородных товаров и оказанием разных услуг. Такое положение вещей является типичным для общероссийской ситуации и в то же время присутствует в Красноярском крае и Иркутской области, которые в таком случае являются модельными в этом отношении.

Таким образом, исходя из вышеназванных критериев модельность двух регионов очевидна, что позволяет изучать губернаторские выборы на их территории.

Степень научной разработанности темы. Анализ работ написанных еще мыслителями античного общества обнаруживает их стремление к рассмотрению выборов как политического явления и процесса. О наличии института выборов свидетельствовал Марк Туллий Цицерон, по словам которого граждане древнего Рима «имели выборных правителей». Подобный институт, посредством которого «свободный народ выберет людей, чтобы вверить им себя, - а выберет он, только наилучших людей», по мнению Цицерона, способствует формированию «наилучшего государственного устройства». Однако уже тогда данный политический институт имел такую негативную черту, как подкуп избирателей. Этот вывод вытекает из утверждения Цицерона о «появлении превратных понятий у людей, которые полагают, что состоятельные люди - наилучшие. Вследствие этого заблуждения черни государством начинают управлять богатства немногих»¹.

Проблема завоевания верховной власти с помощью института выборов и последующего ее удержания находила отражение в работах Николо Макиавелли. Итальянский мыслитель отмечал, что одним из факторов обретения человеком верховной власти является «благово-

¹ Цицерон Марк Туллий О государстве; О законах; О дружбе. - М.: Мысль, 1999.- С.230.

ление к нему сограждан», т.е. очевидно, что народ является источником власти «возвышая кого-нибудь из своих и провозглашая его государем»².

Из современных иностранных исследователей выборной проблематике глубокое внимание уделяли американские и европейские ученые Р. Буч и Д. Виклем, которые анализировали модели и тенденции электорального поведения³.

Роль средств массовой информации и в, частности телевидения, как самого мощного инструмента агитационно-пропагандистского воздействия на сознание избирателей в период проведения избирательных кампаний были в фокусе внимания А. Рэнни и Д. Грэбера⁴.

Р. Макридис, анализируя избирательные кампании ряда европейских стран, раскрывает образцы и тенденции поведения избирателей на выборах президента и Национального собрания во Франции. По его мнению, основными факторами, определяющими электоральный выбор в данной стране, являются социально-экономический и идеологический. Относительно выборов в Германии Макридис приходит к выводу, что в агитационный период они все больше проходят по американским стандартам в силу широкого применения кандидатами таких приемов, как реклама в СМИ и на уличном пространстве, личные встречи с избирателями, участие в теледебатах. Автор также анализирует электоральную базу основных британских политических партий: Консервативную и Лейбористскую, делая вывод, что первая в ходе парламентских выборов «использует в качестве электоральной мишени рабочий класс («синих воротничков»), а вторая - средний класс («белых воротничков»)»⁵.

К настоящему моменту вышло в свет значительное, количество литературы, раскрывающее опыт западных стран в технологиях ведения избирательных кампаний разного уровня. В основном, это труды, специализирующиеся на освещении стратегических аспектов

² Макиавели Н. Государь. Рассуждения о первой декаде Тита Ливия. - М.: СГУ, 2000. - С. 75.

³ Buch R. The new black vote: politics and power in four american cities. Chicago, 1984; Weakliem D. Two models of class voting // British journal of political science. - 1995. - Vol. 25. - № 2. - P. 254 - 270.

⁴ Ranney A. Channels of power. - N.Y., 1983; Graber D. Mass media and American Politics. - N.Y., 1988.

⁵ Macridis Roy Modern political systems: Europe. - New Jersey, 1990.

выборов Н. Полсби и А. Вилдавски, либо их тактических приемов Д. Ниммо или же охватывающие оба эти направления: Д. Линдон⁶.

На сегодняшний день существует большое количество отечественной литературы посвященной анализу выборных процессов, которые можно сгруппировать следующим образом.

Первая группа описывает теоретическую базу демократических выборов, подробно раскрывая их принципы, функции, этапы, а также виды избирательных систем. К ним относятся работы В. П. Пугачева, В. С. Комаровского, В. Н. Амелина и Н. С. Федоркина⁷.

Вторая группа работ посвящена обобщению накопленного к текущему моменту избирательного опыта зарубежных исследователей. Исходя из лингвистического профиля отечественных авторов, здесь выделяется два основных направления исследования: франкоязычное и англоязычное. Первое ориентировано на изучение французских общенациональных избирательных кампаний и представлено трудами Е. И. Морозовой и А. И. Ковлера, второе - американских и английских, в разработке которых в наибольшей степени преуспел Г. Г. Почепцов. Однако эти работы не раскрывают новейшие тенденции западных избирательных кампаний, т.к. их анализ ограничивается временными рамками 1950-начала 1990-х годов⁸.

Третья группа - исследования прикладного характера, которые сегодня весьма актуальны в силу востребованности книг, являющихся своего рода пособиями по организации и проведению избирательных кампаний. Более того, уже можно говорить об их четкой специа-

⁶ Polsby N., Wildavsky A. Presidential Elections: contemporary strategies of american electoral politics. Washington, 1988; Nimmo D. The political persuaders: the technologies of modern election campaigns. - N.Y., 1970; Lindon D. Political and Social Marketing. - Dallos, 1976.

⁷ Пугачев В. Выборы: общая теория в российских иллюстрациях // Вестн. Моск. ун-та. - Сер. 12: Политич. науки. - 1997. - № 4. - С. 3-31; Комаровский В.С. Демократия и выборы в России: теория и история вопроса. - М.: Аспект Пресс, 1999. - 55 с; Амелин В. Н., Федоркин Н. С. Стратегия избирательной кампании. - М.: РЦОИТ, 2001. - 105 с.

⁸ Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии - М.: РОССПЭН, 1999. - 247с; Ковлер А. И. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт. - М.: Изд-во ИГПАН, 1995. - 116 с; Почепцов Г.Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента. - Киев: Изд-во АДЕФ - Украина, 1997. - 140 с.

лизации в рамках данного направления. Так, например, над психологическими аспектами изучения избирательных кампаний работают А. Д. Карнышев, К. С. Жуков, В. Ф. Шестак; над социологическими - В. А. Чередниченко; над политологическими - Ф. Н. Ильясов; над правовыми - В. В. Игнатенко и А. Е. Штурнев; над коммуникативными - А. Дмитриев, В. Латынов и А. Хлопьев⁹.

Четвертая группа - работы, касающиеся региональных избирательных кампаний, в которых раскрываются универсальные подходы, к выборам, проводимым, именно, на уровне субъектов Федерации: А. А. Мирошниченко, О. П. Кудинов¹⁰. Однако специфика каждого из этапов региональной избирательной кампании, набор ее латентных и публичных участников, факторы их включения в этот процесс освещены фрагментарно. Другая часть работ затрагивает выборы только в отдельных регионах России: Е. Минченко, Н. Петров¹¹. И если к теме красноярских губернаторских выборов они обращаются в силу фактора Лебеда, то иркутские губернаторские выборы фактически (за исключением одной главы в книге Е. Н. Минченко) остаются на периферии исследовательского интереса. Предпринимаются и попытки комплексного исследования выборов всех уровней в каждом из субъектов РФ, которые, несмотря на сжатость изложенных материалов по отдельным кампаниям, позволяют понять региональную избирательную палитру в целом. Подобный исследо-

⁹ Карнышев А.Д., Жуков К.С., Шестак В.Ф. Психология и технология политического соперничества. - М.: ИМА-пресс, 2001. - 208 с; Чередниченко В.А. Социологическая информация в избирательных кампаниях. - М.: Изд-во Международного республиканского института» 2001. - 113 с; Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. - М.: Изд-во ИМА-пресс, 2000. - 200 с; Игнатенко В.В., Штурнев А.Е. Законодательство о выборах и референдумах. Основные понятия и термины - Иркутск: Изд-во ИГЭА, 1998. — 119с; Дмитриев А, Латынов В., Хлопьев А. Неформальная политическая коммуникация. - М.: Аспект - пресс . - 1998.-202 с.

¹⁰ Мирошниченко А.А. Выборы: от замысла до победы (предвыборная кампания в российском регионе). - М.: Центр, 2003. - 304 с; Кудинов О.П. Основы организации и проведения избирательных кампаний в регионах России. - Калининград: Янтарный сказ. - 469 с.

¹¹ Минченко Е.Н. Как стать и остаться губернатором. - Челябинск: Изд-во «Урал Л.Т.Д.», 2001. - 478 с; Петров Е.В. Генерал Лебедь в Красноярске. - М: Альянс, 1999. - 187 с.

вательский прецедент был создан в 1997 г. Московским отделением фонда Карнеги, который под редакцией М. Макфола и Н. Петрова выпустил двухтомное издание «Политический альманах России»¹².

Пятая группа - это научно-публицистические издания на предвыборную тему. Такая литература интересна диссертанту широким набором неизвестного фактологического материала, почерпнутого авторами из предвыборной практики, непосредственными участниками которой они являлись. Речь идет о трудах таких политологов как С. А. Марков, А. Цуладзе¹³.

Таким образом, в последние годы в зарубежной и отечественной литературе было выпущено значительное количество работ, посвященных избирательным кампаниям. Однако исследований, раскрывающих элитные взаимоотношения выборов глав российских регионов, в отличие от их электоральных аспектов, явно недостаточно. Слабо изученным остаются особенности избирательных кампаний по выборам глав субъектов Федерации, таких как Красноярский край и Иркутская область в условиях переходного периода.

Цель исследования. Раскрыть особенности избирательной кампании по выборам главы субъекта РФ, на примере модельных регионов: Красноярского края и Иркутской области.

Задачи исследования:

- 1) раскрыть структуру избирательной кампании как инструмента формирования государственной власти;
- 2) проанализировать методологические подходы и методы исследования избирательной кампании;
- 3) рассмотреть административно-территориальный и экономический факторы как предпосылки формирования расстановки сил на выборах главы субъекта РФ в Красноярском крае и Иркутской области;
- 4) изучить избирательный рынок Красноярского края и Иркутской области с точки зрения состава его участников и мотивов присутствия в нем ключевых акторов выборов главы субъекта РФ;

¹² Политический альманах России 1997: В 2-х т. / Под ред. М. Макфола и Н. Петрова. - М.: Моск. центр Карнеги, 1998. - 1104 с.

¹³ Марков С.А. PR в России больше чем PR. - М: ООО «Издательство АСТ»: ООО «Издательство Астрель», 2001. - 288 с; Цуладзе А. Большая манипулятивная игра. - М.: Алгоритм, 2000. - 336 с.

5) выявить механизмы взаимодействия акторов в ходе этапов избирательной кампании по выборам главы субъекта РФ.

Объект исследования. Избирательная кампания главы субъекта Федерации в Красноярском крае и Иркутской области.

Предмет исследования. Элитные взаимоотношения в избирательной кампании в Красноярском крае и Иркутской области.

Гипотеза исследования. Главной особенностью выборов главы субъекта Федерации в Красноярском крае и Иркутской области является участие в них ФПП, которые играют доминирующую роль, посредством финансирования кандидатов, и рассматривают избирательную кампанию, как инструмент приобретения государственной власти ради контроля над экономическими ресурсами и их последующей эксплуатацией.

Теоретическая и методологическая база исследования. В данной работе автор использовал фундаментальные общенаучные методы познания, используемые в политологии: институциональный, исторический, сравнительный, а также специфические социологические методы. Методологической основой реализации цели и задач диссертационной работы также послужила и концепция Наффилдского колледжа (Великобритания), основанная на многофакторной оценке результатов выборов. В соответствии с положениями данной концепции наряду со статистическими данными о результатах избирательной кампании, при анализе учитывалась роль текущей политики до начала избирательной кампании и особенно в период избирательной кампании, состав кандидатов, роль политических партий.

Теоретическую основу диссертации составили положения, принципы и категории политической и социологической наук, научные труды Й. Шумпетера, Д. Линдона, Ф. Гоулда, О.П. Кудинова и ряда других, чьи разработки сформировали методологическую базу для изучения выборов и поведения их акторов. При работе над диссертацией автор опирался на результаты исследований таких ученых как О. В. Гаман - Голутвина, Е. Г. Морозова, Е. Н. Минченко и ряда других.

Важными для диссертационной работы явились официальные документы органов государственной власти РФ, Красноярского края и Иркутской области, данные статистических сборников Центризбиркома РФ, избиркомов Красноярского края и Иркутской области.

Эмпирической базой исследования явились результаты экспертного опроса, проведенного автором в 2002 г. Использование данного метода позволяет основательно исследовать элитные взаимоотношения участников избирательной кампании, что и послужило мотивом его использования в нашей работе. В ходе данного исследования были проинтервьюированы 16 экспертов на территории Красноярского края и Иркутской области.

Также проведен качественный анализ центральной печати, региональных и местных печатных изданий Красноярского края и Иркутской области, что позволило аккумулировать фактологическую базу диссертационной работы. Анализ отдельных данных электоральной статистики позволил выявить определенные тенденции, прийти к важным для диссертационного исследования выводам. Кроме того, использовался вторичный анализ материалов социологических опросов, проведенных различными социологическими центрами, который способствовал, аргументировано интерпретировать различные факты, события и процессы.

Диссертант опирался и на результаты наблюдения, полученные, в том числе и в ходе непосредственного участия в проведении избирательных кампаний по выборам глав субъектов Федерации Иркутской области 1997 и 2001 гг. и Красноярского края 2002 г., что позволило понять реальные факторы, которые оказывали влияние на предвыборное поведение акторов.

Научная новизна диссертационной работы. Выявлены факторы, являющиеся предпосылками формирования расстановки сил в избирательной кампании по выборам главы субъекта Федерации в Иркутской области и Красноярском крае, определен круг основных участников региональной избирательной кампании, раскрыта их мотивация участия в ней, определена степень их влияния на ход и исход выборов губернаторов РФ.

На защиту выносятся следующие положения:

В условиях переходного периода для избирательной кампании по выборам главы субъекта Федерации в Красноярском крае и Иркутской области характерны нижеперечисленные особенности:

- Первая - участие электората и элит других субъектов Федерации: УОБАО в выборах главы Иркутской области и ТАО и ЭАО в Красноярском крае. Предпосылкой такого положения вещей является принцип административно-территориального деления заложен-

ный в Конституции РФ, где автономные округа являются частью краев и областей, но при этом имеют статус независимых субъектов Федерации. Это позволяет избирателям округа участвовать как в выборах главы своего субъекта Федерации, так и в выборах главы края или области, в который входит их округ, что находит отражение в Уставах сложносоставных субъектов Федерации: Красноярского края и Иркутской области. В результате может сложиться такая ситуация, когда при приблизительном равенстве сил кандидатов, избиратели округа манипулируемые, посредством деструктивных избирательных технологий, окружной политической элитой, могут перевесить чашу весов в пользу кандидата, который проиграет в области, но будет избран губернатором за счет голосов окружного электората. Именно такой прецедент сложился в 2000 году на выборах губернатора Тюменской области, которая является сложносоставной и включает в себя Ямало-Ненецкий и Ханты-Мансийский автономные округа. В результате набравший большинство голосов в своей Тюменской области Л. Рокецкий, оказался проигравшим, т.к. его соперник - С. Собянин, консолидировавший вокруг себя окружной истеблишмент, получил больше голосов на территории двух округов и, таким образом, стал губернатором. На выборах главы Иркутской области сложилась почти, что схожая ситуация, и хотя рубикон перейден не был, перспектива повторения событий по тюменскому сценарию сохраняется. Таким образом, в соответствии с подобным сценарием избиратели одного субъекта Федерации (области/края), вынуждены подчиниться воле избирателей другого региона (округа), под час незнакомых с истинным положением дел в соседней территории и оказавшихся под воздействием нелегальных и некорректных избирательных технологий, и взаимодействовать четыре, или пять лет (в зависимости от положения Устава региона) с губернатором, который, по их мнению, не достоин выборного поста. При этом последствия такого исхода губернаторских выборов, определяемого не столько избирателями, сколько в результате договоренности элитных группировок имеют негативный характер: отчуждение избирателей от власти, голосование «против всех» на выборах разного уровня, абсентеизм, которые существенно снижают легитимность избранных в органы государственной власти лиц.

- Вторая - доминирующую роль в избирательных кампаниях по выборам глав субъектов Федерации играет институт ФПГ. Предпо-

сылкой этой особенностью является фактор высокого экономического потенциала Красноярского края и Иркутской области (производственные и сырьевые ресурсы), который стимулирует интерес ФПГ к участию в избирательной кампании. Результаты проведенного исследования позволяют говорить об устойчивом предвыборном участии в выборах глав этих регионов ФПГ Интеррос, являющейся владельцем Норильского горно-металлургического комбината в крае и совладельцем Ковыктинского газо-конденсатного месторождения в области. Обращает на себя тенденция всеобщего финансирования кандидатов финансово-промышленными группами и в том и в другом регионах, особенно на иркутских выборах, где все семь претендентов опирались на деньги ФПГ. Исходя из этого, мы делаем вывод, что ФПГ рассматривают избирательную кампанию по выборам главы субъекта Федерации как инструмент приобретения государственной власти, которая позволяет им осуществлять экономическую и политическую экспансию в регионе.

- Третья, основным фактором победы кандидата в Красноярском крае и Иркутской области является финансовая опора на ФПГ. И это, естественно, поскольку высокая инвестиционная привлекательность региона провоцирует жесткую конкуренцию экономических акторов, требующую формирования латентных предвыборных бюджетов исчисляемых миллионами долларов, использование которых нарушает избирательное законодательство, прежде всего его финансовую сторону. Это дискредитирует идею честных и чистых выборов. В условиях функционирования института избирательного рынка финансовый ресурс дает возможность кандидату, вступая во взаимовыгодный обмен с другими основными акторами (избирателями, Федеральным центром, местной административной элитой, политическими партиями, СМИ, окружной политической элитой, имиджмейкерскими структурами) получать новые необходимые для победы ресурсы: административные, информационные, политические, командные и, наконец, электоральные.

Особую актуальность фактор максимальной капитализации кандидатами финансовых ресурсов ФПГ приобретает в условиях двухтурового характера выборов в Красноярском крае и Иркутской области. Исследование показало, что мощный поток финансов, шедший от ФПГ в предвыборные бюджеты Лебеда и Говорина на протяжении всей кампании помог им одержать победу и, напротив, дефицит фи-

нансов у Зубова и Левченко, особенно во втором туре, не позволил им эффективно провести свои кампании и привел к поражению.

Теоретическая значимость исследования. Диссертационная работа позволяет с теоретических позиций более полноценно понять структуру избирательной кампании и ее региональные особенности, а также может служить дополнительным стимулом для постановки новых проблем изучения демократических выборов в современной России.

Результаты проведенного исследования позволяют выявить латентные механизмы прихода кандидатов в органы государственной власти регионального уровня посредством участия в губернаторских выборах, факторы победы и поражения в предвыборной борьбе в условиях переходного периода.

Практическая значимость исследования. Содержащиеся в диссертации рекомендации могут быть использованы органами государственной власти и местного самоуправления для разработки программ оптимизации предвыборных процедур в современной России

Материалы диссертации могут использоваться в преподавании курсов политологии, политической социологии, политического менеджмента в высших учебных заведениях.

Собранный эмпирический материал, результаты и выводы исследования могут использоваться кандидатами на выборные посты в органы государственной власти и МСУ и членами их команд для предвыборной диагностики избирательных округов, прогнозирования итогов предстоящих губернаторских выборов и других целей, которые требуют своего решения в процессе организации и проведения избирательных кампаний различного уровня.

Апробация работы. Диссертация обсуждена на заседании кафедры современной отечественной истории Иркутского государственного университета (февраль 2004 г.), а также на заседании кафедры философии Бурятского государственного университета (октябрь 2004 г.). По итогам обсуждений была рекомендована к защите. Основные положения диссертации были представлены в докладах и выступлениях на конференциях.

Структура диссертации. Диссертационная работа состоит из введения, основной части, включающей две главы из пяти параграфов, заключения, библиографического списка литературы и приложений.

II. Содержание работы

Во введении обосновывается актуальность темы диссертации, степень научной разработанности, определены предмет и объект исследования, методы, цели и задачи диссертации, отмечается научная и практическая значимость содержащихся в работе положений и выводов.

Первая глава «Теоретико-методологические основы изучения избирательной кампании в политической науке» состоит из двух параграфов: «Избирательная кампания как инструмент формирования государственной власти» и «Методологические подходы и методы исследования избирательной кампании»

В первом параграфе автор приводит разные точки зрения исследователей относительно базового для диссертационной работы понятия «избирательная кампания». Несмотря на то, что теоретические взгляды на данное явление прошли в своем развитии достаточно длительный в историческом плане период, ни одно из существующих к настоящему моменту ее определений не является полноценным. В ряде работ избирательная кампания рассматривается с сугубо правовой точки зрения (В.В. Игнатенко и А.И. Штурнев, С. Д. Князев, А. В. Иванченко). В других - с позиции маркетингового подхода (Д.В. Нежданов, Ф. В. Ильясов). Для третьей группы ученых избирательная кампания представляется способом формирования как органов власти, так и органов управления различных общественных организаций (В.Х. Халипов, В. П. Пугачев).

Таким образом, наличие разнообразных теоретических взглядов свидетельствует о многогранности изучаемого явления, именно поэтому к ее решению можно подходить с разных сторон. В диссертации раскрывается содержание каждой из приведенных трактовок и отмечается правомерность подобного понимания избирательной кампании. Вместе с тем, для всех перечисленных подходов общим является признание того, что избирательная кампания - важнейший компонент политической жизни.

По мнению автора, избирательную кампанию можно охарактеризовать как включенность в ограниченный законодательными и временными рамками процесс по реализации стратегии и тактики предвыборной кампании кандидатов и их команд, различного рода госу-

дарственных и общественных структур, элитных групп, с одной стороны, и избирателей с другой, направленный на избрание путем всеобщих демократических выборов кандидатов в органы государственной власти и местного самоуправления.

В диссертационной работе автор ставит задачу выявить стимулы участия различных акторов в избирательной кампании. Для их понимания автор раскрывает такие политические категории как государство и власть, в результате чего приходит к выводу, что избирательная кампания является не только инструментом формирования государственной власти, но и средством доступа финансово-политических группировок к государственной власти, которые с помощью победившей на выборах креатуры, стремятся установить контроль над финансовыми потоками от эксплуатации региональных ресурсов.

Пониманию сущности избирательной кампании способствует анализ ее механизмов и факторов, действие каждого из которых позволяет сделать выборы политически жизнеспособными, а участие в них разных акторов эффективным.

К основным механизмам избирательной кампании, подробно рассмотренным соискателем в тексте диссертации, следует отнести следующие: избирательная система, система избирательных комиссий, реклама, связи с общественностью, избирательные технологии.

К числу факторов избирательной кампании относятся предвыборные ресурсы: финансовые, информационные, административные, политические, личностные, командные, временные.

На основе ряда критериев в диссертации выделяются модели избирательной кампании, свойственные политическому прошлому, настоящему и будущему России. Диссертант указывает на их характерные черты и высказывает свою точку зрения относительно целесообразности применения подобных моделей в ходе непосредственного проведения избирательных кампаний.

Во **втором параграфе** приводится описание методологических подходов к исследованию избирательной кампании: социологического, социально-психологического, рационально-инструментального, коммуникативного и маркетингового. Обосновывается применение маркетингового подхода к изучению избирательной кампании, поскольку именно с его помощью возможно исследование множества акторов (а не отдельного его участника), включая ключевых, мотивов

их участия, способов взаимодействия, степени влияния на ход и исход выборов. С маркетинговой точки зрения избирательная кампания превращается в своеобразный рынок, на котором его участники стремятся прямо или опосредованно добиться контроля над государственной властью путем выгодного, с пользой для себя, обмена имеющихся у них в наличии ресурсов.

Для получения аналитической информации относительно избирательной кампании можно опираться на различные методы социологического исследования: электоральный опрос и его разновидности (метод «сита», метод «укола», метод «весы», опрос на выходе), экспертный опрос, фокус-групповое исследование, контент-анализ, наблюдение. Использование того или иного метода, как правило, зависит от поставленных исследователем задач.

В данном исследовании в качестве основного метода был использован экспертный опрос. Выбор этого метода был обусловлен тем, что он позволяет получить достоверные сведения об элитных взаимоотношениях в ходе избирательной кампании, раскрыть латентные механизмы выборов глав субъектов Федерации.

Помимо экспертного опроса в качестве дополнительного был использован иной метод исследования - наблюдение. В качестве объекта наблюдения выступали избиратели и представители политических, экономических и иных элитных групп, их предвыборное поведение, обстановка, в которой протекала их деятельность. Предметом наблюдения выступали вербальные и невербальные акты поведения, их содержание, формы выражения, специфические особенности. Результаты наблюдения, полученные, в том числе и в ходе непосредственного участия в проведении избирательных кампаний по выборам глав субъектов Федерации Иркутской области 1997 и 2001 гг. и Красноярского края 2002 г., позволили диссертанту понять реальные политические и экономические факторы, которые оказывали влияние на предвыборное поведение акторов.

В качестве общеполитологического метода исследования, в диссертационной работе был использован институциональный подход. Использование институционального и маркетингового подходов в сочетании с экспертным опросом и наблюдением позволило исследователю выявить роль ключевых политических институтов, таких как ФПГ, Федеральный центр, политические партии, СМИ, региональная административная элита, окружная элита, кандидаты, полит-

консалтинговые структуры, действующих на поле другого института - избирательного рынка и, через призму взаимодействия этих политических институтов, определить с помощью экспертов, особенности выборов главы субъекта Федерации, зафиксировать посредством наблюдения их предвыборное поведение, накладывающее отпечаток на ход и исход губернаторских выборов в Красноярском крае и Иркутской области.

Вторая глава «Специфика предвыборной борьбы за пост губернатора региона в условиях переходного периода» состоит из трех параграфов.

В первом параграфе **«Экономические и административно-территориальные факторы как предпосылки формирования расстановки сил на выборах главы субъекта РФ в Красноярском крае и Иркутской области»** раскрываются ряд факторов, определяющих специфику избирательной кампании в данных регионах.

Оба региона имеют статус сложносоставных, поскольку в территориальном плане включают в себя независимые субъекты Федерации: Иркутская область - Усть-Ордынский Бурятский автономный округ, а Красноярский край - Таймырский и Эвенкийский автономные округа. Такое положение вещей заложенное Конституцией РФ, а также рядом законодательных актов, в частности, законом «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», Уставами Иркутской области и Красноярского края обуславливает участие избирателей автономных округов в выборах глав регионов Иркутской области и Красноярского края. Поскольку выборы главы региона являются важнейшим политическим событием в его жизни, то в их процессе принимает непосредственное участие и окружающая элита, заинтересованная в отстаивании своих интересов в рамках сложносоставного субъекта Федерации. Тем самым административно-территориальный, фактор выступает предпосылкой формирования расстановки предвыборных сил (избирателей и истеблишмента автономных округов) главы субъекта Федерации в Иркутской области и Красноярском крае.

Красноярский край и Иркутская область характеризуются наличием на их территории внушительных сырьевых и производственных ресурсов, особо ликвидных на экономическом рынке, что провоцирует к ним интерес экономических акторов, прежде всего - финансово-промышленных групп (ФПГ). Данный институт заинтересован в

своей экономической экспансии в масштабах региона, эффективная реализация которой возможна в случае участия ФПГ в избирательной кампании по выборам главы региона путем всемерной поддержки одного из кандидатов на выборный пост. Таким образом, экономический фактор является второй важнейшей предпосылкой формирования расстановки предвыборных сил (ФПГ) главы субъекта Федерации в Иркутской области и Красноярском крае.

Второй параграф **«Региональный избирательный рынок: состав участников и мотивы присутствия»**, призван выявить ряд неисследованных аспектов выборов глав субъектов Российской Федерации.

А именно, выявляется основной круг участников регионального избирательного рынка, характерный для Красноярского края и Иркутской области. По мнению автора, это следующие акторы: избиратели, кандидаты, ФПГ, Федеральный центр, политические партии, СМИ, местная административная элита, окружная политическая элита, команды специалистов по организации и проведению избирательных кампаний.

Автор с позиции маркетингового подхода рассматривает избирательную кампанию как своеобразный рынок, в котором каждый из его участников имеет свои мотивы присутствия. Эти мотивы для каждого из участников дифференцированы, но, в конечном счете, сводятся к одному - взаимовыгодному обмену имеющимися в распоряжении ресурсами в ходе избирательной кампании.

Третий параграф **«Взаимодействие акторов на этапах предвыборной борьбы за пост главы региона»**, раскрывает непосредственный ход и исход избирательных кампаний по выборам глав регионов Красноярского края 1998 года и Иркутской области 2001 года.

В данном параграфе автором выявляются все этапы протекания избирательной кампании по выборам главы региона в современной России: предварительный, организационный, выдвижение и регистрация кандидатов, агитационный, голосование и подведение итогов выборов. В ходе этих этапов происходит взаимодействие акторов, которые обнаруживают стремление к взаимовыгодному обмену предвыборными ресурсами - административными, политическими, информационными, финансовыми, из которых наибольшую ценность на избирательном рынке представляют последние. Их источником,

согласно результатам исследования, являются ФПГ, что позволяет говорить о решающем влиянии данного политического института на исход выборов и рассматривать данное явление как основную специфику избирательной кампании по выборам главы региона в Красноярском крае и Иркутской области.

В заключении диссертации подводятся итоги исследования, формулируются его основные результаты и выводы.

Основные положения и выводы диссертации изложены в следующих публикациях:

1. Дубенков Д.Ю. Освещение выборов губернатора Иркутской области в печатных средствах массовой информации // Вестник Избирательной комиссии Иркутской области. - 1998. - № 2. - С.46-54.

2. Дубенков Д.Ю. Особенности избирательной кампании по выборам глав администраций российских регионов в 2000 году // Проблемы философии, политологии, истории и образования на рубеже тысячелетий: Тезисы докладов на Межвузовской научно-практической конференции. - Иркутск, 2000. - С. 62-63.

3. Дубенков Д.Ю. Нелегальные и некорректные избирательные технологии в выборной практике России: условия и мотивы применения, типология и механизмы защиты // Политическая трансформация современной России: сибирские регионы: Материалы научно-практического семинара. - Иркутск: Оттиск, 2002. - С. 76-81.

4. Дубенков Д.Ю. К вопросу об участии федеральных бизнес-структур в выборах глав субъектов Российской Федерации // Народы России, Сибири и стран Востока: история и современность: Тезисы докладов на Четвертой Международной научной конференции. - Москва- Иркутск, 2002.- С. 57-61.

5. Дубенков Д.Ю. Губернаторские выборы в современной России: опыт сравнительного анализа избирательных кампаний Красноярского края и Иркутской области // Вестник Иркутского государственного технического университета. - 2004. - № 2. - С. 160-161.

Подписано в печать 12.11.04. Формат 60 x 84 1/16.
Усл. печ. л. 1,2 усл. печ. л. Тираж 100. Заказ 1225.

Издательство Бурятского госуниверситета
670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а

#23787