

Электоральное поведение и избирательные технологии

Б. Ф. УСМАНОВ

(МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ)

Избирательный процесс автором определяется как некая критериальная величина народовластия. Совершенствование его возможно лишь при рассмотрении довыборных и послевыборных технологий в совокупности.

Ключевые слова: электоральное поведение, избирательные технологии, политика, власть, кратология, опрос.

Будучи демонстрационным табло избирательного процесса, выборы по своей внутренней сути — это серьезнейшее социальное действие, стимулирующее развитие демократии. На альтернативной основе и достаточно последовательно, хотя не всегда безболезненно, на период проведения они передают функции создания федеральных, региональных и местных структур управления непосредственно населению, самим фактом голосования связывают судьбу носителей государственных

полномочий с волеизъявлением народа. И за этим нельзя не увидеть предпосылки к реальному союзу между электоратом и властью, гражданским обществом и государством, конструктивной работы на сегодня, имеющей проекции в будущее.

Избирательный процесс демонстрирует, на наш взгляд, весьма востребованную сейчас способность собирать воедино и естественным путем сопрягать пусть поначалу и разрозненные цели своих участников — баллотироваться с волеизъявлением народа.

рующихся кандидатов на выборные посты, голосующих граждан и как бы находящихся над схваткой государственных институтов. И мера объединения таких целей — первый повод говорить о демократичности или недемократичности, эффективности или неэффективности выборов.

Понятно, насколько непросто определить, как оценивать качество избирательного процесса, анализировать особенности выборной практики, и тем паче пытаться прогнозировать развитие тенденций и событий. Поиск серьезных подходов к исследованию такого неоднозначного, многозвенного явления, каковым остаются в России выборы, предполагает особую взвешенность, научную тщательность. Факты избирательных процедур — особенно последних лет — лишний раз доказали, что теория уже не может довольствоваться прочно устоявшимися стереотипами недавнего прошлого, ей необходимо соответствующее новой постсоветской практике содержание. Ведь сегодня важно не столько фиксировать состояние общественного сознания и электоральное поведение, сколько позитивно воздействовать на выборные технологии, программные, а также имиджевые стратегии и на этой базе формировать, «готовить» будущее избирательного процесса как кардинальной составляющей большой политики страны.

К этой проблеме стоит подойти, впрочем, и с другой стороны. Выборы нельзя рассматривать чисто функционально, только как средство для смены и формирования власти. Недостаточно ссылаться и на то, что именно по ходу избирательных процедур гражданское общество осуществляет свой достаточно широкий контроль над государством, по максимуму включает социальные механизмы сдержек и противовесов в сфере текущей политики. Важнее, несомненно, тот аспект, который помогает использовать потенциал гласности (открытости информации, сопровождающей избирательный процесс) для нейтрализации накопившихся в обществе противоречий и снятия, смягчения любых напряжений. То есть речь идет о расширении понимания зоны действия выборов, создании предпосылок к тому, чтобы и вне узких, предвыборных, ра-

мок, в режиме преемственности властных полномочий (более плавно, без резкого крена и рывков, но главное — сообразуясь с показаниями электорального мнения) менять, где нужно, политические и социально-экономические приоритеты. И что не менее важно — инспирировать своевременный, обоснованный приход новых лидеров во власть.

Словом, теоретическая, а в известной степени и проверенная практикой потребность последовательно совершенствовать выборный механизм давно уже выглядит достаточно устойчивой. Вопрос в том, однако, под каким углом продолжать его моделировать и практически выстраивать. Думается, заниматься этим можно в нескольких направлениях исходя из точек зрения:

- а) используемых избирательных технологий (организация и управленческое сопровождение выборов);
- б) политического информационного рынка;
- в) результативности в реализации масштабных предвыборных целей и задач;
- г) содержания соревнующихся избирательных программ и ориентации на так называемого мыслящего избирателя;
- д) растущего потенциала электорального поля и достижения формальной легитимности избираемых на те или иные должности кандидатов;
- е) комплексных, не ограниченных одним выборным периодом кратологических технологий (кратология — наука о власти).

Нет необходимости доказывать, почему именно они оказались самыми востребованными в общем ряду социальных и политических технологий переходного периода в жизни общества. Нужду в них продемонстрировали многочисленные партии и движения, властные и управленческие структуры, весь наш реформаторский рынок. Технологизация в избирательном процессе коснулась каждой из присущих ему сторон, привела к возникновению профессионального политического маркетинга в сфере нетрадиционных для прежней российской действительности имиджевых, рекламных компаний, консалтинговых фирм.

В самом общем виде предвыборная технология согласно известным разработкам вклю-

чает поэтапный, методически регламентированный набор штабных действий от аналитики до организации типовых бюрократических мероприятий. В основе общепринятой методологии — системный подход и строгая междисциплинарная дифференциация функций любого из исполнителей (будь то социологи, психологи, имиджмейкеры, маркетологи, так называемые информационщики или другие специалисты).

Этапы работ равнозначны крупным тематическим блокам, концентрирующим направления избирательной кампании с момента ее начала и до завершения голосования, объявления итогов выборов. Технология, как известно, предусматривает в первую очередь: материальное и финансовое обеспечение предвыборной борьбы; анализ стартовой ситуации; оценку политических, экономических, социальных, психологических и прочих обстоятельств. Кроме того — определение стратегических узлов и тактических схем применительно к электорату, оппонирующим кандидатам и партиям, избирательным объединениям и движениям, а также отработку форм и методов, способствующих управлению совокупным штабным процессом.

Любой тематический блок предполагает несколько организационных уровней, позволяющих держать под контролем как отдельные шаги в ходе избирательной кампании, так и суммарный результат коллективных усилий — итоги выборов. Для каждого из уровней определен и существует свой набор оценочных критериев. Достаточно сказать, например, о критериях программных целей, электоральной готовности, информационного контроля, обратной связи, баланса интересов и им подобных.

Казалось бы, в логике задач подготовки и проведения выборов такими действиями формируется определенная достаточность управленческих усилий всех субъектов избирательного процесса. Но достаточность ли это или ограниченность? Упускается, на наш взгляд, и уходит из-под контроля проекция на общественные интересы — не личные или корпоративные, а именно общезначимые, жизнеобеспечивающие территории (регионы) и го-

лосующих людей. Упускается чуть ли не сознательно, поскольку и сами технологии, и их оценочные критерии ориентированы на сиюминутные, разовые интересы избираемых. Мало кто готов посмотреть на них шире, с высоты потребностей человека, общества, государства. Остается в тени важный для будущего момент: предвыборная, избирательная технология обязана иметь продолжение, она ведь только база для вхождения во власть. Дальше начинается работа власти в отведенный ей срок до следующих выборов. И гарантия избирательных штабов на свою продукцию должна распространяться на все предусмотренное избирательным законодательством время.

Этот момент, как правило, не учитывается ни с одной из обозначенных для анализа точек зрения.

На решающих этапах избирательной кампании мера информационного воздействия на электорат нередко становится порой до неприличия большой. Велик искус использования «до упора» возможностей массмедиа, формирующих как сознание голосующих, так и непосредственные результаты выборов. Политический рынок не только беззастенчиво эксплуатирует массовые зрительские и читательские аудитории в интересах заказчика. Известно, что часто коммуникационные каналы работают отнюдь не в соревновательных, естественных для выборов целях, а для распространения порочащих слухов и заведомо ложных сведений о конкурентах или, как сейчас выражаются, для «слива компромата». И самое, пожалуй, печальное в этом — рост удельного веса заказной социологической информации.

Возник своеобразный парадокс. С одной стороны, казалось бы, надо радоваться расширению исследовательского и ретрансляционного полей. С другой — все отчетливее становится недобросовестное отношение к избирателю, непривычному к неконтактной пропаганде. Доверчивость значительной части населения не выдерживает прежде всего натиска телеведущих, ангажированных, что называется, спецсоциологами (у газет меньшая зона действия), хотя не одни они, конечно, берут грех на душу — политтехнологи не мень-

ше виновны в черно-серых тонах телеинформации.

Тенденциозно используемая методика опроса («социально ожидаемые» ответы на вопросы из совсем другой системы координат) и такая же трактовка материалов создают базу под искомый результат, а с ним и вероятность предсказуемого воздействия на избирателя. Если сообщается, что такая-то партия опережает другие, то она получает дополнительных сторонников из числа неопределившихся; если показывается, что кто-то из представителей партии, наоборот, отстаёт в популярности от конкурентов, — это ведёт к новым потерям голосов.

Названные факторы вполне сопоставимы с данными исследований по средствам массовой информации, скажем, 1995–1996 гг. Выборы 1999 г., однако, особо высветили размытость морально-нравственных критериев агитационно-пропагандистских изощрений. Показали они и нечто другое, характерное и для нынешнего дня, — телевизионным и газетным социологам ни разу не удалось хотя бы приблизительно предсказать исход федеральных выборов в их полной конфигурации, но это никого не смутило и серьёзных комментариев не породило. Зато охотно комментируется «организованность» сверхактивности общественного сознания, когда речь заходит о стремительном росте рейтинга нового, не из привычной «колоды», политика.

Сослюсь на собственный экспресс-анализ, который был сделан по результатам последних губернаторских выборов в Подмосковье: лишь один прогноз на основе опросов оказался максимально близким к итогам голосования — Центра социологических исследований Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова. Не ставлю вопрос, морально ли «подсказывать» избирателю мнение большинства, чтобы и его склонить к поддержке лидеров рейтинговых таблиц.

С точки зрения утилитарного результата успешной считается всякая штабная деятельность, ориентированная на победу в избирательной кампании. При этом на разных уровнях их организации действуют разные по характеру и содержанию управленческие технологии.

При существующей в стране избирательной системе выборным штабам приходится заниматься главным образом двумя направлениями достижения цели — на уровне партийных списков и командного противостояния. В каждом из вариантов свои особенности, стратегия и тактика, свой социально-экономический и политический фон. Что касается фона, то характерен не очень давний пример по Саратовской области, губернатор которой известен своими радикально-либеральными взглядами. Неожиданно для многих именно здесь штаб КПРФ сумел обеспечить коммунистам 30% голосов избирателей (имеются в виду федеральные списки) — выше среднего российского показателя той же партии. Однако примечательно другое: в состязании с кандидатами КПРФ, так сказать, партия местной власти смогла выиграть только в двух (из четырёх) округах — причем на селе, где независимый контроль за выборами затруднен, а управление местной властью избирательным процессом, напротив, облегчено.

Соревнование штабов во всех подобных случаях включает скрупулезный анализ предвыборной ситуации, подбор организаторов избирательной кампании, выбор средств достижения целей. Нетрадиционно то, что в специфику партийной борьбы все более прочно вклиниваются пиаровцы, хотя и выполняющие заказ тех же штабистов, однако никак не связанные с ними идеологически. Успех дела во многом зависит от действий профессионалов. Впрочем, насколько это реально, однозначно судить пока трудно.

Увеличение доли профессионализма, надо полагать, в самом скором будущем немало изменит процесс штабной работы. И, думаем, не всегда в лучшую сторону, ибо многим пиаровцам совершенно все равно, на кого тратить усилия, лишь бы работа хорошо оплачивалась. Тем не менее на достижение необходимых показателей в избирательных кампаниях теперь «заряжены» используемые в западных демократиях средства добычи и защиты информации, методы наподобие «директ мейла» (заброс теплых писем каждому избирателю от имени штаба) или телефонной агитации, не говоря уже о специализированных агентствах,

готовых взять на себя и аналитическую, прогностическую функцию, вести мониторинговые исследования.

Как бы то ни было, есть основание думать, что в штабной предвыборной деятельности ее качество постепенно достигает той отметки, когда дальнейшую перспективу вполне правомерно ассоциировать с известным в теории «управлением по целям» подходом, который предполагает профессиональное получение нужного результата за счет прежде всего четкой координации сил и времени. При этом мы поставим в данном случае знак равенства между «управлением по целям» и «результатом достижения целей». Цель и результат в избирательном процессе для выборного штаба едва ли не прямые синонимы.

Исход избирательного процесса по традиции неизменно связывается с предвыборными программами партий, общественных движений. Нет, как правило, ни одного участника выборов, который не обозначал бы свои приоритеты, не формулировал неких обещаний, стремлений. Но социологические исследования (массовые опросы электората) доказывают незнание большинством голосующих содержания, а порой и самого существования соревнующихся на выборах платформ.

Часть аналитиков склонна возводить в степень этот «пробел» общественного сознания и видеть за ним нечто большее, чем просто нежелание читать и знать. Как в первые годы либеральных реформ, так и сейчас исследователи намекают на потребительскую психологию своих сограждан, на фатальность и безнадежность бессрочного замкнутого проблемного круга. Сначала, дескать, наивно верилось, что избиратель, тщательно ознакомившись с программами, пойдет и вполне осознанно проголосует за реформы, которые без поддержки народа мало что значат. Когда же тот не проголосовал раз, другой, третий, стало ясно — общество готово поддержать реформаторов только после того, как их преобразования принесут осязаемые плоды. Не будет плодов — будем бегать хоть и с избирательными бюллетенями и свободой выбора, но по кругу.

Так ли это на самом деле? Если раньше избиратель готов был отдавать голос малоизве-

стным «озвучивателям» реформационных идей, то теперь иное дело. Известность баллотирующегося, а не его бумажные воззвания, по мнению людей, — истинная гарантия предсказуемости депутатского поведения.

Вряд ли подобная крайность может служить основой для выбора тех или иных критериев, содействующих избирательному процессу. Однако и сбрасывать со счетов известность избираемого (информационную полноту его бэкграунда) тоже нельзя. Понятно, что выход — в рациональном соединении знания о человеке и знания о предлагаемой им программе действий. Ведь в идеале чем содержательнее программа партии, тем больше у нее шансов на получение властных мандатов.

Достигим ли симбиоз знаний, разновеликих ориентиров, допустим, в ближайшее пятилетие — сказать трудно. Но двигаться в этом направлении, бесспорно, нужно. В частности, наверное, стоит внимательно присмотреться к опыту американских исследователей 60–80-х гг. Именно тогда сначала появилось, а потом получило всестороннее развитие понятие «мыслящий избиратель», т. е. ориентирующийся в первую очередь на социально значимую проблему или — в условиях многопартийной системы — на партийные предпочтения.

Впрочем, не стоит исключать и вариант «карающей демократии». Недавно мне пришлось побывать на городском семинаре в Новом Уренгое. Назывался он «Молодежь и выборы». Так вот, по ходу развернувшейся дискуссии как откровение прозвучала такая мысль: не надо выбрасывать тексты избирательных программ, которые вкладываются в почтовые ящики домов, — через четыре года, к новым выборам, они могут стать документальным подтверждением невыполненных обещаний. Сейчас программы — безответственный антураж общего предвыборного спектакля. Программам никто не верит и не берет в руки. Давайте превратим их в обвинительный акт!

Немало борцов против «грязных» технологий убеждены, что максимальная явка на избирательные участки существенно облегчает заботу о чистоте выборных процедур. Чем больше избирателей доходит до урн, тем чест-

нее итог. Потому как всех не купишь, не зада-ришь и... не обманешь.

И по этой, и по другим причинам выборные штабы стремятся обеспечить максимально полную явку голосующих, стараются подкрепить такое желание действенными агитационными средствами. Организаторам очевидна присутствующая здесь диалектика количества и качества. Они сознают, что есть как бы две самостоятельные задачи эффективной работы на электоральном поле — формальная, конвенциональная (требующая иметь энный процент явки) и неконвенциональная (заметно сопряженная с целями отдельных противоборствующих партий).

Для некоторых партий бывает важным присутствие среди голосующих определенных возрастных или социальных групп. Серьезные социологические замеры показывают, скажем, симпатии старшего поколения к коммунистам, а молодого электората — больше к «Яблоку». В других вариантах обнаруживаются иные зависимости, которые соответственно отражают возможную явку на голосование и корректируют внимание к ней.

Общая угроза любым интересам — это абсентеизм, игнорирование потенциальными избирателями голосования. И разумеется, нельзя считать избирательную работу удавшейся при минимальной явке граждан на выборы. Сам факт, конечно, можно и не драматизировать, но за ним — как наименьшее — отчуждение активной части населения от формирования власти, низкий уровень политической социализации людей, пассивный протест против декларируемых государством, обществом жизненных норм и ценностей.

Отечественные и зарубежные исследователи отмечают общемировую тенденцию ослабления активности избирателей. Еще немного — и выборы перестанут быть средством поддержания консенсуса в социуме и взаимосцепления гражданских и государственных интересов.

Ответить на большинство вопросов, которые касаются совершенствования избирательного процесса, на наш взгляд, можно лишь при рассмотрении довыборных и послевыборных технологий в совокупности. Иначе говоря, объединив их в разряд кратологических.

Кратологические технологии допустимо идентифицировать в качестве власть формирующих, власть ставящих и поддерживающих. Они помогают адаптации обновленных, властных структур, а выборы при этом представляют собой некий способ производства и юридического оформления представительных и исполнительных органов.

Отечественная практика не имеет пока каких-либо проверенных профильных технологий, ориентированных на цели такого рода. Тем более отсутствуют у нас власть ставящие и поддерживающие технологические средства достаточно долгого действия — например, на весь выборный срок полномочий депутатского собрания или главы городской администрации. Наличествуют лишь обычного типа управленческие технологии, в которых едва намечены элементы той преемственности, что взяла бы на себя функцию своеобразного конструирующего интеграла. Всего этого, конечно, мало, чтобы считать, будто вот так сразу, без подготовки можно перейти на новые модели управления.

Какова, между тем, задача теории? И в чем должна ей посодействовать практика? Во-первых, надо вычлениить и идентифицировать сходство, совместимость технологических элементов в до- и послевыборных рабочих программах. Во-вторых, систематизировать и подвести под общий знаменатель типовую рутину в управленческой административной деятельности выборных органов власти, дабы получить возможность найти ту шкалу ценностей, которая бы позволила четко сказать, что именно должно закладываться в преемственность власти.

Предвестники подобных технологий, судя по диссертационным работам, выполненным, в частности, в Московском гуманитарном университете, появились. В этих работах на базовом, в основном мониторинговом, материале построена общая стратегия управления избирательным процессом, предложены регуляторы преемственности до- и послевыборных интересов избирателей, действующей местной власти, государства и общества. Просматриваются предпосылки к тому, чтобы с учетом общественного мнения менять по-

литические приоритеты, готовить своевременный, обоснованный выбор общественных лидеров и помогать им входить во власть безболезненно, на началах согласия и конструктивизма.

Рожденная в Братске адаптивная система коммуникативных связей городской администрации и местного сообщества, по существу, стала вариантом новой избирательной технологии. Теперь, по истечении времени и исходя из опыта последующих лет, она может трактоваться в духе именно тех идей, которые нами обозначены. В адаптивной системе проглядывает скрещение мотивов предвыборного анализа, фиксации проблем и их переложения в избирательные программы мэра, будущих депутатов (первый этап) с управленческими технологиями и мониторинговым сопровождением при уже работающей городской власти (второй этап). Коммуникативные связи нацелены на диалог между избирателями и избранными в течение всего выборного срока. Это принципиальный момент. Отправной для продолжения поиска оптимальной модели управления социумом города, района, региона.

Избирательный процесс примеряется при таком подходе к нестандартной и многообещающей формуле: выборы как веха и индикатор состояния власти; период между выборами — время действия для ответа на накопленные обществом вопросы и ожидания. Ведь суть избирательного процесса — это и защита демократии, и некая критериальная величина народовластия. Делегируя посредством выборов определенные полномочия той или иной партии, голосующие вправе ждать от своих избранников государственной работы в ключе социального конструктивизма или, иначе говоря, жизнеустройства высокого — по цивилизационному уровню и прочности.

*ELECTORAL BEHAVIOUR
AND VOTING TECHNOLOGIES*

B. F. Usmanov

(Moscow University for the Humanities)

The author defines the election process as a criterial amount of people power. Its development is possible only with consideration of pre-election and post-election technologies in total.

Keywords: electoral behavior, voting technologies, policy, governance, cratology, poll.