

Министерство образования и науки Российской Федерации
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н. Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

На правах рукописи

Кафедра политических наук

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ НА РЕГИОНАЛЬНЫХ
ВЫБОРАХ 2015 ГОДА (НА ПРИМЕРЕ САРАТОВСКОЙ И
ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТЕЙ)

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 421 группы

Направления подготовки 41.03.04 «Политология» юридического факультета
Щербаковой Натальи Вячеславовны

Научный руководитель
профессор, д. п. н. А.А. Вилков

Заведующий кафедрой
профессор, д. п. н. А.А. Вилков

Саратов 2016

Актуальность темы исследования. В сентябре 2016 года нас ждет начало нового электорального цикла, который будет ознаменован выборами в Государственную Думу 18 сентября 2016 года. В этой связи, особую актуальность приобретает вопрос: какие тактики и стратегии будут применены политическими партиями и насколько результативными они окажутся? Для того, чтобы получить более точный ответ на данный вопрос, представляется важным изучение предшествующего опыта участия политических партий в предвыборных кампаниях. На наш взгляд, несмотря на то, что тактики и стратегии постоянно меняются в зависимости от особенностей конкретных избирательных кампаний, изучение специфики, которая проявилась в предшествующий период, дает возможность для более точного анализа сегодняшней ситуации.

Кроме того, на грядущих федеральных выборах будет применена новая модель смешанной избирательной системы, которая осложняет прогнозирование поведения политических акторов на выборах. Сегодня достаточно сложно предположить тактики и стратегии ведущих политических партий по опыту прошлых выборов, которые проходили в Государственную Думу по пропорциональной системе. Однако решению данной проблемы может способствовать анализ опыта региональных выборов, которые продолжали основываться на смешанной избирательной системе (в том числе и в сентябре 2015 год). Поэтому изучение опыта предшествующих региональных выборов очень актуально в виду возможностей его практической экстраполяции на ситуацию предстоящих федеральных выборов.

Степень научной разработанности. Изучение проблем региональных выборов их стратегий и тактик чрезвычайно актуально. Особое внимание проблематике трансформаций избирательных циклов и участия в региональных выборах политических партий уделяли исследователи В.С. Авдонин, В.Я. Гельман и Г.В. Голосов. Для нашей ВКР особенно важным является выделение в данных работах базовых стратегий и тактик, применяемых различными акторами предвыборных кампаний различного уровня.

В публикациях А.С. Автономова, А.А. Захарова, Е.М. Орловой дана оценка итогам выборов в региональные законодательные органы власти. Изучению роли региональных выборов в политическом процессе России посвящены исследования В.Н. Козлова, Д.Б. Орешкина, В.А. Колосова, Р.Ф. Туровского, А. Филипповой, а также А.Х. Халитовой. Данные работы позволили нам проанализировать какие стратегии и тактики оказали наибольшее влияние на итоги выборов различных уровней.

Электоральное поведение на выборах различных уровней было изучено такими исследователями как: Т.А. Васильева, В.Ю. Вобликов, М.Ю. Павлютенкова, Ю.А. Прохорова, А.Н. Ронжин, Г.Г. Ханов, Д.В. Чижов, Е.Б. Шестопал и др. Для нашей работы чрезвычайно важно исследование электоральных приемов, которые применяются политическими партиями и

организациями, воздействуют на модели поведения электората и влияют на результаты выборов.

Исследование уровней интереса к избирательному процессу при региональном измерении было у таких специалистов – Р.Ф. Туровского, Н.Д. Козлова. Теоретические обобщения опыта выборов на региональном уровне даны в ряде работ В.Я. Гельмана, Д.Б. Орешкина, Д.Д. Орешкиной и др., где предлагались модели региональных партийных предпочтений, а также были представлены индексы, показывающие уровень электоральной культуры в регионах. Изучение электоральных предпочтений позволило нам проанализировать тактические и стратегические приемы политических акторов.

Саратовская научная школа также внесла значительный вклад в изучении региональных выборов, избирательных технологий. Так, в работах А.А.Вилкова отражены специфики избирательных технологий, рассмотрены региональные трансформации партий, проанализированы итоги и перспективы на выборах 2015 г. При написании ВКР эти работы позволили проанализировать региональные выборы, проследить, как изменялись стратегии и тактики политических партий, а также как эти изменения влияли на результаты выборов.

Проблемой вовлечения граждан в избирательный процесс занимался М.В. Данилов. Влиянием модернизационных и традиционных ценностных политических ориентаций на молодежь занимался А.В. Богданов. Региональной спецификой политических механизмов взаимодействия органов государственной власти и политических партий (на примере Саратовской области) занимался А.А.Левченко. Работы Саратовских ученых позволили нам проследить вовлечение граждан в процесс политизации и как он влияет на региональную политику и деятельность региональных политических партий.

При написании ВКР нам необходим был опыт не только Саратовских ученых, но и Волгоградских. Волгоградская научная школа представлена Е.В. Ефановой и А.В. Богаповой, в работах была рассмотрена популистская риторика как основа мобилизации электората. В работе С.И.Морозова, Е.Л.Кулешовой анализируются проблемы на пути поиска региональной политической идентичности ввиду особенностей динамики регионального пространства. Изучение различных приемов влияния на электорат и выявление особенностей региональных выборов для политической идентичности были необходимы при написании нашей ВКР.

Проведенный анализ имеющейся литературы по данной проблематике показал, что авторами проделана большая работа по изучению специфики стратегий и тактик, применяемых на региональных выборах. Тем не менее, особенности проведения избирательных кампаний в Саратовской и Волгоградской области, на наш взгляд, изучены недостаточно и требуют большей разработанности.

Объектом выпускной квалификационной работы являются региональные выборы в Саратовской и Волгоградской области, которые прошли в сентябре 2015.

Предметом исследования являются особенности стратегии и тактик, основные факторы, которые их обусловили, основные технологии, формы и методы воздействия на избирателей, применяемые на выборах в Саратовской и Волгоградской области в сентябре 2015 года.

Целью исследования является анализ стратегий и тактик, которые применяются в избирательном процессе на примере двух региональных выборов в Саратовской и Волгоградской области для последующей корреляции результатов с поведением ведущих политических акторов на предстоящих выборах в Государственную Думу в сентябре 2016.

Задачи исследования:

1) проанализировать теоретическую базу проведения выборов, их сущность, виды, функции, различия;

2) выделить ключевые особенности теоретического и методологического основания поведения основных участников политических выборов в России;

3) проанализировать ход выборов в Волгоградской и Саратовской областях на предмет проведения выборов различных уровней, выделить их сходства и различия;

4) провести исследование специфик стратегий и тактик, которые применяли основные участники выбранных нами выборов и раскрыть их суть.

5) выявить тенденции использования стратегий и тактик на региональных выборах, которые можно коррелировать на будущие выборы в Государственную Думу в сентябре 2016.

Методология исследования:

В работе были использованы **метод контент-анализа, ситуационный метод и сравнительный метод.**

Для нашей выпускной квалификационной работы мы использовали контент-анализ, объектом которого стали публикации в сети Интернет, посвященные электоральной функциональности политических партий за период проведения избирательной кампании на региональных выборах 13 сентября 2015 года. Данный метод использовался при выявлении тенденций предвыборной борьбы основных политических акторов. Контент-анализ был также использован при исследовании материалов местных СМИ, сайтов партий и в Сети Интернет.

В результате применения ситуационного анализа нами были получены результаты, которые позволили выявить особенности стратегий и тактик в данных регионах, а также спрогнозировать дальнейшее развитие этих особенностей.

Сравнительный метод в нашем исследовании позволил выявить сходства и различия на данных выборах и сделал возможным определить

потенциальные тенденции, которые могут быть применены к грядущим федеральным выборам.

Эмпирическая база нашего исследования основывается на публикациях в сети Интернет и социальных сетях, а также на новостных сайтах самих партий по Саратовской и Волгоградской областях. В качестве источников были использованы также новости местных СМИ, посвященные электоральной функциональности политических партий за период проведения избирательной кампании на региональных выборах 13 сентября 2015 года.

Важное место в исследовании заняли материалы областных избирательных комиссий и территориальных избирательных комиссий по Саратовской и Волгоградской областях, содержащие информацию о процедурах избрания депутатов различных уровней.

Были использованы также сайты региональных отделений ведущих российских партий, материалы которых содержали информацию о том, как была проведена процедура выборов 13 сентября 2015 года.

Структура:

Структура работы соответствует цели и задачам исследования. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав (четырёх параграфов), заключения и списка использованных источников и литературы.

Во Введении обосновывались актуальность темы, анализируется степень ее разработанности, выделяются объект, предмет, цели и задачи исследования, теоретическая и практическая значимость.

В основной части были теоретически и практически изучены стратегии и тактики участников электорального процесса в России.

В Заключении подводились итоги исследования, формулировались основные выводы и предложения автора по совершенствованию регионального избирательного процесса.

Структура работы состоит из введения, двух глав и пяти параграфов, заключения, списка использованных источников и литературы.

В первой главе выпускной работы **«Теоретико-методологические основы анализа избирательных кампаний»** рассмотрен понятийный аппарат, место и роль избирательных кампаний в политике. В разделе **1.1. «Понятие, сущность и виды избирательных кампаний»** проанализированы понятийные, сущностные характеристики избирательных кампаний. В данном разделе мы попытались выделить пять основных моделей избирательных кампаний:

1) Доминирование независимых кандидатов, которые действуют без четкой идеологической платформы и на них оказывается минимум влияния политических партий.

2) Избирательные кампании как политический рынок – кандидаты или избирательные объединения выступают в качестве товара, который необходимо реализовать на политическом рынке, с целью получения

максимального процента голосов избирателей. Решающее значение в данном случае приобретают материальные ресурсы в сочетании с политическими технологиями.

3) Избирательные кампании, которым помогает административная идеология, где главным фактором становится властно-распорядительный ресурс.

4) Избирательные кампании с наличием партийной идеологии. В основе программы идеология конкретных партий и их различные ресурсы.

5) Избирательные кампании с комплексной идеологией. Представляют сочетание всех существующей моделей.

Анализ имеющейся литературы показал, что успех на выборах зависит не только от выбранной модели избирательной системы, которая действует в той или иной стране. Важными факторами победы также являются политическая культура и активность потенциального электората, демократичность проведения самих выборов, возможность народа по контролю над процедурой выборов. При соблюдении данных условий выборы будут исправно выполнять свои функции в обществе, являясь легитимным методом по смене руководства, правительства и способом решения или сглаживания любых социальных конфликтов. Через процедуру демократического выбора народ доверяет управление своей собственной страной в наиболее умные и авторитетные руки, при этом контролируя их политику. Участие в выборах повышает самооценку людей, поднимает их гражданские права и свободы, т.к. голоса всех потенциальных избирателей абсолютно равны и значимы для любого государства. Тем самым выборы объединяют всех людей одной страны в целое, нацию, народ. Если же народ не верит в честность выборов, то уважение к этому политическому институту и избранным властям постепенно исчезает. В таком случае выборы не несут свою важную нагрузку и становятся пародией на самих себя.

В разделе **1.2. «Особенности и виды стратегий и тактик избирательных кампаний»** представлен анализ стратегий и тактик избирательных кампаний. А.А. Никитин выделяет группы тактических приемов. Такие приемы позволили выявить какие стратегические и тактические мероприятия оказывают больший эффект в избирательной кампании.

Рассмотрение данного вопроса позволило нам констатировать, стратегии и тактики являются основными элементами для любой избирательной кампании, а избирательные технологии - многоплановое явление, которое прошло долгий путь развития – от примитивных агитаций на улице до целого информационно-коммуникативного комплекса. Следует отметить, что основное направление современных избирательных технологий – выработка эффективных стратегий и тактик для выборной кампании.

Кроме рассмотренных в главе, нами были изучены также иные виды стратегий избирательной кампании (например, основанные на

распределении ресурсов электорального участника: стратегии «рывка», «быстрого финала», «большого события», «гребенки», «крейсерская», и др., а также классификация, основанная на совокупности используемых технологических приемов: рыночная; административно-командная; организационно-партийная; неструктурированная; комплексная).

Грамотное стратегическое и тактическое планирование – основа успешной кампании. Избирательные технологии – достаточно разветвленный комплекс приемов и способов для проведения избирательных кампаний, ошибочное использование которого неизбежно приводит к отрицательным результатам. Победа на любых выборах определяется соотношением множества факторов, и избирательные технологии находятся на одном из первых мест по значимости. К сожалению, анализ показала, что использование результативных методов и приемов для победы на выборах нередко зависит не только от доступных ресурсов кандидата, но и от его морально-этических установок (точнее о готовности отступить от этих норм).

Во второй главе **«Технологии избирательных кампаний на выборах в Саратовской и Волгоградской областях в сентябре 2015 года»** акцент делается на специфике данных регионов, а также конкретных технологиях, которые были применены в ходе избирательных кампаний. В разделе **2.1. «Особенности выборов в Саратовской и Волгоградской областях 2015 года»** рассмотрены отличительные черты региональных выборов, которые позволили выявить некую специфику данных регионов.

Законодательство Саратовской и Волгоградской области имеет ряд отличий. Например, представительные органы муниципальных районов Саратовской области формируются из глав поселений, входящих в состав муниципального района, а также из депутатов представительных органов указанных поселений. Избрание происходит на основе всеобщего равного и прямого избирательного права при тайном голосовании. Представительные органы муниципальных районов по Волгоградской области формируются из состава представительных органов поселений, входящих в данный район, а также путем избрания на муниципальных выборах.

Несмотря на то, что региональное законодательство о местном самоуправлении определяется содержанием федеральных законов, законодательство Саратовской и Волгоградской области имеет ряд некоторых отличий, допустимых в рамках федерального законодательства. Например, представительные органы муниципальных районов Саратовской области формируются из глав поселений, входящих в состав муниципального района, а также из депутатов представительных органов указанных поселений. Избрание происходит на основе всеобщего равного и прямого избирательного права при тайном голосовании. Представительные органы муниципальных районов по Волгоградской области формируются из состава представительных органов поселений, входящих в данный район, а также путем избрания на муниципальных выборах.

И в Саратовской и Волгоградской областях особую активность

выдвижения кандидатов на выборах показала партия-лидер «Единая Россия». Однако на выборах в Волгоградской области активность выдвижения была высока также у самовыдвиженцев и кандидатов от партии «Справедливая Россия». При условии, что данная партия не проводила активную избирательную кампанию, возможно, все дело заключалось в постоянной поддержке справедливороссов со стороны депутата Государственной Думы от данной партии Олега Михеева.

Средняя явка на выборах в Волгограде и Волгоградской области составила 33,77%. В Саратове и Саратовской области средняя явка составила 26,59% (тогда как общая явка по стране составила – 51,37 и выросла по сравнению с предыдущими выборами). Объяснить низкие показатели активности в регионах можно, прежде всего, невысоким уровнем статуса выборов, недоверием к кандидатам и низкой политико-правовой культурой.

Уровень включенности молодежи на выборах в Саратове и Саратовской области можно поделить на две группы: впервые голосующие и избиратели от 18 до 35 лет. В обеих группах явка оказалась низкой, средняя явка составила 22,86%. Данные цифры свидетельствуют о низкой мотивации участия молодежи в выборах.

В Волгограде и Волгоградской области сформировали Молодежную избирательную комиссию третьего созыва при Избирательной комиссии Волгоградской области, среди студентов Волгоградского института бизнеса и Волгоградского государственного университета – это позволило привнести в область молодежной политики что-то новое. Основными задачами такой комиссии стали заинтересованность в участии на выборах, а также понимание механизма проведения выборов. Однако результативность данного института оказалась недостаточной, т.к. сфера деятельности комиссии была локальной и не охватывала всю молодежь области.

Раздел 2.2. «Специфика стратегий, применяемых основными участниками избирательных кампаний» посвящен контент-анализу избирательных кампаний региональных политических партий.

На основании проведенного анализа можно констатировать почти все партии, за исключением Справедливой России, имеют, так называемый кризис руководства. Они уже сформировали свой имидж, который, к сожалению, не играет им на руку. Попытки реабилитироваться перед народом потерпели фиаско. Тем самым, время и ресурсы были потрачены на неэффективную имиджевую стратегию, тогда как целесообразнее было потратить на эффективную стратегию действий. Решая данные проблемы, муниципалитеты остались без поддержки, на которой фактически базировалась вся их избирательная кампания. Их основная проблема состояла в том, что они не смогли самостоятельно ничего делать, рассчитывая на помощь из центра и бренд партии.

Что касается партии-победителя, то она умело воспользовалась ситуацией, пока остальные партии решали внутренние проблемы, они смогли мобилизовать свои ресурсы и получить ожидаемые результаты.

Особенности «Единой России» состояли в том, что они использовали тактику использования самовыдвиженцев. Такую ситуацию можно было бы назвать политической рокировкой. С одной стороны, на выборах в Саратовской области образовалась монополия власти, а с другой стороны наличие самовыдвиженцев предполагают наличие конкуренции.

Особенностью прошедшей региональной кампании Волгоградской области стала попытка максимально легитимизировать результаты голосования, то есть провести выборы чисто и тихо. На данных выборах не было никаких скандалов, все остались довольны тем, что получили. Кандидаты отличились своей автономностью, независимостью от центра, что повлияло на результаты выборов. Задачи, которые стояли перед ними они решили, т.к. они были узконаправленными – проблемы с ЖКХ, транспортом другими локальными проблемами.

Подводя итог стратегий в данных регионах, можно говорить о том, что суть избирательной стратегии "Единой России" сводилась к тому, чтобы поддерживать имидж сильной партии, партии конкретных дел, проявляющей заботу о своем электорате. В свою очередь коммунисты и эсеры стремились представить себя в роли борцов за справедливость и защитников народа путем актуализации общественно значимых проблем и критики действующей власти. Либерал-демократы пытались комбинировать озвученные выше стратегии.

В разделе **2.3. «Тактика использования электоральных технологий основными участниками избирательных кампаний»** был проведен анализ тактических приемов в избирательных кампаниях регионов.

Анализируя тактики на региональных выборах, можно выделить несколько критериев. Основная цель избирательных кампаний кандидатов базировалась на регулировании вопросов в социальной сфере, а также в устранении проблем в ЖКХ. Тем самым формировались определенные суждения и мнения о кандидатах. Чаще всего, чем результативнее работала подобная «приземленная» программа избирательной кампании, тем больше она получала голосов.

Тактические приемы рекламной агитации лежали в основе всех избирательных кампаний. Их целью было ознакомление как можно большего числа избирателей с кандидатами и их программами. В данную совокупность приемов включается также формирование и поддержание имиджа кандидата. Многие «фавориты» партий столкнулись с проблемой имиджа и контримиджа. В результате, наличие «антиобраза" и сложившееся негативное мнение у значительной части избирателей не позволяет развиваться региональным отделениям. К таким, на наш взгляд, можно отнести Саратовское региональное отделение КППРФ в лице Рашкина В.Ф., и ЛДПР – Ищенко А.А. Политтехнологи пытались вернуть доверие к данным депутатам у избирателей, однако не продумали дальнейшую избирательную кампанию, акцентируя внимание лишь на личностях, а не на их работе с избирателями.

Проведение различного рода мероприятий позволили для каждого кандидата выявить свою электоральную группу. Так, личные встречи кандидатов с избирателями давали возможность решать насущные проблемы. Например, лидер регионального отделения партии ЛДПР Литвинцев Д.А. проводил встречи в различных районах Волгоградской области, представители Саратовского регионального отделения партии «Единая Россия» организовали праздник в честь дня медицинского работника. Такого рода мероприятия позволяли определить электоральную группу для своих партий.

Однако, не все партии проводили праздничные мероприятия. Например, партийцы от регионального отделения КПРФ акцент делали на протестных акциях и проводили пикеты за улучшение жилищно-коммунальных условий проживания, против повышения платы в детских садах и т.д.

Очень сложно рассматривать тактику с точки зрения ресурсного обеспечения, т.к. оно распределено неравномерно между партиями, что затрудняет соблюдение принципа равенства на выборах. Партия власти, обладая всеми возможными ресурсами, не дает развиваться «здоровой» конкуренции между партиями. Например, региональное отделение партии «Единая Россия» злоупотребляло административным ресурсом, что является незаконным тактическим приемом.

Ни одни выборы не остаются без громких судебных тяжб, касающихся кандидатов на выборах. Так первому секретарю Волгоградского областного комитета КПРФ Паршину Н.А. было представлено обвинение в особо крупном хищении. Данное разбирательство носило «политический» характер. Стоит отметить, что данное обвинение не повлияло на электорат, избиратели устраивали пикеты по поводу пересмотра дела, что свидетельствовало о хорошо проработанном и внедренном имидже политика. Его активная общественная жизнь стала главным аргументом, почему избиратели не хотели лишиться такого депутата.

Таким образом, мы пришли к выводу, что в основе тактической деятельности ЕР и ЛДПР лежало стремление продемонстрировать электорату готовность и способность партии решать его насущные проблемы. С этой целью были организованы различного рода благотворительные, культурные, спортивные мероприятия. В свою очередь, Справедливая Россия и КПРФ, как правило, основной упор сделали на критику действующей власти. Поэтому главный акцент был сделан на использование региональными отделениями разнообразных акций протеста.

Заключение работы отражает основные выводы автора, сделанные в ходе всей выпускной квалификационной работы.