

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

На правах рукописи

Кафедра политических наук

**Особенности предвыборной кампании в одномандатных округах на
выборах в Саратовскую Областную Думу 2017г.**

АВТОРЕФЕРАТ
бакалаврской работы

студентки 5 курса 571 группы
направления 41.03.04 «Политология»
юридического факультета
Родионовой Анастасии Сергеевны

Научный руководитель
д.и.н., профессор

В.А.Митрохин

Заведующий кафедрой
д.п.н., профессор

А.А.Вилков

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА БАКАЛАВРОВСКОЙ РАБОТЫ

Актуальность темы обусловлена тем, что проведение любых выборов, будь то федеральных, региональных или местных, всегда связано с организацией особого типа деятельности, когда кандидаты вступают в конкурентную борьбу и используют различные способы, чтобы привлечь электорат голосовать за свою кандидатуру. Начинают разворачиваться разнообразные события: проходят митинги, собрания, встречи кандидатов с населением, лидеры выступают с критическими заявлениями и позитивными программами в средствах массовой информации, на улицах появляются рекламные плакаты, распространяются листовки и т.д.

Все многообразие событий, инициируемых и создаваемых людьми в преддверии и во время выборов, можно обозначить понятием «избирательный процесс». «Избирательный процесс» – это интегральная категория, при помощи которой дается общая характеристика всего комплекса разворачивающихся в стране событий, связанных с выборами. В ходе избирательного процесса реализуются нормы электорального законодательства, политические структуры и культурные ценности, политическое поведение групп и индивидов, пытающихся удовлетворить свои потребности во власти, установки, принципы, идеалы и т.д. Вместе с тем каждый кандидат или избирательный блок, вступая в предвыборную борьбу, стремится решать собственные задачи и предпринимает для этого определенные усилия. Таким образом, создаются предвыборные кампании, которые можно определить как – совокупность действий предпринятых самим кандидатом или партией, для достижения поставленной цели на выборах. Предвыборная (избирательная) кампания – сложное и многогранное понятие, которое можно рассматривать с разных сторон.

Важной частью любой политической системы в демократических государствах является регулярное проведение выборов в представительные органы власти различного уровня, а также высших органы, а также высших должностных лиц страны и руководителей местной исполнительной власти.

Одновременно с укреплением и развитием демократических традиций совершенствуются формы и методы воздействия на общественное мнение, на избирателей, а также лоббистская и общественная деятельность различного рода.

Все усилия в предвыборной кампании направлены на оптимальное использование имеющихся ресурсов для усиления преимуществ кандидата и нейтрализации сильных сторон его оппонентов.

Степень научной разработанности темы: работа является комплексным исследованием, охватывающими всю проблематику проведения выборов в Саратовскую областную Думу 2017 года. . Большую часть имеющихся работ можно подразделить на несколько групп. Первую группу источников составляет Конституция РФ¹, законодательство о выборах на общероссийском и региональном уровне², другие нормативно-правовые акты, определяющие цикличность политической жизни.³⁴

Вторую группу представляют работы, которые выступают общетеоретической базой исследования предвыборной кампании. В своих трудах авторы подчеркивают важность планирования предвыборной кампании , так же они подчеркивают особенности её формирования на региональном и федеральном

¹ Конституция Российской Федерации: Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. - М.: Юрист, 2002. - 56 с. (дата обращения: 25.12.2017)

²Федеральный закон от 6 октября 1999г. №184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» (с изменениями на 28 декабря 2016 года). <http://www.vybory.izbirkom.ru/region/izbirkom?action=show&vrn=26420001300144®ion=64&prver=0&pronetvd=0> (дата обращения: 22.05.2018)

³ Избирательная комиссия Саратовской области «Сведения о выборах депутатов саратовской областной думы шестого созыва 10 сентября 2017» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://saratov.izbirkom.ru/kalendar-vyborov/vybory-deputatov-saratovskoy-oblastnoy-dumy-shestogo-sozyva-10-sentyabrya-2017-goda/index.php> (дата обращения: 22.05.2018)

⁴ Партийная система Саратовской области (1993 - 2011 гг.) [Электронный ресурс].URL: https://studwood.ru/1222022/politologiya/partijnaya_sistema_saratovskoy_oblasti_1993_2011 (дата обращения: 27.05.2018)

уровне. К этой группе можно отнести таких исследователей: Я.Г Ашихмина,⁵ П.В Нудненко,⁶ Р.Ф Туровский .,⁷ В.С Елистратова.⁸ В третью группу группы входят исследования,⁹ которые направлены на выявление основных этапов проведения избирательных кампаний в Саратове и Саратовской области¹⁰

Объект исследования: предвыборная кампании на примере выборов в Саратовскую областную думу.

Предмет исследования: специфика предвыборной кампании в одномандатных округах 2017 года.

Цель работы – состоит в том, чтобы на основе изучения практики проведения политических избирательных кампаний в Саратове и Саратовской области , выявить и описать их особенности.

Для достижения указанной цели определены следующие задачи:

1. Рассмотреть особенности предвыборной кампании на примере выборов в Саратовскую областную думу.
2. Дать сравнительный анализ ходу избирательной кампании в таких регионах как, Марковский, Ртищевский, Петровский и Вольский.

⁵ Ашихмина Я.Г. Электоральные циклы в России: изменение типологических характеристик выборов:// [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektoralnye-tsikly-v-rossii-izmenenie-tipologicheskikh-harakteristik-vyborov>(дата обращения: 21.12.2018)

⁶ Нудненко П.В. К вопросу об определении понятия избирательной системы// Конституционное и муниципальное право 2008 г. выпуск № 5

⁷ .Туровский Р. Ф. Региональные выборы в России. М., 2008_Технологии политики. М., Центр политических технологий,.148,154,156 с.

⁸ Елистратова В.С. Функции избирательной системы // Современное право 2008г. выпуск № 3

⁹ Избирательная кампания в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://socialstudies.ru/ege-po-obshchestvoznaniyu/izbiratel'naya-kampaniya-v-rossiyskoy-federatsii.html> (дата обращения 03.02.2020)

¹⁰ Мешков.П.,Агеев.Р. Стратегия избирательной кампании[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mybook.ru/author/rostislav-ageev/strategiya-izbiratelnoj-kampanii/read/>(дата обращения: 08.03.2020)

3. Показать отличительные особенности в работе предвыборной кампании на выборах регионального уровня.

4. Исследовать эффективность работы предвыборной кампании по её результатам.

Источниковая база исследования Выбор источников был predetermined спецификой объекта и предметом исследования, сформулированными целью и задачами, а также структурой работы и её внутренней логикой.

Первую группу источников составляет Конституция РФ, законодательство о выборах на общероссийском и региональном уровне, другие нормативно-правовые акты, определяющие цикличность политической жизни. Представленные источники выражают наиболее важные тенденции по реализации избирательного права среди населения.

Следующая группа источников - это научные монографии и статьи.

Были широко использованы также разнообразные интернет -ресурсы: официальные сайты государственных органов, политических партий, а также результаты социологических опросов, проводимых такими центрами, как ВЦИОМ, Левада-центр. Результаты данных исследований позволили нам оценить уровень вовлеченности граждан к политической жизни страны и региона, а так же выявить отношение избирателей к выборам различных уровней.

СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы исследования, освещается степень ее научной разработанности, определяются объект, предмет, цели и основные задачи исследования, излагается методологическая основа, источниковая база, новизна исследования. Формулируются положения, выносимые на защиту.

Первая глава «Общие принципы организации предвыборной кампании» включает в себя два параграфа, в которых было исследовано: понятия избирательной кампании , её структура и функции. Были проанализированы исследовательские работы, связанные с проблематикой формирования и развития избирательной системы в России. Мы рассмотрели различные точки зрения

западных и отечественных политологов, социологов, которые предлагают свое понимание предвыборной кампании.

Вторая глава «Этапы проведения избирательных кампаний в Саратове и Саратовской области» включает в себя два параграфа, в которых мы на базе первой главы изучили процедуры выборов по одномандатным округам в Саратове и области, а так же дали оценку итогов выборов по одномандатным округам на региональном уровне. в данной главе были рассмотрены основные этапы избирательной кампании, которые, независимо от типа выборов, схожи. После объявления о проведении выборов осуществляется выдвижение кандидатов, этот период заканчивается регистрацией кандидатов избирательной комиссией. Затем следует период предвыборной борьбы, который заканчивается голосованием. Голосование может проводиться в один или несколько туров. После голосования наступает период подведения итогов выборов и включение избранного представителя в активную деятельность в рамках органа власти. А так же мы дали оценку прошедшим выборам по одномандатным округам 2017 года в таких районах как, Марковский, Ртищевский, Петровский и Вольский. По результатам проведённого анкетирования выявили политическую заинтересованность респондентов участвовать в выборах ,а так же выяснили насколько граждане были ознакомлены с представленными кандидатами по их районам.

В заключении изучая нормативно –правовую базу, рассматривая различные исследовательские подходы, которые предлагает нам научный мир, мы смогли выявить наиболее распространенные характеристики, предвыборной кампании на региональном уровне. Чтобы организовать хорошую предвыборную кампанию, важно не только знать хорошо зарекомендовавшие себя приемы предвыборной борьбы, но и понимать глубинные причины успеха или неудачи использования конкретных избирательных технологий. Такое понимание становится возможным лишь в том случае, если организаторы избирательной кампании владеют необходимыми теоретическими знаниями, способны адекватно оценить предвыборную ситуацию.

Необходимо отметить, что вплоть до середины XX в. избирательные кампании проводились главным образом силами партийных активистов, друзей кандидатов, а также сочувствующих граждан, которые хотели бы помочь действующим политикам. В основе действий таких помощников кандидатов лежали личный энтузиазм, преданность идее или делу партии

Так же в ходе работы мы дали сравнительный анализ ходу избирательной кампании и исследовали эффективность работы предвыборной кампании по её результатам, в таких районах как, Марковский, Ртищевский, Петровский и Вольский. Основываясь на заданной теме, нами было проведено анкетирование 151 человек, благодаря которому мы сформировали некоторые выводы и рекомендации. Свое исследование мы провели в онлайн формате и анонимно. Во-первых Результаты выборов отразили объективные и уже традиционные различия между регионами. На итоги голосования повлияли как фундаментальные электоральные характеристики территорий, так и степень эффективности самих предвыборных кампаний кандидатов . С этой точки зрения выборы по одномандатным округам были сложным тестом, поскольку практически все действующие кандидатуры, за баллотировались на этот пост впервые. Во-вторых, отсюда следует следующий вопрос, касающийся явки на выборы, только 28% опрошенных когда-либо принимали участие, что позволяет сделать вывод о недостаточном уровне информированности населения, или о недостаточной заинтересованности. В-третьих, в ходе анкетирования удалось выяснить насколько жители изученных мною районов, а именно Марковский, Ртищевский, Петровский и Вольский были ознакомлены с выдвинутыми кандидатами по их районам. На данный момент можно сказать мы наблюдаем не очень хорошую организацию предвыборной кампании в целом. Можно отметить, что более 50% граждан всех четырёх районов не ознакомлены с представленными кандидатами и ничего не слышали о них как о личностях и их современной деятельности тоже.

По нашему мнению, важным проблемным аспектом в организации предвыборной кампании 2017 года стала плохая организации маркетинговой

кампании. Из-за того что граждане впервые слышали имена кандидатов у них не было как такового доверия к ним. Мы рекомендуем проводить большее рекламных акций, информирующих людей о выдвигаемой кандидатуре о современной деятельности и о вкладах в политическую жизнь общества избираемыми кандидатами, именно информированность и должна побуждать людей принимать участие в выборах. Ведь участие в выборах – гражданский долг гражданина и его право выразить свою позицию по отношению к власти.