

УДК 342.849.2

АРУТЮНОВ Антон Георгиевич — член Совета по региональному развитию Российской ассоциации политической науки (РАПН), научный консультант Московского молодежного отделения Российского общества политологов (anton.arutyunov.98@mail.ru)

ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ВЫБОРОВ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ (по материалам пяти субъектов Российской Федерации)

Аннотация. В статье рассматриваются особенности региональных выборов (выборы главы субъекта и региональных парламентов). В качестве основного метода исследования было использовано экспертное интервьюирование. Исследование проведено в пяти субъектах Российской Федерации (Волгоградской и Курской областях, Красноярском крае, городах федерального значения Москве и Санкт-Петербурге). Автор приводит элементы сравнительного анализа пяти экспертных групп из данных регионов и схожего всероссийского исследования и делает попытку выявить общероссийские черты региональных выборов и особенности пяти рассматриваемых субъектов.

Ключевые слова: выборы, губернатор, избирательные кампании, региональные парламенты, Россия

На современном этапе развития Российской Федерации органы государственной власти уделяют большое внимание реализации региональной политики в контексте динамики развития социально-экономической и политической ситуации в субъектах страны. Результативность и эффективность региональной политики обусловлена рядом факторов, в частности региональными избирательными кампаниями.

Актуальность выявления особенностей губернаторских и региональных парламентских выборов обусловлена рядом трансформационных преобразований в политическом поле РФ. Во-первых, это возвращение губернаторских выборов в современной России и, как следствие, формирование специфической культуры региональных выборов или, иными словами, региональной электоральной культуры. Во-вторых, начавшаяся в 2016–2017 гг. волна так называемого губернаторопада, продолжающаяся фактически до 2020 г., способствует увеличению числа губернаторских кампаний, а т.к. замена губернаторского корпуса получилась весьма значительной, возникает существенный рост их числа. Также стоит учесть фактор неожиданных побед губернаторов — представителей «партий парламентской оппозиции» [Бурда 2019].

Исследование было проведено весной–летом 2020 г. с помощью глубинного интервьюирования в заочном формате. Пул экспертов, вовлеченных в исследование, был разделен на 5 групп: московскую (как общероссийский научный центр), Санкт-Петербургскую (по совокупности тех же факторов, что и московская), а также две контрольные группы в Курской и Волгоградской обл. Дополнительно анализировалась молодежная группа в Красноярском крае. Экспертами выступали доктора и кандидаты политических наук, практикующие политтехнологи и политические консультанты, а также политики и представители институтов гражданского общества.

Выбор Курской обл. обусловлен спецификой избирательной кампании в 2019 г. Эта кампания условно соответствует типу, когда имеется один сильный и.о. губернатора (заметим, кандидат — «варяг») и другие менее значительные кандидаты от представителей парламентской оппозиции. Была развернута

мощнейшая интернет-кампания, а также привлечена большая группа экспертов из Москвы (часто используемая технология, однако теряющая популярность [Суровов 2016]) в качестве консультантов, специалистов в области *SMM* и других специалистов.

Эксперты выявили несколько существенных особенностей выборов глав субъектов. Во-первых, в последнее время на построение всей избирательной кампании оказывает серьезное влияние наличие или отсутствие партийной привязки у кандидата. Главной интригой в начале кампании этого кандидата является вопрос — выдвигаться ли от партии власти или идти самовыдвиженцем (заметим, что это определяет всю конъюнктуру предстоящей электоральной кампании). Но эта особенность не является постоянной, а скорее конъюнктурной и описывает процессы, актуальные для электорального цикла 2019 г.

Другой особенностью можно считать перенос значительного комплекса мероприятий в интернет-пространство. Обратим внимание на результативные кампании, проводимые в социальных сетях, к примеру, на кампанию Р. Старавойта в Курской обл. (приводилась как пример не только курскими экспертами). Основными направлениями работы современных избирательных кампаний являются социальные сети [Eubank et al. 2019], из которых в России, бесспорно, лидируют социальные сети ВКонтакте и Одноклассники.

В электоральном цикле 2019 г. прошла интересная для нашего исследования кампания выборов в Волгоградскую областную думу. Эксперты утверждали, что данная кампания не стала проявлением ярких избирательных технологий, а была вполне классической — с использованием старых индустриальных методов и классических партийных технологий. Кроме классических четырех основных партий, имеющих фракции в ГД ФС РФ («Единая Россия», КПРФ, «Справедливая Россия» и ЛДПР), представительство получила Российская партия пенсионеров за социальную справедливость, что, с одной стороны, является необычным случаем для российских региональных парламентов, а с другой — является традиционной ситуацией для Волгоградской обл., поскольку эта партия традиционно имела представительство в региональном парламенте. После ухода еще в 2016 г. председателя Волгоградской областной думы в федеральную ГД ФС РФ депутатом от региона в Волгоградской обл. образовался некоторый элемент кадровой нестабильности в региональном парламенте. Так, даже действующий председатель Волгоградской областной думы А. Блошкин первый раз избран в этот региональный парламент в 2019 г., занимая до этого посты лишь в региональном министерстве.

Одной из наиболее выраженных особенностей региональных парламентских выборов в Волгоградской обл. является то, что яркие избирательные кампании практически отсутствуют, кампании выглядят серыми и технически отсталыми, партии не уделяют большого внимания своим региональным бюро в вопросах именно этих кампаний. Более того, если кампании в региональный парламент не совпадают по временным рамкам с губернаторскими или федеральными, то профессиональные политические консультанты практически не привлекаются. Однако стоит отметить, например, деятельность партии «Единая Россия», которая организует обучающие семинары и другие обучающие мероприятия, позволяющие повышать уровень проводимых на местах кампаний. Также стоит сказать о положительной роли праймериз, эффект от которых скорее положительный, хотя во многих регионах они проходят скорее формально. Нечто подобное можно найти и у ЛДПР, которая постоянно приглашает координаторов региональных и даже местных отделений в Москву, а сам руководитель партии и центральная администрация ездят в специальные турне для агитации. Несистемная оппозиция тоже пыта-

ется проводить некоторые образовательные мероприятия, организуя обучающие семинары, однако часто они носят провокационный характер, а иногда даже проводятся за границей.

Следующей особенностью региональных избирательных парламентских кампаний можно назвать такую тенденцию, как несменяемость кадров в региональных партийных номенклатурах. Несмотря на наличие большого числа программ по вовлечению молодежи в политику (большой спектр программ «Молодой гвардии», ЛКСМ, партии «Соколы Жириновского» – «Время молодых» и др.), участие молодежи все равно остается незначительным, и если количественно совокупность молодых кандидатов стала больше, то доля прохождения их в парламенты осталась почти той же. Отметим также, что уже упомянутые выше праймериз Единой России тоже оказали положительное влияние на вовлечение молодежи в политику, однако так же не повлияли существенно на успешное прохождение в региональные парламенты [Рассади́на 2017] и даже в муниципальные Советы депутатов.

В Красноярском крае, где также проводилось наше исследование, эксперты выделили феномен несменяемости председателей региональных парламентов, которые могут находиться на своих постах до весьма преклонного возраста или уходят на повышение; случаи скандалов и крупных несогласий, которые могут привести к отставке председателей, крайне редки. Отсюда возникает определенная проблема скудности избирательных кампаний из-за сниженной конкуренции и некоторой предрешенности. Кроме того, существует некоторый недостаток в привлечении новых членов в региональные отделения политических партий, особенно малых партий с плохим финансированием, что коррелирует с данными исследования, проведенного еще в 2014 г. [Хабаров 2016].

В Красноярском крае практически во всех программах кандидатов разного уровня доминирует проблематика экономической повестки. В целом, экономическая повестка оказывает сильное влияние на все избирательные кампании в региональном спектре России [Серавин 2017; Алиев, Акавова 2019].

Московская группа была самой большой региональной группой в нашем исследовании по числу учувствовавших экспертов. Один из московских экспертов отмечает, что распространение слухов в избирательных кампаниях были весьма эффективны как метод, причем этот вариант рассматривается как условно положительная технология и отделяется от «черного пиара». Заметим, что с точки зрения политической науки эту технологию с соблюдением некоторых этических норм и ряда технологических рекомендаций действительно можно отнести к грани «серого пиара» [Jacobson 2015].

Московские эксперты делали особый упор на развитие сетевых и информационных технологий, в частности на работу в социальных сетях, особенно на работу с молодежью. Ведущее место занимает «Молодая гвардия» и аффилированные с ней проекты. Однако стоит сказать, что группы молодежного крыла партии (ЛКСМ) все-таки работают на высоком уровне и являются весьма распространенными (что интересно, это совпадает с общемировым трендом распространения молодежных левых партий и крыльев партий в социальных сетях [Jervis 2018]).

Эксперты из Санкт-Петербурга также назвали ряд особенностей в информационной среде. Было отмечено, что большинство партий имеют слабую репрезентацию в региональном информационном поле социальных сетей. В качестве исключения можно назвать группы партий КПРФ и «Коммунисты России» (конечно же, эта партия не может похвастаться широкой репрезентацией, но выгодно отличается от других непарламентских партий). Еще одним

исключением можно назвать партию «Яблоко», которая имеет широкую представленность региональных групп, а также молодежных структур. Тем не менее существенным недостатком именно этой партии является несистемность представленности материалов в группах: многие из них заморожены и не ведутся, центр не отслеживает ведение этих групп, в разных регионах риторика отделений партии по ключевым вопросам может не совпадать.

Кроме того, многие незарегистрированные партии (либертарианцы, сторонники радикальной оппозиции и другие, набирающие популярность во многих странах мира [McCarty, Schickler 2018]) имеют масштабную сеть сообществ в социальных сетях. Однако эти сообщества малочисленны, порой не набирают и двух десятков подписчиков. Отметим также деятельность левых движений в социальных сетях (например, так называемая РПП), которые широко представлены в регионах. Молодежные несистемные политические движения также могут быстро создавать группы в социальных сетях. Однако почти все вышеперечисленные сообщества, кроме сообщества зарегистрированных политических партий, не участвуют в реальной борьбе за власть. Они носят скорее культурный или маргинальный характер, чем политический.

Таким образом, можно выделить несколько общих трендов для всех пяти регионов, где проводилось наше исследование. Во-первых, это переход политической активности в интернет-сферу (социальные сети). Во-вторых, отмечается слабость региональной репрезентации политических партий на местах. В-третьих, отмечается запрос на новую молодежную политику, которая решила бы вопрос вовлечения молодого поколения в активность электоральных и избирательных мероприятий.

Список литературы

Алиев М.А., Акавова Г.К. 2019. Экономическое развитие субъектов Федерации и региональная политика. — *Региональные проблемы преобразования экономики (РППЭ)*. № 1(99). С. 82-87.

Бурда М.А. 2019. Протестное голосование как форма политического участия в современной России (на примере Владимирской области). — *PolitBook*. № 1. С. 22-36.

Рассади́на Т.А. 2017. Факторы успешности избирательной кампании (на примере выборов депутатов Законодательного собрания Ульяновской области). — *Известия Саратовского университета*. Сер. Социология. Политология. № 3. С. 254-261.

Серавин А.И. 2017. Региональная избирательная кампания партии «Единая Россия» в Кировской области в 2016 г. — *Русская политология*. № 1(2). С. 22-29.

Суровов С.Б. 2016. Экспертная информация в региональных избирательных кампаниях: механизмы получения и система оценки. — *Вестник СГЮА*. № 6(113). С. 191-197.

Хабаров И.А. 2016. Региональный и муниципальный политический ландшафт 2015: состояние поля и тактики игроков. — *Вестник Тамбовского университета*. Сер. Политические науки и право. № 2(6). С. 5-12.

Eubank N., Grossman G., Platas M., Rodden J. 2019. Viral Voting: Social Networks and Political Participation. — *Quarterly Journal of Political Science*. URL: https://mplatas.files.wordpress.com/2019/06/socialnetworksandpoliticalparticipation_may2019.pdf (проверено 01.05.2021).

Jacobson G.C. 2015. How Do Campaigns Matter? — *The Annual Review of Political Science*. Vol. 47. No. 1. P. 31-47.

Jervis R. 2018. Politics and Political Science. — *Annual Review of Political Science*. Vol. 21. P. 1-19.

McCarty N., Schickler E. 2018. On the Theory of Parties. – *Annual Review of Political Science*. Vol. 21. P. 175-193.

ARUTYUNOV Anton Georgievich, *Member of the Regional Development Council of the Russian Political Science Association, Scientific Consultant of the Moscow Youth Branch of the Russian Society of Political Scientists (anton.arutynov.98@mail.ru)*

FEATURES OF REGIONAL ELECTIONS IN MODERN RUSSIA (on the materials of five subjects of the Russian Federation)

Abstract. *The article deals with the features of regional elections (elections of the head of the subject and regional parliaments). The main research method was the use of expert interviewing. The study was conducted in five subjects of the Russian Federation (Volgograd and Kursk Regions, Krasnoyarsk Territory, federal cities of Moscow and St. Petersburg). The author presents elements of a comparative analysis of five expert groups from these regions and a similar all-Russian study. The article attempts to identify all-Russian features of regional elections and special features of the five subjects under consideration.*

Keywords: *elections, regional election campaigns, gubernatorial elections, regional parliaments, regions of Russia*