

Поппер К.Р. 1992. *Открытое общество и его враги* (пер. с англ.). М.: Феникс; Международный фонд «Культурная инициатива». Т. 2. 528 с.

Сорокин П.А. 1992. *Человек. Цивилизация. Общество* (пер. с англ.; общ. ред., сост. и предисл. А.Ю. Согомонова). М.: Политиздат. 543 с.

Флорида Р. 2011. *Креативный класс: люди, которые меняют будущее* (пер. с англ.). М.: ИД «Классика – XXI». 432 с.

MIKHEEV Valentin Aleksandrovich, Dr.Sci. (Hist.), Academician of Russian Academy of Natural Sciences; Professor of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA) (82 Vernadskogo Ave, Moscow, Russia, 119571; mikheeva37@mail.ru)

A CITIZEN AND THE RULING CLASS: WAYS OF INTERACTION IN MODERN RUSSIA

Abstract. The article contains an analysis of the issues of the theory, means and methods of interaction between citizens and the ruling class in the context of the formation of the public authority system.

Keywords: citizen, ruling class, public authority, corruption, competition, confidence

ПАРМА Роман Васильевич — кандидат политических наук, доцент департамента политологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125993, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-кт, 49, r.parma@mail.ru)

ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация. В статье сопоставляются различные трактовки избирательных технологий, которые рассматриваются как важнейшая составляющая арсенала политического управления обществом. Автор выделяет существующие ракурсы исследования политических технологий, среди которых функциональный, системный, структурно-функциональный, правовой (нормативный), психологический, маркетинговый, коммуникативный и сравнительно-исторический подходы. Дальнейшие перспективы исследований связаны с классификацией и развитием избирательных технологий в рамках обозначенных подходов.

Ключевые слова: политические технологии, избирательные технологии, выборы, исследовательские подходы, граждане, электорат

Политические и избирательные технологии

Понятие «технология» (от греч. «технэ» — искусство, мастерство и «логос» — слово, мысль) обычно подразумевает набор испытанных методов и инструментов производства, используемых для достижения желаемого результата или решения практической задачи. Технологии вне зависимости от области применения алгоритмизируют последовательность действий, поэтому могут применяться многократно, тиражироваться посредством передачи профессиональных умений и методик. В сфере политики, в центре которой находится

борьба за власть в государстве, на основе практики выработаны политические технологии.

Политические технологии не имеют единого общепринятого определения. Так, А.И. Соловьев трактует их как «совокупность последовательно применяемых процедур, приемов и способов деятельности, направленных на наиболее оптимальную и эффективную реализацию целей и задач конкретного субъекта в определенное время и в определенном месте» [Соловьев 2014: 423]. Политические технологии в его понимании служат упорядочению действий политических акторов в достижении цели удержания и оспаривания власти, закрепляя последовательность мероприятий в соответствующих алгоритмах поведения. В политическом процессе на основании практики выявляются оптимальные и наиболее эффективные действия и решения, которые могут закрепляться, перениматься и тиражироваться в качестве приобретенного опыта. В свою очередь, Г.В. Пушкарева политические технологии рассматривает как «способы упорядочивания управленческой деятельности в политике путем использования особых приемов, процедур, методик, позволяющих оптимизировать достижение поставленных целей» [Пушкарева 2016: 34]. М.Г. Анохин и О.Е. Гришин политические технологии считают «совокупностью последовательно применяемых процедур, приемов и способов деятельности, направленных на наиболее оптимальную и эффективную реализацию целей и задач конкретного субъекта в определенное время и в определенном месте» [Анохин, Гришин 2001: 127]. В данных определениях составляющие процесса выборов прямо не упоминаются, но раскрытие содержания понятия строится прежде всего на анализе избирательных кампаний.

В целом политические технологии предназначены для эффективного решения политическими субъектами своих задач и обязанностей в рамках установленных нормативных правил посредством очередности решений, действий, ресурсов. С помощью политических технологий происходит отработка и внедрение различных способов достижения власти и управления общественным мнением. Политические технологии включают как универсальные методы, которые слабо зависят от места или времени реализации стратегии, так и предметные методы, ориентированные на применение в конкретных условиях, имеющих привязку к месту и времени действий.

Избирательные технологии, как правило, рассматриваются как важнейшая составная часть политических технологий. Е. Малкин и Е. Сучков определяют политические технологии как «технологии подготовки и проведения избирательных и политических кампаний, политических проектов, а также технологии партийного строительства» [Малкин, Сучков 2006: 24]. По мнению консультантов, полем применения политических технологий является публичная политика, которая состоит прежде всего во внедрении политической идеологии, основанной на ценностях и образах, в массовое сознание граждан для обеспечения поддержки политиков и партий. В свою очередь, избирательные технологии используются для организации и проведения выборов народных представителей в государственные и муниципальные органы власти.

Непосредственно избирательные технологии О.П. Кудинов определяет в ключе политического менеджмента как «совокупность логически взаимосвязанных моделей, методов, процессов подготовки, организации и проведения избирательных кампаний, конкретных способов агитации за определенного кандидата или политические силы, направленных на достижение поставленной цели на выборах» [Кудинов 2003: 37]. А Е.Г. Морозова под избирательными технологиями подразумевает систему средств, приемов и способов, направленных на решение задач избирательной кампании, а также методы ведения

избирательных кампаний [Морозова 2002: 6]. Схожее определение избирательных технологий находим в издании «Политическая энциклопедия»: «система средств, приемов и способов, направленных на решение задач избирательной кампании, комплексы методов, используемые в ходе выборов»¹.

В свою очередь, А.И. Соловьев определяет избирательные технологии, исходя из оснований политической психологии: «совокупность способов воздействия на массы с целью повлиять на их электоральное поведение и побудить их отдать свои голоса за определенного кандидата называется избирательными технологиями» [Соловьев 2014: 549]. Главная особенность избирательных технологий видится им в нацеленности на включение социально-психологических механизмов, влияющих на электоральное поведение, личные убеждения, ценностные установки, политические интересы и настроения граждан.

Таким образом, избирательные технологии рассматриваются как сложный комплекс приемов и способов проведения кампаний в ходе выборов. В целом в отношении избирательных технологий оформились две основные трактовки – широкая и узкая. В широкой трактовке избирательные технологии – это комплекс мероприятий, направленных на получение легального статуса в политической системе, наделенного властными и ресурсными полномочиями. В узкой трактовке избирательные технологии понимаются как наработанные тактические приемы борьбы за голоса граждан между претендентами в процессе выборов.

Ракурсы избирательных технологий

Рассмотрение избирательных технологий ведется с позиций разных подходов, которые образуют область применения, функции и роли субъектов. В рамках каждого подхода выявляется особый набор избирательных технологий, отличных по характеру и направленности воздействия. Многие подходы раскрывают отдельные характеристики в трактовке избирательных технологий.

Суть *функционального подхода* (Ю.А. Веденеев) заключается в том, что выборы в целом рассматриваются в качестве демократической макротехнологии формирования представительных органов власти. Основное назначение избирательных технологий в любой их модификации – собрать голоса граждан, которые являются носителями народного суверенитета, и делегировать право управлять политической публично-правовой корпорацией законно избранным представителям [Очерки по... 2002].

Смысл *системного подхода* (М.Г. Анохин, В.С. Комаровский) состоит в изучении системы выборов как структуры различных технологических подсистем:

- нормативной (конституция, избирательное законодательство, инструктивные материалы и др.);
- институциональной (избирательные объединения, блоки, альянсы; избирательные комиссии; институт общественных наблюдателей; избирательные трибуналы и т.д.);
- функциональной (деятельность партий, кандидатов, избирательных штабов и команд и др.);
- информационно-коммуникативной (работа СМИ, центров изучения общественного мнения, рекламных агентств, предвыборная агитация и пр.);
- финансово-организационных (государственное финансирование партий и выборов, фандрайзинг);
- технико-организационных (возможности Интернета, цифровых систем связи и др.) [Анохин 2008].

¹ Политическая энциклопедия. В 2 т. М.: Мысль. 1999. Т. 1. 750 с.

Согласно данным подходам, избирательные технологии составляют нормы избирательного права, практика избирательного процесса, динамика и структура участия в нем различных политических акторов, способы реализации политических интересов и достижения значимых политических результатов в период избирательных кампаний [Морозова 2002: 7].

Правовой (нормативный) подход рассматривает зависимость сущности и специфики применения избирательных технологий от установленного избирательного законодательства. Применяемые в предвыборных кампаниях технологии напрямую зависят от правовых норм, которые обуславливают основные требования к кандидатам, регулируют деятельность органов, осуществляющих проведение выборов, определяют статус избирателей, кандидатов и партий, устанавливают правила предвыборной агитации и голосования, порядок определения результатов и способы их обжалования. В совокупности правовые нормы регламентируют избирательный процесс, задавая определенную логику действий всех участников (избирательные комиссии, кандидаты, СМИ, избиратели и др.), побуждают их действовать в рамках единого правового поля.

Маркетинговый подход рассматривает избирательные технологии как средства для продвижения кандидатов подобно потребителю продукту на политическом рынке. По логике маркетинга потребителям (избирателям) нужно предложить востребованный товар. Маркетинговые технологии весьма разнообразны и включают в себя как элементы исследования рынка, так и способы непосредственного продвижения продукта на рынке. Отдельные маркетинговые технологии могут использоваться в целях стимулирования сбыта или продвижения политического продукта. Маркетинговый подход предполагает разработку основного политического продукта, т.е. месседжа кампании, по результатам предварительных маркетинговых исследований. Составной частью технологии политического маркетинга является так называемое изучение конкурентов, или исследование оппозиции (*opposition research*).

Психологический подход рассматривает избирательные технологии как методы формирования общественного мнения и воздействия на электоральное поведение граждан. Основные усилия в избирательной кампании направлены на создание положительного имиджа кандидата, а в ситуации конкуренции — и отрицательного имиджа соперников в сознании избирателей. Методы психологической коррекции личности позволяют развить у кандидата качества политического лидера. В свою очередь, *социологический подход* ставит во главу угла зависимость электоральных предпочтений индивида от его социальной роли, возраста, пола. К психологическому подходу весьма близок *манипулятивный подход*, который абсолютизирует скрытую сущность технологий по управлению массовым сознанием и издержки применения.

Структурно-функциональный подход рассматривает избирательные технологии как систему взаимосвязанных элементов, которые обуславливают роли и диспозиции, стили поведения политических субъектов. В структуру политических технологий, как правило, входят три наиболее значимых компонента: специфические знания, конкретные приемы, процедуры и методики действий, а также различные технико-ресурсные компоненты. В рамках подхода выделяют следующие функции избирательных технологий: политическую коммуникацию (установление связи между субъектом и объектом воздействия); политическую социализацию (формирование общественного сознания, ценностей и установок); политическую традицию (обеспечение преемственности ритуалов и норм поведения); политическую информацию (представление актуальных сведений о претендентах); политическую шоуизацию (привлече-

ние интереса избирателей посредством развлечения); политические предпочтения (оценка электоральных настроений); политическое прогнозирование (предсказание итогов голосования); политическую конкуренцию (формирование политических альтернатив и оппозиции) [Пырма 2019].

Коммуникативный подход заключается в процессе передачи информации от кандидата к избирателям. В центре внимания коммуникативного подхода – последовательность действий по выстраиванию каналов коммуникации между кандидатом и электоратом. Основной упор делается на доставке информационного сообщения (месседжа) массовому избирателю. Коммуникация состоит в установлении контактов между объектами в форме распространения и обмена информацией. Технология агитации строится на основании коммуникативного процесса, включающего пять элементов: 1) коммуникатор (кто передает сообщение); 2) сообщение (что передается); 3) канал (как осуществляется передача); 4) аудиторию; 5) эффективность (воздействие сообщения). Обычно различают массовую и адресную коммуникацию. Информационное воздействие в массовой коммуникации направлено на всю аудиторию, в адресной коммуникации – на целевые группы. Более эффективной считается технология адресного воздействия, когда определен получатель (социальная группа избирателей), подготовлено предназначенное ему сообщение и подобраны оптимальные каналы доставки. Сообщение доносится через СМИ в определенном виде в соответствии с форматом используемого канала коммуникации.

Также следует обозначить в ряду представленных ракурсов исследований *сравнительно-исторический подход*, в рамках которого рассматриваются эволюция, динамика, тенденции развития института выборов, в т.ч. и рынка избирательных технологий [Матвейчев 2018]. В аспекте анализа эффективности организации деятельности «электоральных машин» кандидатов и партий, выгод и издержек кампаний интерес представляет оформление *управленческого подхода* [Шатилов 2017]. Между тем перечень обозначенных подходов не является исчерпывающим, но он дает общее представление о многообразии избирательных технологий, областях и субъектах их применения.

Данные подходы в значительной степени обуславливают классификацию избирательных технологий, их деление на определенные группы – технологические кластеры. Стратегия и тактика избирательной кампании, вырабатываемые на основе институциональных «правил игры», расклада политических сил, общественных настроений, наличия ресурсов, обуславливают использование технологии. Способы организации и проведения избирательной кампании включают разнообразные направления действий претендентов, ориентированных на достижение поставленных политических целей. Эффективность применения избирательных технологий зависит как от понимания предвыборной ситуации, распределения ресурсов, выработки адекватной стратегии кампании, так и от организованного и творческого воплощения тактического плана, предложения гражданам решений, отвечающих их интересам и ожиданиям.

Список литературы

Анохин М.Г. 2008. *Современные технологии эффективной политики*. М.: РУДН. 239 с.

Анохин М.Г., Гришин О.Е. 2001. Техника, технологии, политические технологии. – *Актуальные проблемы политики и политологии в России* (под общ. ред. В.С. Комаровского). М.: Изд-во РАГС. 239 с.

Кудинов О.П. 2003. *Большая книга выборов: как проводятся выборы в России*. М.: Арт Бизнес Центр. 663 с.

Малкин Е., Сучков Е. 2006. *Политические технологии*. М.: Русская панорама. 680 с.

Матвейчев О.А. 2018. Этапы становления и развития рынка политических технологий в России и его перспективы. — *Полис. Политические исследования*. № 2. С. 82-99.

Морозова Е.Г. 2002. *Электоральный менеджмент*. М.: РЦОИТ. 232 с.

Очерки по истории выборов и избирательного права: учебное пособие (под ред. Ю.А. Веденева). 2002. Калуга; М.: РЦОИТ. 692 с.

Пушкарева Г.В. 2016. *Политический менеджмент*. М.: Юрайт. 365 с.

Пырма Р.В. 2019. Электоральное участие молодежи в выборах президента России 2018 года. — *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. № 9(2). С. 50-57.

Соловьев А.И. 2014. *Политология: политическая теория, политические технологии*. М.: Аспект Пресс. 575 с.

Шатилов А.Б. 2017. Электорально-политическая активность в российских регионах в период 2013–2017 годов: стабильность и/или инновационное развитие. — *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. № 7(6). С. 81-87.

PARMA Roman Vasil'evich, Cand.Sci (Pol.Sci.), Associate Professor of the Department of Political Science, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, GSP-3, Moscow, Russia, 125993; r.parma@mail.ru)

DEFINITIONS AND APPROACHES TO THE RESEARCH OF ELECTORAL TECHNOLOGIES

Abstract. *The article compares different interpretations of electoral technologies, which are considered as the most important component of the arsenal of political governance of society. The author highlights the existing perspectives of the study of political technologies, including functional, systemic, structural and functional, legal (normative), psychological, marketing, communicative and comparative historical approaches. Further research prospects are associated with the classification and development of electoral technologies within the framework of the indicated approaches.*

Keywords: *political technologies, electoral technologies, elections, research approaches, citizens, electorate*
