

ВЫБОРЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

УДК 32.019.52

Федорченко С.Н.

Московский государственный областной университет

ПОЛИТИКО–МЕНЕДЖЕРСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РОССИЙСКОЙ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ

Аннотация. Работа ориентирована на анализ роли политического менеджмента в обеспечении эффективного функционирования российской избирательной системы. Политический менеджмент рассматривается в качестве альтернативы традиционным приёмам «административного ресурса». Выявив взаимосвязь политической культуры с политическим менеджментом, автор предлагает проектное решение в области популяризации отечественного избирательного процесса и демократии. Исследование опирается на данные социологических опросов.

Ключевые слова: политический менеджмент, избирательная система, демократия, политическая культура.

S. Fedorchenko

Moscow State Regional University

POLITICAL AND MANAGERIAL SOFTWARE OF THE RUSSIAN ELECTION SYSTEM

Abstract. The scientific work is focused on the analysis of the role of political management in ensuring the effective functioning of the Russian election system. The political management is considered as an alternative to traditional methods of «administrative resources». Having identified the interrelation of political culture with the political management, the author proposes a draft decision in the field of promotion of domestic electoral process and democracy. The research is based on the data of public opinion polls.

Key words: political management, election system, democracy, political culture.

Часто под политическим менеджментом подразумевают применение политтехнологий, приёмов политического PR или политической рекламы.

Однако само явление намного сложнее. В настоящее время *политический менеджмент* предполагает разновидность управленческих технологий, когда субъект политического управ-

© Федорченко С.Н., 2013.

ления отказывается от создания общеобязательных норм и не применяет легитимное насилие по отношению к объекту политического управления [5]. Мало того, в модели политического менеджмента жёсткое разделение на субъектов и объектов управления отсутствует.

Важнейшая задача политического менеджмента – создать с помощью управленческого искусства, реального партнёрства и координации эффективные условия для развития демократических институтов. Это же касается и обеспечения полноценного функционирования такого важного демократического института, как избирательная система. Внедрение технологий политического менеджмента особенно актуально для всех государств постсоветского пространства – без этого будет сложнее создать мощные экономики, бороться с коррупцией, сформировать демократические традиции.

Технологии политического менеджмента в избирательной системе в целом можно разбить на две группы.

1. Транзитные технологии – это те политические технологии, которые стараются учитывать демократический транзит в стране, усиливая демократический процесс и вводя его в степень привычки. Фактически, в этом случае демократия как феномен поддерживается технологиями политического менеджмента.

2. Режимные технологии – это те политические технологии, которые стремятся поддерживать существующий социальный порядок и политический режим. При этом режимные технологии, как и транзитные технологии, пользуются теми же коммуникационными каналами воздействия на

массовое сознание – политическим PR, политической рекламой и т.п.

Выбор властной элитой той или иной модели политического менеджмента зависит от политической культуры граждан страны. Как правило, политическая культура относится к части общей культуры общества и включает сложившиеся устойчивые ценности, убеждения и представления людей относительно политики, управления и власти.

В своё время американские политологи Г. Алмонд и С. Верба обозначили идеальные разновидности политической культуры граждан – патриархальную (отсутствие серьёзных политических установок), подданническую (пассивная роль в политическом процессе) и активистскую (активное участие в политической жизни) [6].

Концепция «тихой революции» Р. Инглхарта больше проливает свет на роль политической культуры в политическом менеджменте. По мнению американского учёного, из-за экономического роста и отсутствия глобальных вооружённых конфликтов количество «материалистов» (важнее политическая и экономическая стабильность, безопасность) по всему миру сокращается, а число «постматериалистов» (кому важнее демократия и нематериальные ценности) – растёт [10]. Однако Инглхарт выяснил, что общества, которые испытывали сильный экономический спад, разочаровывались в демократических институтах и почти все вернулись к прежним взглядам на политику, демократию, а значит, и политический менеджмент.

Разочарование в демократических ценностях формирует апатию к избирательному процессу, к избирательной

системе в целом. В условиях скептического отношения граждан некоторых стран к демократическим ценностям наиболее серьёзным препятствием для политического менеджмента является «административный ресурс» – возможность использования политическими акторами (элитами, партиями и кандидатами) их политического положения или связей с правительственными учреждениями с целью влияния на результаты выборов.

Традиционная модель управления, по оценке зарубежных учёных, со временем будет становиться всё более ненадёжной и неконтролируемой, безразличной к требованиям граждан [12]. Тогда как политический менеджмент исходит из допущения, что политика – это мир сетей с множеством центров управления, где главная задача менеджера – научиться управлять этими процессами во благо общества [8]. Именно при политическом менеджменте избирательная система стано-

вится мощнейшим проводником демократических ценностей в обществе.

Роль «административного ресурса» возрастает в условиях подданнической либо патриархальной культуры. Фактически он препятствует внедрению политического менеджмента, демократическому транзиту, т.к. политическое просвещение и демократическая грамотность граждан в этом варианте находится на низком уровне. Получается, что элементарное незнание демократических ценностей усиливает политический абсентеизм и равнодушие к избирательной системе. Вот почему при исследовании потенциала политического менеджмента в избирательной системе важен такой элемент политической культуры, как политическая грамотность.

Для примера – исследователь из Азиатского барометра Ц. Шин провёл серьёзное научное исследование по вопросу политической грамотности в семи крупных культурных регионах –

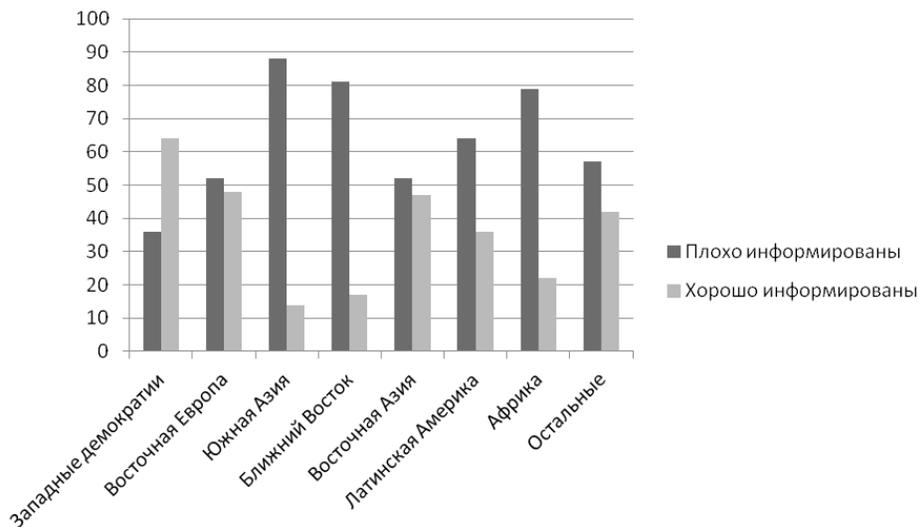


Рис. 1. Информированность граждан регионов мира о демократических ценностях (%)

демократическом Западе, Восточной Европе, Южной Азии, Ближнем Востоке, Восточной Азии, Латинской Америке и Африке южнее Сахары (см. рис. 1). Скрупулёзный сравнительный анализ показал, что большинство респондентов, которые говорили, что они поддерживают демократию, либо не уверены в своих словах, или дезинформированы о существенных признаках, составляющих демократическую систему в целом [7]. Такие результаты идут вразрез с наиболее популярным утверждением о том, что демократия превращается в универсальную ценность.

Из опроса видно, что граждане подавляющего числа регионов мира очень смутно представляют себе значимость демократических политических институтов и связанных с ними выборов, партий и практик гражданской активности. Исключением являются лишь страны западных демократий (США, Великобритания, Канада, Австралия, Новая Зеландия и др.) – государства с активистской политической культурой.

В России, где явление политического абсентеизма давно уже фиксируется учёными, властная элита делает выбор в пользу режимных политтехнологий. С помощью этих приёмов власть стремится поддерживать существующий социальный порядок и политический режим.

Как уже указывалось, недостаточная осведомлённость граждан о сути демократии обусловлена патриархальным либо подданническим типом политической культуры. Эти разновидности политической культуры предполагают большее доверие населения к существующим политическим

институтам, связанным с возможностями правительства и президентуры.

В 17-27 мае 2007 г. ВЦИОМ провёл социологический опрос, где было опрошено 3000 человек в 153 населённых пунктах в 46 областях, краях и республиках России [2]. При этом статистическая погрешность не превышала 3,4%. Респондентов просили ответить, насколько они доверяют автоматизированной электронной системе подсчёта голосов (рис. 2).

Из этого графика видно, что граждан, которые полностью не доверяют системе ГАС «Выборы» не так много. Подобная картина вполне характерна для российской подданнической политической культуры, этатизм и коллективизм которой, по оценке Э.Я. Баталова, не способствуют активной демократизации социума [1]. Однако тревожит другое – высокий процент ничего не знающих об этой системе ГАС «Выборы». Низкая информированность наблюдается практически у всех категорий респондентов.

Позже, в 2012 г. эксперты Левада-Центра при проведении социологического опроса выяснили, почему россияне не хотят заниматься политической деятельностью более активно (рис. 3). Оказалось, что большинство респондентов считают, что «политика – не для рядовых граждан». Интересно, что с 2006 по 2012 гг. всего 4% опрошенных стали больше разбираться в самой политической жизни [4]. Это показательно – порог устойчивости подданнической политической культуры в России пока ещё довольно высок.

Согласно данным опроса выходит, что политическая грамотность россиян не перешла на качественно новый уровень, и даже та, которая есть – вос-

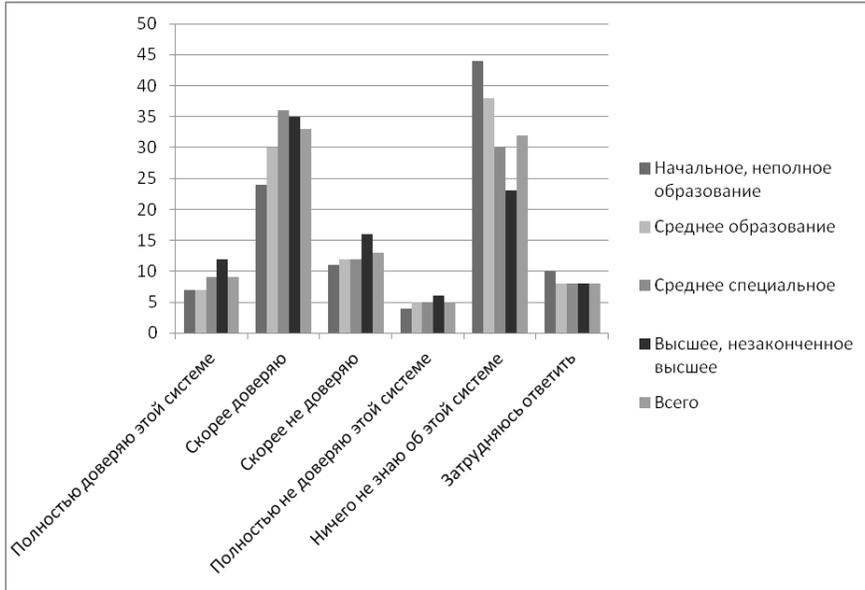


Рис. 2. Насколько Вы доверяете ГАС «Выборы»? (%)

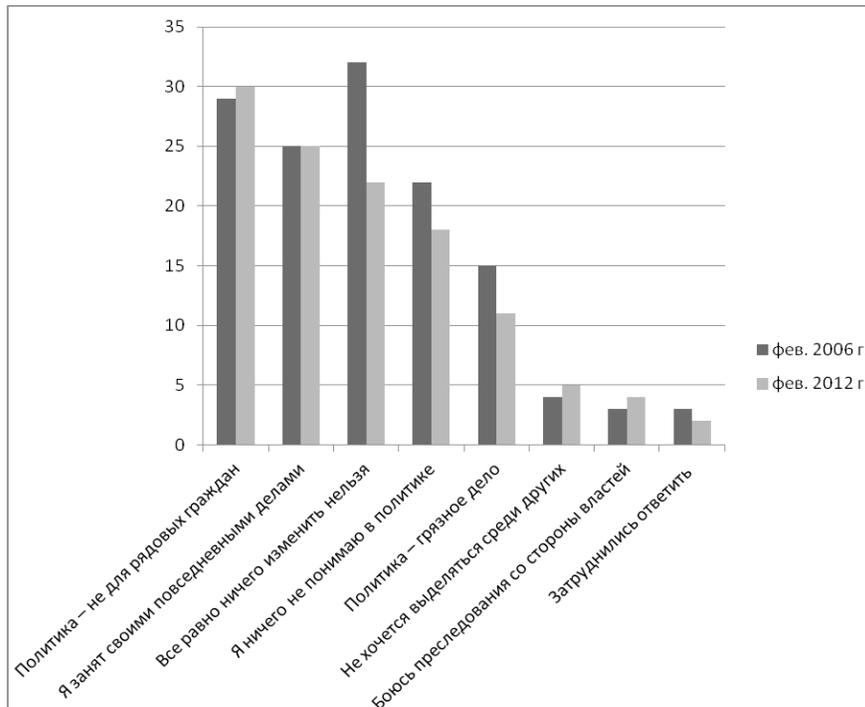


Рис. 3. Почему Вы не хотите более активно участвовать в политике? (%)

производит типичный паттерн подданнической политической культуры, заставляя граждан сомневаться в том, что их голос хоть что-то значит на выборах.

Низкая просвещённость граждан в механизме избирательной системы, их недостаточная осведомлённость о смысле демократических ценностей в условиях преобладания традиционной модели управления создаёт серьёзную проблему политического абсентеизма. Появляется социальная апатия, опасная для полноценного развития гражданского общества. Тогда как технологии политического менеджмента призваны распространить и укрепить в обществе демократические ценности.

О том, что приёмы политического менеджмента можно внедрить для российской избирательной системы,

свидетельствует другой опрос.

Социологическое исследование, проведённое ФОМ в 2011 г., показало, что большинству российских респондентов интересны выборы, потому что, во-первых, они считают собственное присутствие на них своим гражданским долгом, во-вторых, им небезразлична жизнь страны [3]. То, что российская политическая культура постепенно изменяется, отмечает и шведский политолог Я. Теорелл. Он пишет, что политическая культура сильно отличается в российских регионах, к примеру, – в таких областях, как Свердловская и Нижегородская уровень развития гражданского общества значительно выше, чем, например, в Тамбовской области [13].

Как это ни парадоксально это прозвучит, но осознание гражданского долга у современных россиян связано

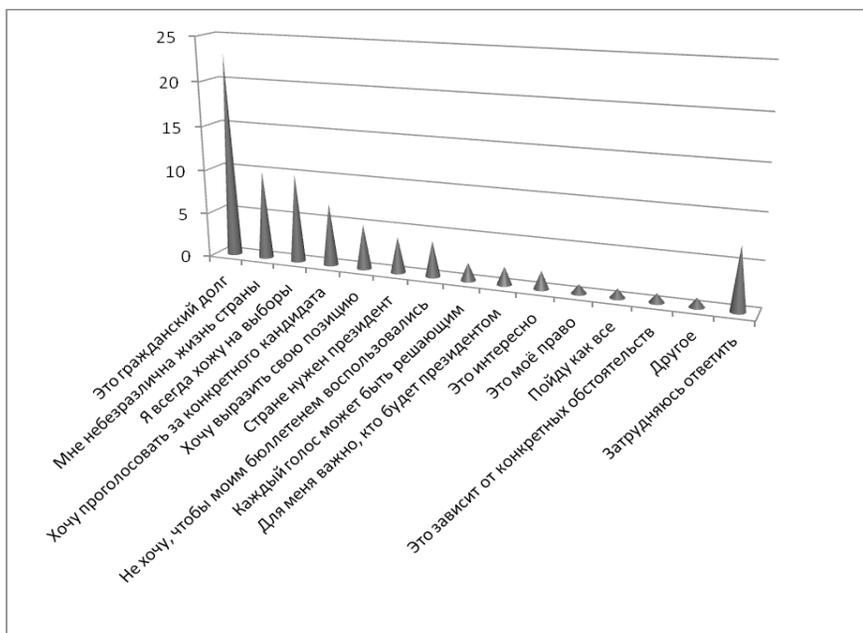


Рис. 4. Почему вы будете участвовать в выборах президента РФ в марте 2012 года? (%)

не только с влиянием активистской политической культуры стран западной либеральной модели, но и с сохранившейся коллективистской матрицей советского наследия. Вот почему российскую политическую культуру можно определить как эклектичную. В этой ситуации задача политического менеджмента – развить те модели поведения граждан, которые будут способствовать серьёзному отношению людей к избирательному процессу и демократии как таковой.

На основании этих трендов в российской политической культуре представим *авторское проектное решение в области популяризации отечественного избирательного процесса и демократии.*

В настоящее время существует достаточно много политических технологий, с помощью которых можно корректировать общественное сознание. Следует заметить, что довольно распространённым вариантом является объяснение политтехнологий с точки зрения корыстной манипуляции населением в угоду тем или иным закулисным силам. Однако в современной политологии практически не говорится о тех видах технологий политического менеджмента, которые не только стабилизируют и демократизируют избирательную систему, но и вызывают неподдельный интерес населения к выборам и электоральному процессу.

Популяризация самой демократии и избирательной процедуры в частности возможна с помощью такой прорывной технологии политического менеджмента, как тизерная реклама. Тизер (от англ. завлекалка, дразнилка) является видом сообщения, построенного в виде загадки. Политический ти-

зер появился из коммерческой рекламы, особенно из трейлеров фильмов [9]. Возможно, что первая тизерная реклама появилась в начале XX в. вдоль дорог Сан-Франциско.

Эффект заключается в том, что тизер содержит всего лишь часть информации, не демонстрируя при этом целостный политический образ или идею. Приёмы тизера обычно появляются на старте предвыборной гонки для создания интриги вокруг партии, лидера или политической идеи. К примеру, подобные политические тизеры появились для создания ассоциации образа В.В. Путина с образом «Общероссийского народного фронта» – сначала реклама на билбордах содержала лишь силуэт человека, а спустя некоторое время появились плизеры (англ. pleaser – удовлетворение) – рекламные сообщения-сюрпризы, предусматривающие чёткое фото политика.

Между тем политических тизеров практически нет для рекламы российского избирательного процесса как такового. Отсутствует и политическая реклама, объясняющая необходимость, важность демократии для каждого россиянина. Нет ориентации на разные целевые аудитории. Этому, безусловно, препятствует недостаточная разработанность отечественного законодательства о политической рекламе, не проявляет инициативу и властная элита, предпочитающая режимные политические технологии. И если политическая агитация за партии и кандидатов в России оживает во время электорального цикла, то рекламы демократии, необходимости избирательного процесса практически нет.

Важно отчётливо осознавать, что без просветительской политтехноло-

гической работы в области популяризации демократических ценностей и активной политической жизни властная элита идёт на серьёзный политический риск. Режимные технологии, ориентированные на сохранение социальной и политической стабильности, конечно, могут какое-то время обеспечить доверие к существующим государственным институтам. Тем не менее в случае серьёзных системных потрясений (к примеру, экономических) в любой стране возрастает риск для политической легитимности.

Для сохранения и укрепления легитимности хорошим решением будет формирование государственной программы в сфере политического просвещения граждан. И здесь нет никакого противоречия с принципами демократии. Прежде всего, интересен опыт американской системы образования [11]. Так, школа в США по праву считается инструментом государственной политики. Местные

школьные программы призваны «американизировать» подростка – привить ему чувство преданности к американской политической системе, уважение к истории и традициям страны.

В итоге такая государственная политика вырабатывает у американцев определенные черты: гражданскую ответственность, патриотизм, политическую активность, уважение к избирательной системе, веру в существующие демократические и американские ценности, культурное, расовое и этническое своеобразие, необходимое для политического участия в будущем.

Американцы, кажется, нашли собственное решение для сохранения демократических ценностей и воспроизводства активистской политической культуры в патриотической модели образовательной системы. Плюс – реклама демократии и избирательного процесса также заняли достойное место в американском социуме.

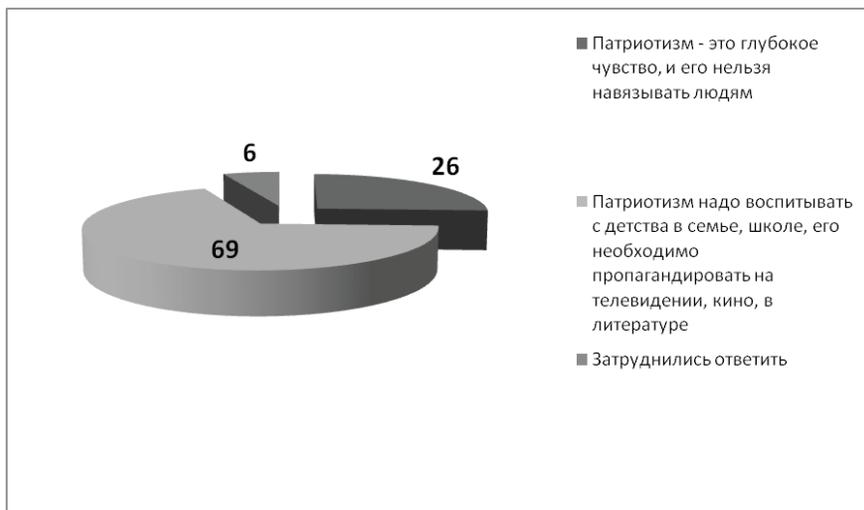


Рис. 5. С каким из следующих мнений по поводу патриотизма Вы бы скорее согласились? (%)

Требуется осознать, что если не заниматься на государственном уровне формированием гражданско-патриотического самосознания подрастающих россиян, то возникает риск роста абсентеизма – ухода граждан из политической жизни страны. Риск политического абсентеизма кроется в деградации общественных ценностей, угрозе ухода молодёжи в маргинальность. Социальная апатия и политический эгоизм – вот что приходит на смену вакууму в гражданско-патриотической политике.

В этой связи интересен опрос, проводимый в 2012 г. (рис. 5) Левада-Центром. Он показал, что большинство россиян (69%) уверены в том, что патриотизм надо воспитывать с детства в семье, школе, его необходимо пропагандировать на телевидении, кино, в литературе [4].

Людей, которые считают, что патриотизм – это глубокое чувство, и его нельзя навязывать людям, меньше всего – 26%. Данный опрос отчётливо показывает, что в современном российском обществе есть серьёзный запрос на государственную воспитательную политику в области патриотизма.

Таким образом, скептическое отношение граждан к демократическим ценностям, законсервированное режимными технологиями, является серьёзным препятствием для развития транзитных демократических технологий политического менеджмента.

Совершенно очевидно, что без перехода российской политической пропаганды демократических ценностей и важности избирательного процесса на новый качественный уровень сохранятся риски как для демократии, избирательной системы, так и для по-

литического режима в будущем.

Государственная политика по воспитанию гражданственности и патриотизма, так необходимая для сохранения демократии в России, должна подразумевать не только государственную программу в сфере политического просвещения граждан, но и практику технологий политического менеджмента, актуализирующих роль избирательной системы и выборного процесса.

Представляется важным отметить следующие составляющие элементы проектного решения в области популяризации отечественного избирательного процесса и демократии:

1. изменение российского законодательства в сегменте политической рекламы (создание юридических условий для чёткого разграничения политической рекламы демократии как таковой и политической рекламы партий и кандидатов);

2. разработка на основе собственного и зарубежного опыта технологий политического менеджмента для распространения демократических ценностей в российском обществе (использование таких коммуникационных каналов воздействия на различные целевые группы, как популярная музыка, кинематограф, радио- и телепередачи, Интернет, тизерная и плизерная политическая реклама на билбордах, создание популярных брендов демократии для молодёжи и т.п.);

3. внедрение государственной программы политического просвещения российских граждан (формирование положительного образа отечественных демократических институтов, популяризация избирательной системы и выборного процесса как важных и необходимых механизмов для каждого

гражданина);

4. создание государственной политики по воспитанию гражданственности и патриотизма, её органичное сочетание с государственной программой политического просвещения россиян (использование для этих целей системы образования, системы патриотических клубов, разработка популярных патриотических брендов для молодёжи, запуск специальных PR-информационных поводов для масс-медиа, учитывающих общие темы для демократии и патриотизма).

Популяризация отечественного избирательного процесса и демократии должна стать важнейшей государственной стратегией нашего правительства. Без этого создать гармоничное политическое будущее, где в России станут уживаться демократические ценности со спецификой электорального процесса и гражданского общества, практически невозможно.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Баталов Э. Политическая культура России сквозь призму civic culture //Pro et Contra. – 2002. – Т.7. – №3. – С. 7-22.
2. «ГАС «Выборы»: что мы о ней не знаем, но боимся спросить» // Пресс-выпуск ВЦИОМ, 2007. № 739 [Электронный ресурс] URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=8573> (дата обращения: 20.12.2013).
3. Доминанты. Поле мнений. // Социологический бюллетень. ФОМ. – 20011. – № 50. – 15 дек. – 50 с.
4. Общественное мнение – 2012. М.: Левада-Центр, 2012. – 232 с.
5. Федорченко С.Н. Искусство политического менеджмента. – М.: ИИУ МГОУ, 2013. 200 с.
6. Almond G., Verba S. The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations. – Princeton, 1963. – 562 p.
7. Doh Shin C. Is Democracy Emerging as a Universal Value? A Contrarian Perspective //Asian Barometer. Working Paper Series, 2012. – № 68. – P. 99-144.
8. Hajer M. Policy without a Polity? Policy Analysis and the Institutional Avoid //Policy Science, 2003. – Vol. 36. – P. 175-195.
9. Hooffacker G. Online-Journalismus. Schreiben und Konzipieren für das Internet. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. Berlin: Econ, 2010. – 256 S.
10. Inglehart R.F., Welzel C. Modernization, Cultural Change and Democracy: The Human Development Sequence. – Cambridge University Press, 2005. – 344 p.
11. Kahne J. and Middaugh E. Is Patriotism Good for Democracy? A Study of High School Seniors' Patriotic Commitments // Phi Delta Kappan. April 2006. – Vol. 87. – № 8. – P. 600-607.
12. Ostrom V. The Intellectual Crisis in American Public Administration. – Tuscaloosa: University of Alabama Press, 1974. 165 p.
13. Teorell J. Political culture and democracy in Post-Communist Russia: A Tale of Three Regions //CERC Working Papers Series. The University of Melbourne, 2002. – №1. – P. 2-60.