

УДК 659.4

**ИНФОРМАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ СУБЪЕКТОВ РЕГИОНАЛЬНЫХ
ВЫБОРНЫХ ПРОЦЕССОВ (НА ПРИМЕРЕ ВЫБОРОВ В ЧЕЛЯБИНСКОЙ
ОБЛАСТИ В 2024 ГОДУ)****Балынская Наталья Ринатовна,**

доктор политических наук

ФГБОУ ВО «Челябинской государственной университет»,

ГБОУ ВО «Южно-Уральской государственной институт искусств

им. П.И. Чаковского»

Аннотация

Поведение субъектов выборных процессов проявляется в информационном пространстве. Именно поэтому оценка их информационного поведения во многом предвосхищает результаты выборов. В поле зрения автора находятся именно региональные выборные процессы, которые рассматриваются на примере Челябинской области, в которой в 2024 году стартует новый электоральный цикл: начинается он с выборов главы региона, продолжится в следующем году выборами законодательного органа субъекта федерации. Одновременно в области проходят выборы и в местное самоуправление, что позволяет качественно оценить деятельность многих субъектов политического процесса. Основная интрига выборов заключается в том, как информационное поведение политических субъектов, представленное на выборах в 2024 году, может предвосхитить процессы, которые будут проходить в политике области в дальнейшем.

Ключевые слова: информация, субъекты политики, выборы, электоральный цикл, политические партии, Челябинская область, местное самоуправление, губернатор

**INFORMATION BEHAVIOR OF SUBJECTS OF REGIONAL ELECTORAL
PROCESSES (USING THE EXAMPLE OF CHELYABINSK REGION'S
ELECTIONS IN THE IN 2024)****Balynskaya Natalia Rinatovna,**

Doctor of Political Sciences

Chelyabinsk State University

State budgetary educational institution of higher education "South-Ural state Institute of arts the name of P.I. Tchaikovsky`s"

ABSTRACT

The behavior of the subjects of the electoral processes is manifested in the information space. That is why the assessment of their information behavior largely anticipates the election results.

The author's field of view is focused on regional electoral processes, which are considered using the example of the Chelyabinsk region, where a new electoral cycle starts in 2024: it begins with the election of the head of the region and will continue next year with the election of the legislative body of the subject of the federation. At the same time, local government elections are held in the region, which allows for a qualitative assessment of the activities of many subjects of the political process. The main intrigue of the elections is how the information behavior of political subjects, represented in the elections in 2024, can anticipate the processes that will take place in the region's politics in the future.

Keywords: information, political subjects, elections, electoral cycle, political parties, Chelyabinsk region, local government, governor

Введение

Информационное поведение субъектов политики, как правило, активно проявляется в момент выборов. Региональные выборные процессы в России во многом являются иллюстрацией не только к политике, которая проводится внутри региона на протяжении определенного времени, но также – к взаимоотношениям региональных элит и федерального центра. Исследователи выделяют те проблемы, которые проявляются в региональной политике. «Во-первых, это институциональные конфликты, в рамках которых выделяется несколько подвидов. Всех их объединяет стремление каждой из участвующих сторон перераспределить региональные ресурсы в свою пользу. 1. Конфликт Федерального центра и губернатора; 2. Конфликт исполнительной и законодательной ветвей власти стал атрибутом политической жизни многих регионов; 3. Конфликт губернатор – мэр города – донора; 4. Конфликт губернатора и хозяйствующей элиты, который получил распространение во многих регионах» [4]. Все перечисленные конфликты, действительно, определяют политику региона, влияют на рейтинг губернатора в глазах федерального центра и явно проявляются в момент выборов.

Также следует отметить, что все выше перечисленные субъекты (губернатор, мэр, представители политических и бизнес элит) являются, во-первых, представителями определенных политических сил (например, политических партий) и каким-то образом проявляют себя в информационном пространстве. Именно в инфо-поле, на пространстве масс-медиа происходит взаимодействие всех субъектов политики.

Объекты исследования

Необходимо, на наш взгляд, акцентировать внимание на изучении субъектов политических взаимодействий. Мы выделяем следующие субъекты политики. Первый – это политические партии и отдельные политические лидеры. При этом мы имеем в виду не только самовыдвиженцев, которые позиционируют себя определенным образом на выборах, но и «ЛЮМов» – лидеров общественного мнения, которые и в межвыборный период посредством социальных сетей, активного личного позиционирования формируют определенным образом информационное пространство и влияют на политический процесс.

Второй – это средства массовой информации (СМИ). Исследователи утверждают, что «на страницах газет формируется новый образ не только тех конкретных людей, которые получили высокие назначения, но и власти в целом» [3, с. 14]. Таким образом, СМИ – это знаковый, важный субъект политики [2].

Третье – это «системные институты», так или иначе отвечающие за выборы, а именно общественные палаты региона и избирательные комиссии. От их открытости, публичной

деятельности во многом зависит популяризация как выборной кампании, так и проводимой политики в целом, в том числе и в межвыборный период.

Четвертый субъект – это избиратели. Мы отдаем себе отчет, что политическое поведение избирателей можно «увидеть» только в момент выборов и/или в обстоятельствах, когда это поведение становится по какой-то причине активным (митинги, демонстрации и т.д.). В спокойном протекании политического процесса настроения населения можно только измерить путем социологических опросов. Именно поэтому мы полагаем, что поведение избирателей на выборах – отдельная, весьма серьезная тема для изучения.

Следует отметить, что изучение специфики поведения в информационном пространстве субъектов политики на примере Челябинской области выглядит удачным. Челябинская область в этом отношении является удачным объектом для исследования, поскольку представляет собой практически точную копию России. Здесь представлена и наука, и промышленность, и креативные индустрии. Область не отличается конфликтностью, хотя на ее территории проживают представители более 150 национальностей. В 2024 году в области проходит ряд выборных кампаний: выборы главы региона, а также выборы в органы местного самоуправления. Именно поэтому интересно посмотреть, каким образом позиционируют себя все вышеперечисленные участники политического процесса.

Методы исследования

Методологической базой исследования являются общепринятые в политической науке принципы конкретно-исторического анализа (т.к. применение информационных технологий на современном этапе – это конкретное исторически обусловленное явление, и только с позиций такого подхода можно рассмотреть политическое поведение всех субъектов политического процесса на современном этапе). В работе используются категории классической логики, а также элементы статистики и контент-анализа, которые позволяет представить в количественном выражении участие политических партий и отдельных субъектов политики в выборных процессах. Мы также используем проблемный подход, позволяющий актуализировать заявленную проблему, что следует из анализа исследовательской литературы, и искать системное решение поставленных задач.

Экспериментальная часть.

Разберем последовательно участие каждого субъекта в политическом процессе. Относительно политических партий и отдельных субъектов политики, участвующих в региональных выборах, «эксперты выявили несколько существенных особенностей выборов глав субъектов. Во-первых, в последнее время на построение всей избирательной кампании оказывает серьезное влияние наличие или отсутствие партийной привязки у кандидата. Главной интригой в начале кампании этого кандидата является вопрос – выдвигаться ли от партии власти или идти самовыдвиженцем (заметим, что это определяет всю конъюнктуру предстоящей электоральной кампании)» [1].

Именно с этих позиций, выделенных исследователями, рассмотрим поведение отдельных субъектов политики и политических партий, которые они представляют, на выборах губернатора Челябинской области. На этапе регистрации, в списке оказалось 4 претендента на пост главы региона, представленных 4 партиями (3 – парламентские политические партии, 1 – непарламентская): Гильмутдинов Э.Р. – «Коммунистическая партия Российской Федерации»; Пашин В.Л. – «Либерально-демократическая партия России»; Текслер А.Л. – «ЕДИНАЯ РОССИЯ»; Соловьев С.Г. – «ЗЕЛЕНАЯ АЛЬТЕРНАТИВА».

Относительно участия политических партий в региональных выборах исследователи отмечают: «Исследовательская интрига, насколько это возможно понять пока на уровне

предварительных результатов, концентрируется вокруг федеральных партий, условий их функционирования, поведения, представления своих интересов и интересов своего электората при новых жестких нормативно-правовых требованиях. Актуальными становятся не просто научно-исследовательские проблемы оперативного введения в научный оборот большого числа новых фактов, событий, а прогностическая функция науки и прикладных исследований, оперативного реагирования, как для исследователей-прикладников, так и для политических субъектов, на тенденции успеха в регионах только партии власти и КПРФ» [8].

Следует отметить популярность действующего главы региона, губернатора Алексея Текслера, который представляет партию «Единая Россия» и на муниципальных выборах является гарантом популярности всей группы кандидатов в органы местного самоуправления от этой партии. Однако интригу держит представитель от партии «Зеленая альтернатива». Здесь речь именно в партийной идеологии, потому что данная партия на муниципальных выборах достаточно активно себя позиционировала, выдвинув 22 кандидата. Однако также следует отметить, что эта партия выдвинула своих кандидатов только в Челябинскую городскую думу. Также поступила партия «Новые люди». Остальные партии предприняли попытку представить своих кандидатов на других муниципальных выборах. Это говорит о том, что у каждой политической партии есть своя идеология, свое представление о внутрипартийном развитии. Основная интрига после подведения итогов на выборах губернатора, очевидно, связана именно со вторым местом по результатам голосования. Именно это продемонстрирует силу политических партий, которые выдвигают своих кандидатов.

Что касается выборов в органы местного самоуправления в Челябинской области, то они весьма конкурентны. Так, были зарегистрированы 1 363 кандидата на выборах в органы МСУ от 8 политических партий и в порядке самовыдвижения. При этом активно себя проявили не только парламентские партии, но и непарламентские: «ЯБЛОКО» – 31, «СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ – ПАТРИОТЫ – ЗА ПРАВДУ» – 330, «ЕДИНАЯ РОССИЯ» – 398, «Коммунистическая партия Российской Федерации» – 61, «Либерально-демократическая партия России» – 83, «Российская партия пенсионеров за социальную справедливость» – 5, «НОВЫЕ ЛЮДИ» – 49, «ЗЕЛЕНАЯ АЛЬТЕРНАТИВА» – 22, самовыдвиженцы – 385.

Чтобы понять, насколько политические партии проявили себя на муниципальных выборах, стоит проанализировать выборы в Челябинскую городскую думу. В конкурентную борьбу вступили как представители парламентских партий, так и непарламентских. Из 313 кандидатов на выборах в Челябинскую городскую думу были претенденты от партий: «ЯБЛОКО» – 31, «СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ – ПАТРИОТЫ – ЗА ПРАВДУ» – 44, «ЕДИНАЯ РОССИЯ» – 49, «Коммунистическая партия Российской Федерации» – 44, «Либерально-демократическая партия России» – 49, «Российская партия пенсионеров за социальную справедливость» – 5, «НОВЫЕ ЛЮДИ» – 49, «ЗЕЛЕНАЯ АЛЬТЕРНАТИВА» – 22, самовыдвиженцы – 20.

Следует отметить, что цифры о выдвижении дают и некоторое представление о внутрипартийной идеологии. Так, есть партии, которые активно продвигают себя в регионе в целом, заявляясь на все виду выборов («ЕДИНАЯ РОССИЯ», Справедливая Россия, «Коммунистическая партия Российской Федерации», «Либерально-демократическая партия России»), а есть те, что сосредоточились только на выборах в Челябинскую городскую думу («Зеленая альтернатива», «НОВЫЕ ЛЮДИ», «Российская партия пенсионеров за социальную справедливость», «ЯБЛОКО») и на выборах губернатора.

Это говорит о том, что и сами партии по-разному оценивают не только свои политические амбиции, но и ресурсы на проведение избирательных кампаний, что

свидетельствует о развитии как института политических партий, так и самого института выборов в России.

Относительно участия средств массовой информации в политическом процессе, в региональном политическом процессе, следует отметить, что некоторые исследователи проводят аналогию между участием СМИ в России и в других странах. Так, на наш взгляд, удачным является сравнение с Турцией. Анализируя роль прессы в политике, исследователи говорят, что сегодня «местные газеты играют одну из наиболее важных ролей в Турции, что обусловлено их прошлым. Сейчас же местная пресса занимает роль посредника между гражданами и различными государственными организациями и общественными институтами» [10, с.14]. СМИ всегда существуют в определенной историко-политической ситуации. Так, об информационном пространстве СНГ, о том, какие проблемы и перспективы развития этого пространства проявлялись в переходный период развития общества, говорят многие следователи [7]. Отметим, что средства массовой информации играют огромную роль в данной избирательной кампании. Дело в том, что агитационный период по закону, разрешенный в средствах массовой информации, стартовал в области для выборной кампании губернатора только 10 августа. До этого времени кандидаты могли позиционировать себя только посредством наглядной агитации (баннеры, сбор наказов избирателей, личные встречи, раздача агитационной продукции и т.п.). Следует отметить, что именно СМИ в виде социальных сетей, либо СМИ, которые просто посвящали свои сюжеты избирательной кампании, играли ключевую роль в данном процессе. Большое распространение получила такая форма, как пресс-конференции. Особенно выделяются такие медиахолдинги, как «Гранада Пресс» или «Первый областной». Благодаря этому поддерживается интерес к выборной кампании в принципе. Активно выступают политологи, представляющие общественную палату (а, точнее – Штаб по контролю и наблюдению за выборами в Челябинской области), проводят обучение независимых наблюдателей на выборах на всей территории области, активно освещая это на своих страницах в социальных сетях. Все это делает СМИ, даже еще не задействованных в активной избирательной стадии, самым действенным участником политического процесса.

Следует отметить, что мы не случайно выделяем системные институты, такие как избирательная комиссия, организующая выборы, и общественная палата Челябинской области в качестве основных участников избирательного процесса. Мы отдаем себе отчет, что избирательная комиссия, организующая выборы, – это комиссия, которая отвечает за процедуру выборов и не может качественно повлиять на их результат. Однако на избирательную кампанию в целом может воздействовать даже тип избирательной системы. При смешанной системе возникает особый интерес к тому, кто возглавляет список той или иной политической партии при пропорциональной системе и кто является представителем политической партии при мажоритарной системе. Именно такая связка является залогом успеха для определенных политических сил. Поэтому даже применяемая избирательная система во многом может являться политической технологией. При выборах губернатора Челябинской области применяется смешанная избирательная система. И то, что действующий глава региона является представителем партии «ЕДИНАЯ РОССИЯ» во многом способствует успеху других представителей этой партии на иных выборах

Также следует отметить, что избирательная комиссия, организующая выборы, заметно влияет на процесс применения информационных технологий на выборах. Мы отдаем себе отчет, что применение таких технологий, как КОИБы (комплекс обработки избирательных бюллетеней), мобильный избиратель или ДЭГ (дистанционное электронное голосование) является лишь механизмом, который помогает осуществлять волеизъявления граждан. Однако мы также понимаем, что пропаганда тех или иных форм

голосования может являться толчком к повышению явки, проявлению электронной активности. Исследователи отмечают, что «в ходе президентских выборов 2024 г. был применен механизм «Мобильный избиратель», успешно зарекомендовавший себя в ходе выборов глав субъектов и депутатов законодательных собраний 10 сентября 2017 г. в 20 регионах РФ. Этот механизм заменил открепительные удостоверения и позволил увеличить число желающих участвовать в выборах граждан. Механизм «Мобильный избиратель» позволил гражданину РФ проголосовать на любом удобном ему избирательном участке или дистанционно (если ДЭГ был предусмотрен в регионе избирателя), предварительно подав заявление в установленные сроки» [6].

Челябинская область как область, представляющая собой промышленный регион, не может стоять в стороне от технологий. Именно поэтому использование информационных технологий на выборах набирает популярность. Уже поступило 9 111 заявлений на голосование через систему ДЭГ и 499 заявлений через систему «мобильный избиратель».

Вернемся к деятельности избирательных комиссий субъектов федерации. То, что представители избирательных комиссий могут быть лидерами общественного мнения, подчеркнуто личным позиционированием председателя ЦИКа Э.А. Памфиловой. «В конце января 2024 г. председатель ЦИКа России Э.А. Памфилова объявила старт очередного этапа информирования о кампании и обнародовала слоган: «Вместе мы сила – Голосуем за Россию». Фраза ориентирована на достижение объединяющего эффекта, необходимость поддержания которого вызвана актуальными социально-политическими обстоятельствами. Примечательно, что по сравнению со слоганом кампании 2018 г. «Наша страна, наш президент, наш выбор» новый содержит элементы призыва и в большей степени способствует реализации задач в области информационного обеспечения выборов, входящих в непосредственную компетенцию ЦИКа России» [5]. Таким образом, представители избирательной комиссии превращаются в лидеров общественного мнения, транслирующих лозунги за объединение страны вокруг флага и президента.

Относительно избирателей как субъекта политики, мы уже отмечали свою точку зрения: в рамках же избирательного процесса избиратели подключаются как активные субъекты только в дни голосования, и их волеизъявление станет очевидно чуть позже. Но именно они определяют ход дальнейшего политического процесса при демократическом устройстве общества. Исследователи уверены: «Выборы – такое средство воспитания стремления к независимости, сопряженной с ответственностью совершенного выбора по отношению не только к себе, но и к миллионам других жителей, поэтому важно совершать обдуманый выбор. И, конечно же, выборы – это сильный механизм влияния на политическую власть, которая, стремясь сохранить собственные позиции в общественных органах, осуществляет волю избирателей, отображенную не только в предвыборных кампаниях, выступлениях, но и в повседневной жизни общества» [9].

Выводы

Таким образом можно сделать вывод, что поведение субъектов региональных выборных процессов проявляется в информационном пространстве. Все указанные нами субъекты определенным образом позиционируют себя в СМИ, в том числе электронных. И именно их информационное поведение направляет политический процесс в определенное русло.

В целом можно отметить, что региональные выборные процессы в Челябинской области в 2024 году весьма конкурентны, идут в рамках правового русла и демонстрируют те тенденции, которые, в общем и целом, проявлялись на выборах всех уровней в прошлом электоральном цикле, который был открыт выборами президента РФ.

Отличительной особенностью данных выборов в Челябинской области является большая активность непарламентских политических партий. Также отметим, что в

ближайшие годы в Челябинской области будут проходить выборы в законодательное собрание региона. Информационное поведение выделенных субъектов политики во многом, в том числе и в межвыборный период, может определить расклад политических сил в представительном органе региона.

Список литературы:

1. Арутюнов А.Г. Особенности региональных выборов в современной России (по материалам пяти субъектов российской федерации) // Власть. 2021. №3. [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-regionalnyh-vyborov-v-sovremennoy-rossii-po-materialam-pyati-subektov-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 07.08.2024).
2. Бальнская Н.Р., Александрова М.В., Витик С.В., Гафурова В.М., Ереклинцева Е.В., Зайцева Е.М., Капицына Д.В., Кива-Хамзина Ю.Л., Канаева Е.И., Коптякова С.В., Пищугина О.Н., Рахимова Л.М., Риттер И.В. Государственное и муниципальное управление в России // История, современное состояние, перспективы развития. Санкт-Петербург, 2014.
3. Бальнская Н.Р. Роль средств массовой информации в создании имиджа территории: муниципальный уровень управления (пример Магнитогорска) // Экономика и политика. 2014. № 1 (2). С. 14-15.
4. Дубенков Д.Ю. Особенности избирательной кампании по выборам главы субъекта Российской Федерации: на примере Красноярского края и Иркутской области: автореферат кандидата политических наук. Иркутск, 2004.
5. Ежов Д.А. Президентская кампания 2024 г. в зеркале предвыборных слоганов // Власть. 2024. №3. [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prezidentskaya-kampaniya-2024-g-v-zerkale-predvybornyh-sloganov> (дата обращения: 07.08.2024).
6. Камалова Г.Р., Сафин М.И. Президентские выборы 2024 г. в России: новые тренды и особенности избирательной кампании в эпоху цифровизации // Власть. 2024. №3. [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prezidentskie-vybory-2024-g-v-rossii-novye-trendy-i-osobennosti-izbiratelnoy-kampanii-v-epohu-tsifrovizatsii> (дата обращения: 07.08.2024)
7. Масумова Н.Р., Юсупова Е.Е., Давыдова С.А. СМИ и рынок коммуникаций в Турции // Международные коммуникации. 2020. № 1-2 (14).
8. Морозова О.С. Выборы в региональные законодательные собрания в новых политико-правовых условиях: состояние, проблемы, противоречия: автореферат на соискание ученой степени кандидата политических наук. – Москва, 2005.
9. Черных В.Д. Региональные выборы в РФ. Развитие. Актуальные проблемы и пути преодоления // Скиф. 2019. №1 (29). [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnye-vybory-v-rf-razvitiye-aktualnye-problemy-i-puti-preodoleniya> (дата обращения: 07.08.2024).
10. Юсупова Е.Е. Исторические аспекты инвестиционного подхода в учете рисков и последствий чрезвычайных ситуаций: диссертация на соискание ученой степени кандидата исторических наук. Москва, 2003.

References:

1. Arutyunov A.G. Features of regional elections in modern Russia (based on materials from five subjects of the Russian Federation) // Vlast [Power]. 2021. No. 3. [Electronic resource] // Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-regionalnyh-vyborov-v-sovremennoy-rossii-po-materialam-pyati-subektov-rossiyskoy-federatsii> (accessed: 08/07/2024).
2. Balynskaya N.R., Aleksandrova M.V., Vitik S.V., Gafurova V.M., Ereklintseva E.V., Zaitseva E.M., Kapitsyna D.V., Kiva-Khamzina Yu.L., Kanaeva E.I., Koptyakova S.V., Pishchugina O.N., Rakhimova L.M., Ritter I.V. State and municipal management in Russia // History, current state, development prospects. St. Petersburg, 2014.
3. Balinskaya N.R. The role of mass media in creating the image of a territory: municipal level of government (the example of Magnitogorsk) // Ekonomika i politika [Economy and Politics]. 2014. No. 1 (2). pp. 14-15.
4. Dubenkov D.Yu. Features of the election campaign for the election of the head of a subject of the Russian Federation: on the example of Krasnoyarsk Krai and Irkutsk Oblast: abstract of a candidate of political sciences. Irkutsk, 2004.
5. Yezhov D.A. The 2024 Presidential Campaign in the Mirror of Election Slogans // Vlast [Power]. 2024. No. 3. [Electronic resource] // Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/prezidentskaya-kampaniya-2024-g-v-zerkale-predvybornyh-sloganov> (accessed: 07.08.2024).
6. Kamalova G.R., Safin M.I. Presidential elections of 2024 in Russia: new trends and features of the election campaign in the era of digitalization // Vlast [Power]. 2024. No. 3. [Electronic resource] // Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/prezidentskie-vybory-2024-g-v-rossii-novye-trendy-i-osobennosti-izbiratelnoy-kampanii-v-epohu-tsifrovizatsii> (accessed: 07.08.2024)
7. Masumova N.R., Yusupova E.E., Davydova S.A. Media and the communications market in Turkey // International communications. 2020. No. 1-2 (14).
8. Morozova O.S. Elections to regional legislative assemblies in new political and legal conditions: status, problems, contradictions: abstract for the degree of candidate of political sciences. – Moscow, 2005.
9. Chernykh V.D. Regional elections in the Russian Federation. Development. Current problems and ways to overcome them // Skif. 2019. No. 1 (29). [Electronic resource] // Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnye-vybory-v-rf-razvitiie-aktualnye-problemy-i-puti-preodoleniya> (accessed: 07.08.2024).
10. Yusupova E.E. Historical aspects of the investment approach in taking into account the risks and consequences of emergency situations: dissertation for the degree of candidate of historical sciences. Moscow, 2003.