**ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ПРОГРАММА**

**Тема:** **Эволюция технологических подходов по обеспечению выборов на региональном и муниципальном уровнях**

**(на примере Нижегородской области)**

**Проблема**

Данная работа описывает различные подходы по обеспечению выборов на региональном и муниципальном уровнях Нижегородской области.

В современной России выборные кампании воспринимаются как естественная составляющая политического процесса. В короткое время в Российской Федерации усилился интерес к избирательным технологиям. Появились центры, фонды, институты, занимающиеся исследованиями выборных кампаний, поиском наиболее оптимальных технологий, обеспечивающих победу на выборах. При Центральной Избирательной Комиссии создан Российский центр избирательных технологий.

В узком смысле технология понимается как совокупность приемов и способов достижения какой-либо цели. Именно такой смысл вкладывается чаще всего в сущность выборных технологий. Их можно рассматривать с двух сторон: технологии организации выборных кампаний органами власти и избирательными комиссиями, с одной стороны, и технологии борьбы за победу на выборах избирательных объединений, избирательных блоков и кандидатов, их команд - с другой. Совершенствование избирательного законодательства, расширение роли политических партий в избирательном процессе способствовало появлению новых приемов и способов воздействия на избирателей, причем широкое распространение получили так называемые "черные" или "грязные" технологии. Поэтому раскрытие их негативного влияния на избирателей является актуальной задачей.

Актуальность данной проблемы также обусловлена активным развитием в современной России относительно нового института избирательного законодательства - информационного обеспечения выборов как на региональном так и на муниципальном уровне. Избирательное законодательство Российской Федерации прошло определенные стадии развития. Одновременно с избирательным законодательством эволюцию претерпела и его важнейшая составная часть - институт информационного обеспечения выборов.

Интерес к проблеме правового регулирования информационного обеспечения выборов связан с тем, что углубление правового регулирования в сфере информационного обеспечения выборов, обусловленное происходящими переменами в общественно-политической жизни страны, и укреплением политической системы, предполагает усиление системности нормативного массива, регулирующего составные части информационного обеспечения выборов - информирование избирателей и предвыборную агитацию. В связи с этим необходим поиск современных подходов к вопросу создания, новых и изменения действующих правовых норм, регулирующих информационное обеспечение выборов.

Информационное обеспечение выборов способствует осознанному волеизъявлению граждан, обеспечению гласности и открытости избирательного процесса. Организационно-правовые меры по обеспечению эффективности института информационного обеспечения выборов представляются одними из важнейших составляющих совершенствования избирательной системы в целом. В законодательство Российской Федерации о выборах в последние годы внесено ряд новелл и изменений в части информационного обеспечения выборов, направленных на создание дополнительных условий для проведения свободных и справедливых выборов. Однако в дальнейшем совершенствовании нуждаются отдельные правовые нормы, регулирующие правоотношения, связанные с информированием избирателей и предвыборной агитацией.

**Гипотеза № 1**. Рыночная модель технологий выборов.Кандидат или партия рассматриваются как товар, который консультанты и организаторы кампаний должны продать покупателям - избирателям, используя для этого различные методы рекламы и пропаганды. При этом избиратели рассматриваются как статисты, как объект манипулирования, а сами кандидаты "превращаются" в сконструированный политическими маркетологами имидж, весьма далекий от личности реального кандидата.

Основным ресурсом являются деньги, которые тратятся как на оплату консультантов, так и на интенсивную рекламную кампанию, прежде всего в СМИ.

Рыночные модели могут существовать только в условиях демократического общества, где обеспечивается свободный доступ к СМИ для любого, кто платит деньги.

Рыночные модели достаточно популярны в среде российских бизнесменов, желающих попробовать себя в политике ("за деньги можно купить все").

Разновидность – сетевой маркетинг.

Однако серьезные избирательные кампании выигрываются не только деньгами и наемными командами, но и, прежде всего, самим кандидатом.

**Методы воздействия:**

- публицистика;

- СМИ

**Цель** – выявить пути решения проблемы для повышения эффективности рыночной модели технологии выборов.

**Задачи:**

1) Разработка способов для эффективного функционирования рыночной модели технологии выборов

2) Анализ конкретных примеров воздействия на сознание людей для эффективной работы рыночной модели технологии выборов;

**Методология:** общенаучные методы

**Объект:** функционирование рыночной модели технологии выборов

**Предмет:** повышения эффективности рыночной модели технологии выборов

**Гипотеза №2.** Административно-командная модельтехнологий выборов. Главный ресурс в этой модели – реальная власть (административная, контролирующая и т.д.). Поэтому пользователями такой модели могут те, кто обладает властно-распорядительными полномочиями, т.е. близкие к органам исполнительной власти.

Использование опыта, накопленного еще в советское время, на корпоративности (выходцы из аппарата). В этом эта модель неизвестна на

Административная технология интенсивную работу в период официальной кампании. При опыт показывает, даже сильному полностью мобилизовать ресурсы удается к самому концу какой бы она ни Всегда не времени.

Привлечение к подчиненных администр. средств техники, служебных коммуникации и т.п.); на избирателей средствами, не законодательством; препятствия конкурентов (судебные и МВД, контролирующие (пожарная инспекция и

Однако в современных сфера у этой есть и недостатки:

Во-первых, власть далеко так всемогуща, раньше. Прямое на избирателей приводит к обратным

Во-вторых, для этой модели сильная мотивация иерархии. Иначе → приемов имитации деятельности при отсутствии необходимого

В-третьих, не у местных руководителей "надежные" приемы и пропаганды среди

**Методы воздействия:**

-

- СМИ

**Цель** – пути для административно-командной модели выборов

**Задачи:**

1) способов для функционирования административно-командной технологий выборов;

2) конкретных примеров на сознание для эффективной административно-командной модели выборов

**Методология:**  методы

**Объект:**  административно-командной модели выборов

**Предмет:**  эффективности административно-командной технологии выборов

**Гипотеза Организационно-партийная модель.** Главным является организация структура). Основное от предыдущих заключается в том, работа строится принципу "постоянного в регионе. Агитационная как бы не прекращается, несмотря на наличие или отсутствие официально объявленной выборной кампании. Почему?

Участники выполняют избирательные функции, т.к. для них это служит средством социализации, т.е. фактором самоутверждения.

Наличие идеологии, т.е. четкой системы политических, правовых и нравственно-этических идей, которые осознаются определенными общественными группами и определяют их отношение к действительности.

Яркий пример – КПРФ, опирающихся на разветвленную сеть партийных и сотни тысяч добровольных активистов. Такой ресурс невозможно получить за один или несколько месяцев, он нарабатывается десятилетиями. Главные действующие фигуры в этой модели – партийные активисты и организационные структуры.

Кампания, построенная по организационно-партийному принципу, является одним из самых эффективных методов выборной борьбы не только в России, но и в странах Запада. "Кампании выигрываются не деньгами, а организациями", – говорят американские консультанты.

Однако кампании этого типа доступны лишь крупным, богатым, "старым" партиям и блокам. Лишь они имеют достаточно сил и средств, чтобы поддерживать в активном состоянии необходимое для нашей страны число региональных структур.

В России наиболее сильные и развитые региональные структуры имеют две политические силы – КПРФ и "партия власти" ("Наш дом - Россия" или т.п.).

**Цель** – найти пути решения организационно-партийной моделитехнологии выборов.

**Задачи:**

1) Разработка способов для эффективного функционирования организационно-партийной модели технологий выборов;

2) Анализ конкретных примеров воздействия на сознание людей для эффективной работыорганизационно-партийной модели технологии выборов

**Методология:** общенаучные методы

**Объект:** функционирование организационно-партийной модели технологии выборов

**Предмет:** повышение эффективностиорганизационно-партийноймодели технологии выборов

На основе разногласий во мнениях, можно выявить следующие гипотезы:

1) Рыночная модель технологий выборов. Кандидат или партия рассматриваются как товар, который консультанты и организаторы кампаний должны продать покупателям - избирателям, используя для этого различные методы рекламы и пропаганды. При этом избиратели рассматриваются как статисты, как объект манипулирования, а сами кандидаты "превращаются" в сконструированный политическими маркетологами имидж, весьма далекий от личности реального кандидата.

2. Административно-командная модель технологий выборов.***.***Главный ресурс в этой модели - административная власть. Поэтому пользователями такой модели реально могут стать лишь кандидаты или партии. обладающие ресурсом властно-распорядительных полномочий, т.е. близкие к органам исполнительной власти.

3. Организационно-партийная модель технологий выборов. Метод, в котором основной упор делается на работу региональных партийных организаций. Здесь главным ресурсом избирательной кампании является организация как мультипликативная система, умножающая усилия отдельных людей. Особенность состоит в том, что работа строится по принципу " постоянного присутствия". Агитационная деятельность как бы никогда не прекращается, несмотря на или отсутствие объявленной выборной Является одной самых эффективных выборной борьбы.

**Эмпирическая исследования** является посвященные теме технологических подходов обеспечению выборов, выступления, статистические статьи в СМИ, данной теме, на научных

**Методологической основой** является диалектический познания, а также сравнительно-правовой, логико-теоретический и методы изучения правовых явлений.

**Пространственно-временные исследования** с 2010-2015

В своей **исследовательской**  я ставлю задачи: теоретические основы избирательных технологий, а рассмотреть классификацию технологий; определить избирательные технологии.

**ГЛАВА Теоретические основы избирательных технологий**

В главе рассматривается избирательных технологий, история возникновения и развития избирательных технологий. А показанымодели выборов.

**ГЛАВА Классификация избирательных**

В этой главе, представляют технологии работы с избирателями. Это "от двери к или "дверь в (ДВД), встречи с избирателями, пикеты, обзвоны.

Здесь рассматриваются рекламные «черные» технологии, и технологии формирования ландшафта.

**ГЛАВА Административные избирательные**

В данной главе понятия и типология избирательных технологий, а формы административных технологий таких манипулирование волеизъявлением СМИ, "стерилизация" бюллетеня, что недопущение к выборам кандидатов и избирательных Отсеивание кандидатов путем отказов в и отмен регистрации. И, еще один избирательных технологий **-** активизация деятельности

**Вывод:** рассматриваемая работа необходима, избирательные технологии в стране постоянно Но, к сожалению, в направлении обеспечения информированности избирателей о и их программах, а в направлении поиска более эффективных способов манипулирования общественным мнением, устранения избирателей из реального выборного процесса. Мораль политиков и организаторов кампаний ориентирована на "победу любыми методами", а победителей, как известно, не судят.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

**И ЛИТЕРАТУРЫ:**

**I. Источники:**

1. Конвенция о стандартах демократических выборов, избирательных прав и свобод в государствах-участниках Содружества Независимых государств. // Вестник межпарламентской Ассамблеи. СПб. 2003. № 3 (34). <http://base.garant.ru/1156220/> (дата обращения: 18.11.2015)

2. Решение Европейского Суда по правам человека Боуман против Соединенного Королевства (Страсбург, 18 февраля 1998 г.) // Международные избирательные стандарты. Сборник документов / Отв. ред. A.A. Вешняков. - М.: Издательство ВЕСЬ МИР, 2011. -. 708 с.

4. Сборник документов / Отв. ред. A.A. Вешняков. М.: Издательство ВЕСЬ МИР, 2010. С. 653.

5. Решение Европейского суда по правам человека Лингенс против Австрии (Страсбург, 8 июля 1986 г.) // Международные избирательные стандарты. Сборник документов / Отв. ред. A.A. Вешняков. М.: Издательство ВЕСЬ МИР, 2004. С. 678.

6. Решение Европейского Суда по правам человека по делу по делу «Боуман против Соединенного королевства» от 19 февраля 1998 года // Опубликовано на официальном российском сайте Европейского Суда по правам человека: htpp://www.echr.ru.

7. Конституция Российской федерации от 12 декабря 1993 г. // Российская Газета. 1993. 25 декабря.

8. Федеральный закон от 06 декабря 1994 г. №56-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав граждан Российской Федерации» // СЗ РФ. 1994. №33. Ст. 3406.

9. Указ Президента РФ от 29 октября 1993 г. №1792 «Об информационных гарантиях для участников избирательной кампании 1993 г.» // САПП РФ. 01. 11. 1993. №44. ст. 4196 URL: <http://base.garant.ru/6302119/> (дата обращения: 17.11.2015)

10. Федеральный закон от 13 января 1995 г. №7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» // СЗРФ. 1995. №9-10. URL:<http://base.garant.ru/103529/> (дата обращения: 18.11.2015)

11. Федеральный закон от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»//Российская газета. 15.06.2002.

12. Федеральный закон от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» ст.2 п.4 URL:<http://base.garant.ru/184566/> (дата обращения: 18.11.2015)

**Литература**

1. Беляева Н.Ю., Какабадзе Ш.Ш., Кириченко Л.А. Нарушения в избирательном процессе: примеры, признаки, противодействие. М., 2003.

2. Биктагиров Р.Т., Шапиев С.М. Выборы депутатов Государственной Думы: аспекты (обзор законодательства). - М.,

3. Большаков Ищенко Е.П., агитация: взгляд -М.; Издательство 2012.

4. Большаков Ищенко Е.П. Новый агитатора». М.,

5. Большаков Информирование избирателей и агитация: особенности регулирования. М.: 2007.

6. Вешняков Избирательные стандарты в праве и реализация в Российской Федерации. (Монографическое М.: Весь 2009.

7. Вешняков Представительная демократия и культура. - М.,

8. Водовозов Избирательное право в и России. СПб.,

9. Матейкович Проблемы правового выборов в законодательные и органы государственной субъектов Федерации Государство и право. 1998. № С. 51-56. <http://law.edu.ru/article/article.asp?articleID=145367> обращения: 17.11.2015)
10. Фирсов А. Кому Руси агитировать // Выборы. Законодательство и 2001. №1. URL:<http://refdb.ru/look/1915254.html> обращения: 17.11.2015)

11. Соловьев политическая теория, технологии. – М.: Пресс, 2003. – 54.

12. Российский процесс: национальные в контексте опыта политики. (Материалы стола) // о выборах. №1. 2004. С. 8-18.

13. Российские отказываются размещать материалы Рыбкина [www.volgainform.ru/allnews/225372/](http://www.volgainform.ru/allnews/225372/) (дата 15.11.2015)

14. Тупиков О судебной защите прав граждан Российская юстиция. 1998. №4. С. 20-21. <http://law.edu.ru/article/article.asp?articleID=147304> обращения: 18.11.2015)

15. Фальков Возникновение и развитие агитации в России и рубежом (историко-правовой // Право и 2003. №4. С. 106-121.

16. Организация и выборов (ACE СМИ и выборы. – Институт развития систем (ИРИС), – 209 с.

17. Князев С. Д. Правовые аспекты агитации при проведении выборов // Российский юридический журнал. 1998. №2. С. 70-83.

18. Князев С. Д. Избирательный процесс: понятие, особенности и структура //Правоведение. 1999. №3. С. 42-54.

19. Постников А.Е. Тенденции развития институтов конституционного права // Журнал российского права. 2011. № 10.

20. Предеин А.Н. Проблема подкупа избирателей и использование организаций третьего сектора при проведении избирательных кампаний // Государственная власть и местное самоуправление. 2011. № 9.

**ВВЕДЕНИЕ**

**Актуальность темы** исследования обусловлена тем, что право граждан на получение объективной информации в процессе подготовки и проведения выборов относится к важнейшим институтам избирательного права. Данное право позволяет гражданам реализовать через выборы возможность влиять на формирование органов государственной и муниципальной власти, на определение направлений их последующей деятельности. Эффективное функционирование института информационного обеспечения выборов является неотъемлемой частью механизма выборов и необходимым условием реализации прав граждан.

Результатом обновления федерального законодательства о выборах, происходящего в России накануне каждого следующего федерального избирательного цикла, стало более жесткое регулирование деятельности средств массовой информации.

Если учесть, что современный этап развития информационного обеспечения выборов в России составляет чуть более десяти лет, можно утверждать, что за это время удалось добиться значительных результатов. Налицо позитивный характер произведенных законодателем в этой области реформ.

Актуальностьпроблемы обусловила **цель исследования** следующим образом: проанализировать правовые отношения, складывающихся при осуществлении информирования избирателей по вопросам подготовки и проведения выборов в Российской Федерации, проведения предвыборной агитации, взаимодействия участников избирательного процесса по вопросам информационного обеспечения избирательных кампаний.

Вышеперечисленные цели достигаются путем решения следующих **задач**:

- проанализировать понятие «информационное обеспечение выборов» в историческом аспекте;

- исследовать международно-правовые основы информационного обеспечения выборов;

- проанализировать становление института информационного обеспечения выборов в Российской Федерации и выявление этапов его развития;

- установление целей, задач, принципов и способов информирования избирателей как неотъемлемой части информационного обеспечения выборов в Российской Федерации;

- определение субъектов информирования избирателей, проведение их классификации и исследование форм их деятельности;

- выявление принципов, целей и задач предвыборной агитации, анализ форм и методов ее проведения в Российской Федерации;

- установление видов организаций, выпускающих средства массовой, информации, исследование особенностей правового регулирования проведения предвыборной агитации на каналах организаций, телерадиовещания и в периодических печатных изданиях и определение путей его совершенствования;

- исследование правовых основ и организационных условий проведения предвыборной агитации посредством агитационных публичных мероприятий, выпуска и распространения агитационных материалов.

**Степень разработанности проблемы.** Активный к вопросам выборов и праву зародился в середине 19 - 20 вв. Однако середины 90-х прошлого столетия изучения информационного выборов с позиций науки в России не проводилось. В исключения можно работу В.В. Водовозова право в России и одна из которой посвящена проблем «агитации выборах» в Государственную первого созыва.

В период предвыборная рассматривалась как часть политической и пропаганды. В 60-80 - е в СССР активно научные исследования аспектов агитации и в области близких к гуманитарных наук социальной психологии, филологии, социологии).

Наиболее исследование научной темы в дореволюционный и период представлено в В.Н. Фалькова правового регулирования агитации в Российской

Современное состояние данной тематики пока еще вниманием к ней Некоторые вопросы, к данному комплексу рассматриваются в работах Авакьяна, Р.Т. Биктагирова, Большакова, Н.С. Бондаря, Веденеева, A.A. Вешнякова, Князева, А.И. Ковлера, Лысенко, М.С. Матейковича, Мостовщикова, В.В. Невинского, Постникова, А.П. Супцова, Федотова, В.Н. Фалькова, Хачатурова, Г.С. Шайхуллина.

Но в же время, довольно широкий вопросов, которые сих пор исследовались.

**Научная** предопределяется его и целью, постановкой проблем и подходом к решению. В работе основы концепции развития законодательства информационном обеспечении в Российской Федерации.

**Практической**  данной работы использование материалов по выбранной теме в научных работах, статьях, преподавателями в лекциях читаемых студентам, обучающимся на специальности «политология», на конференциях и политических дебатах политологами представителями и лидерами политических партий, учеными и обществоведами интересующихся политикой, служить основой для программ курсов по выбору, написанию учебников и учебных пособий.

**Объектом** настоящей работы выступают правовые отношения, складывающиеся между субъектами избирательного права в процессе информирования избирателей и предвыборной агитации при подготовке и проведении выборов.

**Предметом** исследования являются нормы права, образующие институт информационного обеспечения выборов в Российской Федерации.

**Методологическую основу** исследования составили диалектический метод познания, а также системно-структурный, сравнительно-правовой, логико-теоретический и частно-научные методы изучения социально правовых явлений. Для достижения объективности результатов исследования данные методы применялись комплексно.

**Теоретическая и практическая значимость** данной дипломной работы определяется возможностью использования рекомендаций, содержащихся в данном исследовании для совершенствования законодательства в сфере информационного обеспечения выборов в Российской Федерации.

Нормативную базу исследования составили Конституция Российской Федерации, международные правовые акты, устанавливающие международные избирательные стандарты, федеральные законы в сфере избирательного права, законы субъектов Российской Федерации. Были проанализированы указы Президента Российской Федерации, постановления Правительства Российской Федерации, затрагивающие вопросы правового регулирования информационного обеспечения выборов, акты Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. Были изучены постановления и определения Конституционного Суда Российской Федерации, Верховного Суда Российской Федерации.

При написании работы использовалась монографическая и периодическая литература, комментарии к федеральным законам.