УДК: 351:323.2(470) DOI: 10.22394/2071-2367-2020-15-1-15-27

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПРОЦЕССА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

***Лаврикова А.А., Шумилова О.Е.*[1]**

Аннотация. *Целью* настоящей статьи является выявление тенденций развития электорального процесса в современной России с точки зрения содержательных и технологических особенностей организации избирательной кампании для выработки рекомендаций по оптимизации работы с электоральными группами.

Методика исследования основана на реализации тактики кейс-стади, которая позволяет выявить результативность применения коммуникационных технологий в процессе взаимодействия с различными участниками электорального процесса. В качестве *эмпирический базы* использованы статистические материалы, отражающие результаты выборов 2019 г.

Среди основных особенностей данной избирательной кампании выделены масштабность, высокий уровень конкурентности при сохраняющейся предсказуемости результатов, ориентация на непосредственное взаимодействие с избирателями на фоне доминирования вертикальной направленности коммуникаций в системе «власть – общество», внедрение цифровых технологий в электоральное пространство и др. Особое внимание уделено проблеме явки избирателей.

В заключении делается вывод относительно существенной деформации в функционировании электоральной арены, что при ограниченности в развитии неэлекторальных политических практик ведет к сужению пространства политического участия и негативно сказывается на качественных характеристиках политической системы.

Отмечается необходимость формирования единой сети коммуникации, включающей различные линии взаимодействия: C2C (citizen to citizen), C2G (citizen to government), B2G (business to government), позволяющие выстраивать взаимоотношения на принципах прозрачности и доверия.

Ключевые слова: выборы, избирательный процесс, явка избирателей, голосование, электоральная арена, политические коммуникации.

Лаврикова Анастасия Александровна — кандидат политических наук, доцент кафедры социологии и политологии Тульского государственного университета, адрес: 300012, Россия, г. Тула, пр-т Ленина, 92, e–mail: elav@mail.ru

Шумилова Ольга Евгеньевна — кандидат политических наук, доцент кафедры социологии и политологии Тульского государственного университета, адрес: 300012, Россия, г. Тула, пр-т Ленина, 92, e–mail: helgash80@mail.ru

TENDENCIES OF THE ELECTORAL PROCESS DEVELOPMENT IN MODERN RUSSIA: COMPREHENSIVE AND TECHNOLOGICAL ASPECTS

LAVRIKOVA A. A. — Candidate of Political Sciences, Associate Professor at the Department of Sociology and Political Studies, Tula State University (Russian Federation, Tula), e-mail: elav@mail.ru

SHUMILOVA O. E. — Candidate of Political Sciences, Associate Professor at the Department of Sociology and Political Studies, Tula State University (Russian Federation, Tula), e-mail: helgash80@mail.ru

Abstract. The purpose of the article is to identify trends in the development of the electoral process in modern Russia from the point of view of substantive and technological features of the organization of the election campaign to develop recommendations for optimizing work with electoral groups.

The research methodology is based on the implementation of case study tactics, which allows to identify the efficiency of the use of communication technologies in the process of interaction with various participants in the electoral process. Statistical data reflecting the results of the 2019 election were used as an empirical base.

Among the main features of this election campaign, the following ones were highlighted: scale, high level of competition with preserved predictability of results, focus on direct interaction with voters against the background of the dominant vertical orientation of communications in the power - society system, introduction of digital technologies in the electoral space, etc. Special attention is paid to the problem of voter presence.

In the end, a conclusion is made regarding a significant deformation in the functioning of the electoral arena, which in the limited development of non-electoral political practices, leads to narrowing of the space of political participation and negatively affects the qualitative characteristics of the political system. The necessity of forming a unified communication network is noted that includes various lines of interaction: C2C (citizen to citizen), C2G (citizen to government), B2G (business to government), which allows building relationships on the principles of transparency and trust.

Keywords: elections, electoral process, voter turnout, voting, electoral arena, political communications.

Введение.

Основываясь на том, что благодаря системе технологических знаний (при соблюдении определенной последовательности действий и использовании необходимых средств деятельности) обеспечивается воспроизводство желаемых результатов, целью настоящей статьи является выявление тенденций развития электорального процесса в современной России с точки зрения содержательных и технологических особенностей организации избирательной кампании для выработки рекомендаций по оптимизации

работы с электоральными группами. Исследование базируется на реализации тактики кейс-стади, которая позволяет выявить результативность применения коммуникационных технологий в процесс взаимодействия с различными участниками электорального процесса. В качестве эмпирический базы использованы статистические материалы, отражающие результаты выборов 2019 г., что позволяет отразить актуальную тенденцию развития избирательной системы с точки зрения деятельности основных ее участников. Масштабы данного электорального цикла отличаются как сочетанием избирательных процессов различных уровней (преимущественно регионального и субрегионального, а в отдельных случаях довыборов депутатов государственной Думы и федерального уровней), так и широтой охвата всех российских регионов.

8 сентября 2019 г. (в единый день голосования, который по закону (за исключением года выборов в Госдуму) проводится во второе воскресенье сентября) состоялось 6015 выборов различного уровня — губернаторов, депутатов законодательных собраний, мэров, членов городских парламентов и депутатов Госдумы (в рамках довыборов) во всех 85 субъектах РФ, свои кандидатуры выдвинули около 106 тысяч человек, были замещены более 47 тысяч выборных должностей.

Высших должностных лиц на прямых выборах избирали в 16 субъектах Федерации[1]. При этом в большинстве регионов проходили плановые выборы – сроки полномочий глав, избранных в сентябре 2014 г., истекали в сентябре 2019 г. И хотя главы ушли в отставку досрочно – между осенью 2018 г. и весной 2019 г., избирательная кампания в этих субъектах РФ проводилась в установленный законом период: Президентом РФ были назначены временно исполняющие обязанности губернаторов, которые и баллотировались на рассматриваемых выборах. В Ставропольском крае, Волгоградской и Вологодской областях губернаторы выдвинули свои кандидатуры на второй срок. Глав Забайкальского края и Сахалинской области выбирали досрочно в связи с тем, что сахалинский губернатор О. Кожемяко, избранный в 2015 г., в прошлом году был переведен в Приморский край, где одержал победу на выборах, забайкальский же губернатор Н. Жданова, избранная в 2016-м, досрочно ушла в отставку.

В 13 регионах[2] проходили парламентские выборы. На Алтае и в Волгоградской области избирали параллельно глав и депутатов.

Политико-правовые особенности избирательной кампании в легислатуры различного уровня во многом определялись возвращением смешанной системы выборов, что, с одной стороны, способствовало более полной обеспеченности интересов различных социальных групп, и не только партийно-политических, как в случае с пропорциональной системой, но и территориальных, с другой, имеет следствием ряд проблем, возникающих,

[1] г. Санкт-Петербург, Республики Алтай, Башкортостан и Калмыкия, Забайкальский и Ставропольский края, Астраханская, Волгоградская, Вологодская, Курганская, Курская, Липецкая, Мурманская, Оренбургская, Сахалинская и Челябинская области.

[2] г. Москва, Севастополь, Республики Алтай, Кабардино-Балкария, Карачаево-Черкесия, Крым, Марий Эл, Татарстан и Тыва, Хабаровский край, Брянская, Волгоградская и Тульская области

например, в связи с высоким уровнем аффилированности будущих депутатов с теми или иными элитными группами и ростом числа самовыдвиженцев, обладающих весьма ограниченной политической компетентностью.

В свою очередь в пул кандидатов на посты губернаторов субъектов РФ входили представители исполнительной власти регионов. Так, на выборы выдвинуты три действующих губернатора и 13 временно исполняющих обязанности губернатора (врио), как правило, из выпускников «школы губернаторов». При этом 10 глав и врио являлись представителями политической партии «Единая Россия», шестеро баллотировались как самовыдвиженцы при поддержке партии власти. Таким образом, выборы глав субъектов РФ изначально были ориентированы на «референдумный сценарий», при котором голосование являлось референдумом по доверию руководителям регионам, чем конкурентной борьбой. По сути данный сценарий оправдался, т.к. во всех 16 регионах выборы глав проходили в один тур, действующие руководители субъектов РФ одержали победы, преодолевая необходимую планку в 50 % плюс один голос избирателя. Необходимость во втором туре не возникла в Горном Алтае, Астраханской и Вологодской областях, отнесенных экспертным сообществом к числу проблемных.

Предсказуемость результатов выборов глав обеспечила ассоциированность вопросов повести дня с конкретными личностями кандидатов, их способностью решать актуальные проблемы. Лица, занимающие должность губернатора, обладают достаточным объемом ресурсов для «захвата» повестки дня – упоминаний в контексте текущих вопросов с целью формирования образа наиболее компетентного субъекта с точки зрения их решения[1].

Несимметричность освещения кандидатов связана с большим доступом у инкумбентов к масс-медиа, что особенно усугубляется в ситуации ограниченной независимости региональных и муниципальных СМИ. Кроме того, постоянное присутствие губернаторов и врио губернаторов в информационном пространстве соответствующего субъекта РФ, а также указания на взаимодействие с Президентом РФ позволяют им задавать тематику публичной дискуссии в регионе. Кроме того, как правило, у первых лиц региона доля сообщений, в которых они выступают в качестве первых действующих лиц, достаточно высока по сравнению с их оппонентами, что позволяет им конструировать собственную повестку дня, тем самым влияя на восприятие информации рядовыми гражданами.

Следует учитывать тот факт, что, когда «экстерналии – неконтролируемые результаты действий субъектов, которые влияют на лица непосредственно не участвующих в процессе – принимают значительную величину, самые рациональные модели не обеспечивают рациональное распределение ресурсов»[2]. То есть в том случае, если

[1] Казун А. Освещение выборов Президента РФ 2018 г. в прессе и блогосфере // Вестник Пермского университета. Политологи. — 2018. — Т. 12. — № 4. — С 35–50.

[2] Козлова Л.А., Швери Р. Теория рационального выбора: аналитический обзор // Социологический журнал. — 1995. — № 2. — С. 43–56.

действующие должностные лица воспринимаются в общественном сознании как единственно возможные субъекты принятия политических решений относительно общественно значимых проблем и это зафиксировано в публичном дискурсе, то действия оппонентов по нивелированию влияния властных структур оказываются нерезультативными.

«Статистическим трендом» развития регионального электорального пространства в контексте выборов в легислатуры различного уровня стало увеличение числа участников. Данный факт во многом обусловлен либерализацией законодательства о выборах. Так, в довыборах в Государственную Думу от Орловской области участвовали 12 партий, в выборах в Тульскую областную Думу и Законодательную Думу Хабаровской области по 7 партий, в муниципальных выборах г. Москвы — 19.

На основе данного критерия и региональные, и муниципальные выборы следует оценивать как формально конкурентные. Вместе с тем, уровень состязательности избирательной кампании дифференцировался от субъекта к субъекту. В тех регионах, где на начальных этапах регистрации кандидатов конфликтных ситуаций не возникало, он был значительно ниже. Если прохождение стадии выдвижения и регистрации было сопряжено с конфликтами, соперничество начинало принимать более выраженный характер, соответствующий по типу столкновения «с нулевой суммой», обусловленный не столько самими «правилами игры», изначально предполагающими наличие нескольких претендентов на выборную должность, и спецификой действующей в стране партийной системы, сколько стремлением демонстрации лояльности / нелояльности системе. Данный вывод подтверждается и результатами анализа специфики политической коммуникации в современном российском обществе, согласно которым именно доминирование выступает основной целью различных коммуникантов, вступающих в политические взаимодействия в рамках электорального процесса, а выделенные регистры публичного политического дискурса носят антагонистический характер (патерналистский или протестный), что свидетельствует о дискретном развитии политического языка.

Следует отметить, что в рамках избирательной кампании 2019 г. проблемы с подачей документов возникали достаточно часто в различных регионах России. В первую очередь данная ситуация коснулась самовыдвиженцев и свидетельствует не только о введении жесткого административного контроля за допуском политических активистов к выборам, но и о невысоком качестве работы избирательных штабов этих лиц.

В целом в рамках данного электорального цикла использовались три типа сценариев избирательных кампаний, ориентация на которые определялась параметрами регионального электорального пространства. Доминантный сценарий был характерен для округов, где сформировался явный лидер и результат голосования был практически предрешен. Реализация конкурентного сценария оказывалась возможной в ситуации, когда выявлялся понятный лидер, однако его ближайший оппонент имеет шанс получить существенное количество голосов, и результат голосования в значительной степени

зависел от поддержания лидирующим кандидатом своих позиций. Паритетный сценарий типичен для округов, в которых явный лидер либо не сформировался, либо его отрыв от ближайших оппонентов незначителен, поэтому интенсивность и качество агитационной работы кандидата, его актива и штаба здесь играли существенную роль. Востребованность первого сценария указывает на эффективность проведенной властными структурами (после условной либерализации политического процесса) коррекции стратегии сохранения статус-кво в условиях неустойчивости избирательных предпочтений[1].

Еще одним значимым трендом данной избирательной кампании являлся акцент на прямом общении кандидатов с избирателями. Прежде всего речь идет о росте популярности форм непосредственного взаимодействия с местными жителями (личные встречи, праздники двора, совместные мероприятия и т.д.), дополненного коммуникацией в социальных сетях. Данный факт иллюстрирует новую парадигму маркетинга взаимоотношений (Э. Пейн[2]), согласно которой удержание потребителя возможно только посредством интерактивной заинтересованной коммуникации. Характеризуя роль новых маркетинговых ориентиров в системе политических отношений, С. Хеннеберг подчеркивает: «целью использования технологий политического маркетинга является создание, поддержание и развитие долгосрочных отношений с избирателями для пользы общества и политических партий»[3]. Таким образом, избиратель приобретает черты активно действующего участника избирательного процесса, политические коммуникации переводятся в горизонтальную плоскость, что существенно меняет их содержание. Однако в условиях ограниченности экономического и политического плюрализма, фрагментарности гражданского общества и слабости представительной демократии такой тип взаимодействия входит в противоречие с доминирующей моделью G2C (government to citizen), что не позволяет использовать ее мобилизационный потенциал в полной мере.

В результате запрос на контакт «лицом – к – лицу», выступающий ответом на дегуманизацию политического процесса и отражающий потребность общества в «новой искренности», получил лишь частичное удовлетворение «на выходе» (в виде единичных разнонаправленных мероприятий). При этом тематика общения, как правило, касалась проблем благоустройства территории и экологии (особенно для регионов, где тема утилизации отходов стоит остро). Обращает на себя внимание факт, что уровень выборов (региональный или муниципальный) для формирования повестки дня особого значения

[1] См.: Волконская, Н.А. Кризис института политической партии и возможные варианты его решения / Траектории политического развития России: Институты, проекты, акторы: материалы Всероссийской конференции РАПН, г. Москва, МПГУ, 6-7 декабря 2019 г. Москва, МПГУ, 2019. – С. 94–95.

[2] См.: Payne A., Christopher M., Peck H. (1995) Relationship Marketing for Competitive Advantage: Winning and Keeping Customers. Butterworth Heinemann: Oxford, 304 p.; Payne, A. (2005) Handbook of CRM: Achieving Excellence through Customer Management. Butterworth-Heinemann: Oxford, 438 p.

[3] Hennerberg, S.C.M. (2002) Understanding Political Marketing in N.J., J'Shaughaessy and S.C.M., Hennerberg (eds) The Idea of Political Marketing. Westport CT: Praeger. –P. 97–170.

не имел. Это позволяет говорить как о высокой степени социальной значимости указанных проблем, так и о фрагментарности существующих у граждан представлений относительно разграничения полномочий властных структур, формируемых посредством выборов.

Вместе с тем достаточно часто и представители политических партий, и самовыдвиженцы не могли предложить своим сторонникам четко определенные идеологические и ценностные позиции, что выступило еще одним фактором, подкрепляющим доминирование среди избирателей ориентации голосовать за «конкретного человека» (и результаты его деятельности), а не за партию (особенно это характерно для муниципальных выборов). С одной стороны, подобная персонификация свидетельствует о проблемах в кристаллизации политических интересов граждан, с другой, в сложившейся ситуации рейтинги партии, которую данный человек представляет, или призывы бойкотировать выборы существенного значения для электората не имеют и повлиять на исход выборов не могут, являясь скорее фоновой характеристикой, что делает процесс более предсказуемым.

Следует отметить, что, как и в избирательных циклах предыдущего периода, эффективность участия партии в выборах во многом зависела от ее представительства и в общепартийных списках, и в одномандатных округах, что обусловлено не столько самой партийной идентификацией кандидата, сколько демонстрацией его лояльности к режиму, готовности оказать поддержку «правилам игры»[1].

К новым тенденциям также следует отнести обновление состава кандидатов (что особенно заметно у ЕР, КПРФ и ЛДПР) и рост внимания представителей партий к муниципальным выборам, что в перспективе может смягчить проблему так называемого муниципального фильтра – определенного количества подписей муниципальных депутатов и глав муниципальных образований, которые собирают все претенденты на посты глав субъектов РФ, избираемых на прямых выборах.

Актуальным оставался вопрос об обеспечении прозрачности выборов. Одним из способов его решения стала ориентация на цифровые механизмы организации выборного процесса и контроля за ним. Для обеспечения прозрачности всех процедур в единый день голосования участковые и территориальные избирательные комиссии были оборудованы видеонаблюдением, что позволило реализовать прямую трансляцию в реальном времени. Использование комплексов обработки избирательных бюллетеней (КОИБ) и применение технологии изготовления протоколов участковых избирательных комиссий об итогах голосования с машиночитаемым двухмерным QR-кодом, должны были исключить ошибки, связанные с человеческим фактором, увеличить скорость ввода итогов голосования в систему ГАС «Выборы». Также на рассматриваемых региональных выборах избиратели получили возможность проголосовать по месту нахождения

[1] Пеньков В.Ф. Электоральный цикл-2016: политико-правовые, коммуникативные и социокультурные аспекты. – URL:https://cyberleninka.ru/article/n/elektoralnyy-tsikl-2016-politiko-pravovye-kommunikativnye-i-sotsiokulturnye-aspekty (дата обращения: 15.11.2019).

благодаря системе «Мобильный избиратель». В целом, по предварительным прогнозам, введение возможности электронного голосования позволило бы увеличить долю голосующих на 10–15 %. Однако при этом не принимался во внимание факт, что вовлечение в процедуры посредством использования интернет-ресурсов (т.е. в онлайн режиме) возможно только при условии, что граждане уже имеют опыт реализации данных моделей поведения в реальном политическом пространстве (оффлайн режиме). Следовательно, решить проблему абсентеизма таким образом не представляется возможным. Кроме того, ориентация на цифровизацию избирательного процесса порождает проблему производства и тиражирования фейковой информации, распространяемой преимущественно в интернет-пространстве и создающей тревожный фон.

Оценивая данную инновацию с точки зрения развития электоральных процессов в регионе, также следует учитывать мотивацию политических акторов при ориентации на электронное участие. За внедрением технологий электронного участия достаточно часто стоит стремление к дополнительной легитимации через своеобразный «электронный образ» государства, свидетельствующий о его современности, открытости и стабильности. Тогда целью цифровизации электорального процесса выступает поддержание позитивного государственного имиджа, прежде всего на международной арене, привлечение инвестиций. Помимо этого, как показал опыт некоторых стран, применение электронного участия может быть сопряжено с усилением функции контроля при внедрении новых технологий, что особенно актуально для территорий, где имеет место монополизация телекоммуникационной отрасли.

И самой важной «проблемной зоной» этого электорального цикла являлся уровень явки избирателей. Согласно статистическим данным, на региональных и муниципальных выборах он всегда достаточно низкий, а в некоторых регионах, в которых конфликтная составляющая выборов практически отсутствует (что было отмечено выше), внимание регионального сообщества, прежде всего его молодежного сегмента, к избирательному процессу значительно снижено. По данным, представленным главой Центризбиркома Э. Памфиловой на пресс-конференции в ЦИК, окончательная средняя явка на выборах 2019 года составила 41,2 %, что на 3,5 % выше, чем на предыдущих выборах в 2018 году[1]. Несмотря на то, что большинство экспертов указывают на стабилизацию уровня явки по регионам (от электорального цикла к электоральному циклу она меняется незначительно), абсентеизм становится типичной моделью поведения для значительного сегмента граждан. Во многих регионах России явка оказалась меньше, чем на прошлых выборах. Например, в Башкортостане с традиционно высокой явкой в этом году на выборы пришли 65% избирателей (на прошлые выборы главы республики – почти 75 %). На выборах губернаторов Мурманской и Астраханской областей явка составила менее 35%, а в Курской и Липецкой – немногим больше 40%. В Калмыкии явка также снизилась:

[1] В России завершился единый день голосования. – URL: https://www.pnp.ru/social/v-rossii-zavershilsya-edinyy-den-golosovaniya.html (дата обращения: 10.10.2019).

в этот раз проголосовали 48% избирателей региона, а на прошлых губернаторских выборах явка составила почти 52%. В Тульской и Хабаровской областях на выборах депутатов законодательных собраний только треть электората воспользовалась своим правом голоса.

Такой уровень электоральной активности указывает на кризисные проявления в процессе функционирования электоральной арены политического участия, ведь если уровень абсентеизма выше 25 – 30% от общего числа избирателей, то следует говорить о снижении легитимности властных структур и нефункциональности выборов с точки зрения отражения предпочтений большинства.

Среди причин электоральной пассивности граждан прежде всего отмечается низкая интенсивность агитационной кампании: сокращение объемов политической рекламы на наружных носителях, количества времени для трансляции дебатов и агитации на телевизионных и радиоканалах. Действительно, в регионах, где конфликтная составляющая отсутствовала (как, например, в Тульской области), избирательная кампания прошла незаметно. Кроме того, наблюдалось ухудшение качества рекламы, которая в основном ориентирована на выполнение функции напоминания об основных участниках процесса в ущерб функциям информирования, мотивации и т.д. Подобную тенденцию нельзя связывать только с дефицитом материальных ресурсов у основных участников, особенно оппозиционных. Здесь влияние оказывают и институциональные рамки, заданные органами власти и правящей партией, т. к., несмотря на то, что число «организованных» избирателей, готовых проголосовать на выборах за представителей партии власти, значительно, одновременно увеличивается и сегмент «неорганизованных» избирателей, которые, если придут на выборы, могут отдать свой голос любой другой партии, кроме «Единой России». Поэтому для демобилизации неблагоприятных с точки зрения поддержки режима групп явку могут намеренно «пересушить» путем переноса даты выборов (в случае досрочного ухода губернатора), ведения неактивной агиткампании, смещения акцентов в информационной повестке дня или каким-то другим способом.

Свою роль в увеличении доли абсентеистов сыграло и поведение оппонентов «партии власти», представители которых «в условиях крайней поляризации общества предлагали более мягкие варианты своих программ, удаляя их положения от требований медианного избирателя и тем самым теряя более значительный сегмент своей электоральной базы, чем отнимали у партий с противоположной политической ориентацией»[1].

Но более существенное значение для типизации модели электоральной пассивности играет эффект «ожидания фальсификаций», в том числе и связанных с фактами коррупции, что негативно влияет на электоральную явку, особенно в условиях развития авторитарных тенденций. Данный вывод подтверждается и материалами исследований в других странах. Так, опираясь на данные массовых опросов, проводившихся в Мексике в

[1] Козлова, Л.А., Швери, Р. Теория рационального выбора: аналитический обзор // Социологический журнал. – 1995. – № 2. – С. 43–56.

1980 – 1990-е гг., Х. Домингес и Д. Маккана доказали, что низкая явка избирателей – это результат скептицизма общества в отношении справедливости выборов. А продолживший подобные исследования А. Симпсер отмечает, что такой эффект «ожидания фальсификаций» имеет долгосрочный характер, т.к. после электоральных реформ, целью которых был переход от электорального авторитаризма к демократии, в мексиканском обществе представления о нечестности выборов, оставшиеся в памяти граждан с 80-хх гг. XX в., до сих пор негативно влияют на явку, особенно в сельскохозяйственных штатах страны. К этим же выводам пришла Э. Чан, указывая, что регулярная реализация политики «подрыва чистоты выборов» для обеспечения победы правящего режима ведет к полному отказу избирателей от любых традиционных форм политического участия[1].

В рамках данного электорального цикла мы уже наблюдаем проявления такого негативного тренда. Если на выборах 2015 – 2016 гг. протестные настроения выражались в рамках электорального процесса в формате негативного электорального поведения, когда часть избирателей, приходя на избирательный участок, свое неудовлетворение процедурой или составом кандидатов выражала через порчу бюллетеней (количество недействительных бюллетеней составляло 3 – 5% против 1 – 1,5%, относящихся к норме), то на выборах 2019 г. доля испорченных бюллетеней фиксировалась в пределах нормы, однако уровень явки снизился, а выборы в ряде регионов сопровождались протестными акциями. Следовательно, сегмент неудовлетворенных «перешел» из пространства институциональной политики в формат неинституциональной, а значит, сложно прогнозируемый и регулируемый.

В связи с тем, что снижающееся доверие к выборам и акции / призывы к бойкоту со стороны оппозиции относятся к числу эмпирических признаков так называемых «спорных» выборов (П. Норрис)[2], т.е. выборов, ставящих под сомнение легитимность их субъектов, процедур или результатов, актуализируется вопрос относительно существенной деформации в функционировании электоральной арены (причем не только в конкретных регионах, но и в стране в целом). А принимая во внимание ограниченность в развитии неэлекторальных политических практик, данная тенденция ведет к сужению пространства политического участия и негативно сказывается на качестве политической системы. Этот вывод соответствует модели А. Хиршмана [3], позволяющей выявить корреляцию принуждения и двух переменных – «голос» и «выход», где первая отражает способность субъектов благодаря собственным усилиям минимизировать силу принуждения, а вторая –

[1]См.: Мироведникова А. В. Качество электоральных процессов и явка: анализ региональных и думских выборов 2015 – 2016 гг. в России // Вестник Пермского университета. – Политология. – 2018. – № 1. – С. 24–38.

[2] См.: Евстифеев Р.В. «Спорные» выборы и перспективы международного регулирования выборных процессов / Траектории политического развития России: Институты, проекты, акторы: материалы Всероссийской конференции РАПН, г. Москва, МПГУ, 6–7 декабря 2019 г. Москва, МПГУ, – 2019. – С. 142–143.

[3] См.: Хиршман А.О. Выход, голос и верность: Реакция на упадок фирм, организаций и государств / Пер. с англ. – М.: Новое издательство, 2009. – 156 с.

их возможность мигрировать в другую сферу общественной жизни. Учитывая, что в конфликтных регионах мобилизация избирателей, организуемая властными структурами, носила преимущественно авторитарный характер, рядовые граждане воспринимали уровень принуждения как достаточно высокий и, как следствие, отдавали предпочтение стратегии «выход».

Заключение.

Подводя итоги, следует отметить следующее: с точки зрения оптимизации работы с электоральными группами, а также купирования типичных ошибок, возникающих в процессе избирательной кампании (таких, как неадекватность стратегии убеждающей коммуникации, игнорирование специфики мотивации участников политической кампании, некорректность сегментирования политического рынка и т.д.), представляется целесообразным учитывать высокий уровень рискогенности принимаемых решений, связанный с наличием латентных свойств у политических объектов; взаимосвязь партнерских и иерархических отношений, вытекающую из особенностей актуальных политических процессов; рост динамичности, вызванный трансформациями параметров социально-политического пространства; инвариантность, обусловленную наличием у политических объектов собственной воли и механизма адаптации к реальным событиям; многоуровневость, отражающую способность объектов к функционированию на разных уровнях политической системы. Необходимо формирование единой сети коммуникации, включающей следующие линии взаимодействия: C2C (citizen to citizen), C2G (citizen to government), B2G (business to government), позволяющие выстраивать взаимоотношения на принципах прозрачности и доверия.

Библиография/References:

1. Волконская Н.А. Кризис института политической партии и возможные варианты его решения // Траектории политического развития России: Институты, проекты, акторы: материалы Всероссийской конференции РАПН. – М.: МПГУ, 2019. – С. 94–95.

2. В России завершился единый день голосования. – URL: https://www.pnp.ru/social/v-rossii-zavershilsya-edinyy-den-golosovaniya.html (Дата обращения: 10.10.2019).

3. Евстифеев Р.В. «Спорные» выборы и перспективы международного регулирования выборных процессов // Траектории политического развития России. Институты, проекты, акторы: материалы Всероссийской конференции РАПН. – М.: МПГУ, 2019. – С. 142–143.

4. Казун А. Освещение выборов Президента РФ 2018 г. в прессе и блогосфере // Вестник Пермского университета. Политология. – 2018. – Т. 12. – № 4. – С 35–50.

5. Козлова Л.А., Швери Р. Теория рационального выбора: аналитический обзор // Социологический журнал. – 1995. – № 2. – С. 43–56.

6. Мироведникова А.В. Качество электоральных процессов и явка: анализ региональных и думских выборов 2015 – 2016 гг. в России // Вестник Пермского университета. Политология. – 2018. – № 1. – С. 24–38.

7. Пеньков В.Ф. Электоральный цикл-2016: политико-правовые, коммуникативные и социокультурные аспекты. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/elektoralnyy-tsikl-2016-politiko-pravovye-kommunikativnye-i-sotsiokulturnye-aspekty (Дата обращения: 15.11.2019).

8. Хиршман А.О. Выход, голос и верность: Реакция на упадок фирм, организаций и государств / Пер. с англ. – М.: Новое издательство, 2009. – 156 с.

9. Hennerberg, S.C.M. (2002) Understanding Political Marketing in N.J., J'Shaughaessy and S.C.M., Hennerberg (eds) The Idea of Political Marketing. Westport CT: Praeger. –P. 97–170.

10. Payne, A. (2005) Handbook of CRM: Achieving Excellence through Customer Management. Butterworth-Heinemann: Oxford. – 438 p.

11. Payne, A., Christopher, M., Peck, H. (1995) Relationship Marketing for Competitive Advantage: Winning and Keeping Customers. Butterworth Heinemann: Oxford. – 304 p.

1. Volkonskaia, N.A. (2019) Krizis instituta politicheskoi partii i vozmozhnye varianty ego resheniia [The crisis of the institution of a political party and possible solutions] // Traektorii politicheskogo razvitiia Rossii: Instituty, proekty, aktory [The trajectories of the political development of Russia: Institutes, projects, actors]: materialy Vserossiiskoi konferentsii RAPN. – M.: MPGU. – P. 94–95. (In Russ.)

2. V Rossii zavershilsia edinyi den' golosovaniia [In Russia ended a single voting day]. – URL: https://www.pnp.ru/social/v-rossii-zavershilsya-edinyy-den-golosovaniya.html (Data obrashcheniia: 10.10.2019) (In Russ.)

3. Evstifeev, R.V. (2019) «Spornye» vybory i perspektivy mezhdunarodnogo regulirovaniia vybornykh protsessov ["Controversial" Elections and Prospects for the International Regulation of Electoral Processes] // Traektorii politicheskogo razvitiia Rossii: Instituty, proekty, aktory [The trajectories of the political development of Russia: Institutes, projects, actors]: materialy Vserossiiskoi konferentsii RAPN. – M.: MPGU. – P. 142 – 143. (In Russ.)

4. Kazun, A. (2018) Osveshchenie vyborov Prezidenta RF 2018 g. v presse i blogosfere [Coverage of the 2018 presidential election in Russia in the press and blogosphere] // Vestnik Permskogo universiteta. Politologiia [Bulletin of Perm University. Political Science]. – T. 12. – № 4. – P 35 – 50. (In Russ.)

5. Kozlova, L.A., Shveri, R. (1995) Teoriia ratsional'nogo vybora: analiticheskii obzor [Theory of rational choice: an analytical review] // Sotsiologicheskii zhurnal [Sociological Journal].– № 2. – P. 43–56. (In Russ.)

6. Mirovednikova, A.V. (2018) Kachestvo elektoral'nykh protsessov i iavka: analiz regional'nykh i dumskikh vyborov 2015 – 2016 gg. v Rossii [The quality of electoral processes and turnout: an analysis of regional and Duma elections in 2015–2016. in Russia] // Vestnik Permskogo universiteta. Politologiia [Bulletin of Perm University. Political Science]. – № 1. – P. 24 – 38. (In Russ.)

7. Pen'kov, V.F. Elektoral'nyi tsikl-2016: politiko-pravovye, kommunikativnye i sotsiokul'turnye aspekty [Electoral cycle-2016: political and legal, communicative and

sociocultural aspects]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/elektoralnyy-tsikl-2016-politiko-pravovye-kommunikativnye-i-sotsiokulturnye-aspekty (data obrashcheniia: 15.11.2019 g.). (In Russ.)

8. Khirshman, A.O. (2009) Vykhod, golos i vernost': Reaktsiia na upadok firm, organizatsii i gosudarstv [Exit, voice and fidelity: Reaction to the decline of firms, organizations and states] / Per. s angl. – M.: Novoe izdatel'stvo. – 156 p. (In Russ.)