



Актуальность данной проблемы обусловлена тем, что избирательная кампания, зависимый, прежде всего, от состояния правовых норм, регулирующих выборы, а также от качественного развития и состояния политической культуры в обществе, является процессом многофакторным. Поэтому отслеживание, фиксация и учет факторов, задающих особенности избирательной кампании, позволяют в дальнейшем модифицировать и адаптировать технологию управления конкретной избирательной кампанией.

Цель эссе - рассмотреть избирательные кампании как часть избирательной системы - одного из важнейших институтов, влияющих на процесс демократизации общества и структурирование электорального пространства.

### **Основная часть**

Изучение избирательных кампаний в наше время особенно актуально так как несмотря на большие достижения, в процессе демократизации российского общества, это процесс до сих пор находится под угрозой.

Несмотря на то, что прошло более 15 лет с момента перехода российского общества на систему демократического управления государством, для большинства населения остаются непонятными реальные механизмы прихода людей к власти. Дело тут не в степени открытости избирательной системы, а в самих избирательных кампаниях, точнее в политических технологиях, которые используются кандидатами, для победы на выборах.

В научной литературе по социологии и политологии словосочетание «избирательная кампания» употребляется в двух смыслах.

В широком понимании избирательная кампания - это регламентированный законом и организуемый избирательными комиссиями набор мероприятий по организации свободного волеизъявления граждан. В этом случае избирательная кампания понимается как процесс выборов и включает в себя действия кандидатов, органов власти, избирательных комиссий и других лиц и организаций, заинтересованных в выборном процессе.

В более узком понимании избирательная кампания - это действия политической партии или кандидата и его команды, направленные на обеспечение желательного результата выборов.

Взаимосвязь этих двух определений состоит в том, что оба являются частью функционирования основного института народовластия - института выборов, являющегося совокупностью правовых норм, избирательных систем, организационных структур, политических традиций.

Сущность данного института реализуется в избрании кандидатов в органы власти, то есть непосредственно в процессе выборов, как способе формирования органов власти и управления с помощью выражения политической воли граждан по определенным правилам (в соответствии с избирательной системой).

Уровень кампании определяется административной территорией, на которой проводятся выборы. В этом случае деление идет на кампании федерального уровня, уровня региона, района, города, округа и т.д.

Масштаб кампании характеризуется количеством избирателей, принимающих участие в голосовании. В целом масштаб зависит от уровня, но иногда случаются несовпадения. Например, выборы депутатов Московской городской Думы по масштабу значительно превосходят выборы других городов.

Тип кампании определяется порядком установления результатов выборов. В России проводятся кампании следующих типов:

1. Выборы по мажоритарной системе с установлением победителя через абсолютное большинство голосов (голосование в 2 тура). По этой системе выбирается Президент Российской Федерации.
2. Выборы по мажоритарной системе с установлением победителя через относительное большинство (голосование в 1 тур). Система распространяется на выборы глав муниципальных образований и депутатов некоторых региональных и местных парламентов.
3. Выборы по многомандатным округам. При ней избиратели голосуют за представителей партии в масштабах округа, при этом места в парламенте распределяются в зависимости от влияния партии в масштабах округа. Данная система иногда используется при выборах региональных законодательных органов и органов местного самоуправления в ряде субъектов Российской Федерации.

4. Выборы по пропорциональной системе партийных списков. При этом по российскому законодательству партийный список разбивается на центральную часть и ряд региональных составляющих. Так в настоящее время избираются депутаты Государственной Думы.

5. Выборы по смешанной системе. Часть депутатов избирается по партийным спискам, часть - по одномандатным округам. Эта схема используется при выборах большинства законодательных органов субъектов Российской Федерации.

Методы организации избирательных кампаний кандидатов или партий, направленные на достижение успеха на выборах называются избирательными или политическими технологиями. Термин “политические технологии” весьма широко используется в современной философской, и политологической литературе, в публицистике. Борьба за власть, ее удержание и использование порождает множественность политических технологий, направленных на завоевание и удержание политической, духовной власти, власти над общественным мнением.

Среди получающих все большее развитие технологий политической деятельности назовем технологии: социального партнерства; лоббистской деятельности; принятия и реализации политических решений; разрешения политических конфликтов; “паблик рилейшнз”; избирательные; политического управления; манипулирования; формирования имиджа; оптимизации политического риска и др.

Современные политические технологии позволяют с высокой степенью эффективностью влиять на общественное мнение, формировать его и даже манипулировать группами людей.

Для формирования четкого представления о стадиях избирательной кампании рассмотрим деятельность кандидатов и их штабов. В этой связи я прослежу основные этапы подготовки и проведения избирательной кампании.

Обязательным этапом подготовки кампании является обращение к специалистам по политическому консалтингу с целью оценки доступных ресурсов и принятия окончательного решения по поводу участия в выборах. Попытки самостоятельно оценить ресурсы зачастую приводят к негативным результатам: потенциальный кандидат всегда имеет серьезные политические амбиции и потому исходит из принципа «я все могу», что порой мешает трезво взглянуть на ситуацию.

Отмечу, что окончательное решение об участии в выборах местного уровня должно быть принято не позднее, чем за полгода до дня голосования. Для региональных и

федеральных выборов эти сроки составляют от одного до двух лет.

Если решение о баллотировании принято, возникает необходимость формирования «команды», штаба. Как правило, для выборов местного уровня редко привлекаются специалисты с профессиональным образованием. Чаще штабы формируются из людей, случайно пришедших в данную сферу, однако постоянно работающих в ней.

Как правило, опытные команды имеют прочные связи со СМИ, органами власти, избирательными комиссиями, а также сеть агитаторов-распространителей. Самостоятельно сформировать подобную структуру в ограниченный период перед выборами невозможно, поэтому предпочтительнее использовать уже имеющиеся ресурсы.

Отправной точкой в проектировании избирательной кампании является проведение социологических исследований (т.н. «пристрелка на округ»). Помимо того осуществляется экспертный анализ социально-экономической, политической ситуации в округе, результатов прошлых кампаний, выявление основных стереотипов избирателей.

По результатам исследований происходит выбор адресной группы или групп, чьи взгляды и проблемы наиболее коррелируют с позицией кандидата. Попытка охватить всех избирателей в местных и региональных выборах встречается часто, однако изначально ошибочна и может иметь следствием потерю электората, расположенного к голосованию за кандидата. Оценка результатов исследований кандидата, его ресурсов и электората лежит в основе стратегии избирательной кампании.

После официального выдвижения кандидата начинается этап сбора подписей. На данном этапе, помимо собственно сбора подписей, разворачивается команда активистов для реализации оргмассового направления. Агитация может осуществляться под видом сбора подписей и в форме косвенной рекламы.

С момента регистрации кандидата начинает в полной мере функционировать сеть агитаторов. Изготавливаются агитационные печатные, аудио и видео материалы. Развитие информационных технологий делает возможным и актуальным создание представительства кандидата в сети Интернет.

Несмотря на запрет агитации в день перед выборами, некоторые кандидаты осуществляют ее посредством проведения скрытых или открытых акций («ночной вброс листовок», расклеивание новых материалов под видом неудаленных старых).

Накануне и в день голосования агитация может осуществляться путем возбуждения сформировавшихся во время кампании ассоциаций.

День голосования и подсчет голосов приобретает особое значение в свете принципа «главное - правильно посчитать». Именно при подсчете возможно наиболее активное использование административного ресурса. Для дня голосования характерны типичные нарушения законодательства: подкуп и подвоз к избирательным участкам избирателей; вброс заранее заготовленных бюллетеней; воздействие на волеизъявление избирателей, голосующих на дому; организация незаконной открытой агитации; «карусели» на участках, расположенных в одном здании и т.д.

День голосования, нередко называемый технологами «судным днем», вопреки логике рядового избирателя, не всегда является последним днем кампании. Во многих случаях первый тур голосования не окончателен. При этом штабами кандидатов проводится пересмотр тактики кампании, ее адаптация к сложившимся условиям. Перед вторым туром возможно активное использование технологий, компрометирующих оппонента. Вместе с этим осуществляется проведение мероприятий по предотвращению чрезвычайного роста числа абсентеистов: из двух оставшихся кандидатов сложнее выбрать - избиратели голосуют против всех или не идут на выборы. Они исходят из обыденной логики: «Один раз сходил, чего они еще хотят?». Иным вариантом дальнейшего развития является оспаривание результатов выборов в органах судебной власти. Однако успех в подобной ситуации возможен лишь в случае наличия у кандидатов опытной команды юристов, основным профилем деятельности которых выступают выборы.

Заключительной стадией избирательной кампании является опубликование результатов голосования и присвоение соответствующего статуса победившему кандидату (участие в распределении мандатов), формирование и опубликование отчетов о финансовой деятельности кандидатов и избирательных комиссий.

## **Заключение**

В настоящее время, в эпоху становления и развития демократии в России, избирательные кампании и выборы, как политический институт, требуют жесткого контроля как со стороны государства, так и со стороны общества.

В связи с этим особое значение приобретают существующие в нашей стране институты гражданского общества, как связующие звено, которое может вывести Россию к демократии, эволюционным путем, без революционных потрясений. Один из таких институтов - выборы. Свободные выборы являются одним из важнейших и неотъемлемых условий демократии.

Подлинно демократические выборы невозможны без выработки и соответствующего развития и использования избирательных технологий. Избирательные технологии являются своеобразным индикатором по которому можно судить об уровне развития избирательной системы. Поэтому изучение и развитие избирательных технологий является важной задачей в современной России.

## **Список литературы**

1. Баширова Я.Ф., Гутин А.Т. «Технологии политического успеха» -2017 - М.: Национальный институт «Высшая школа управления».
2. Добренков В.И., Кравченко А.И. «Социология» - 2017 - М.: «Ин-фра-М».
3. Кочетов, А.И. Избирательная кампания: методологические основания. Pro nunc. Современные политические процессы. 2016, №2, Т. 5.
4. Малкин, Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий и партийного строительства. 4-е изд. М.: SPSL-«Русская панорама». 2013.
5. Фомина, М.Г. Избирательная кампания в современной России: политико-правовые алгоритмы формирования. Среднерусский вестник общественных наук. 2018.
6. Худолей, Д.М. Понятие избирательной кампании. Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2015, №2.
7. Кравченко А.И. «Социология» учебник - 2017 - М.: «Проспект».
8. Нечаев В.Д., Филиппов А.В. «Вся политика», хрестоматия. - 2016 -М.: «Европа».