Правительство Российской Федерации

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Национальный исследовательский университет   
«Высшая школа экономики»

###### Факультет медиакоммуникаций

###### Департамент «Медиапроизводство и креативные индустрии»

###### МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

На тему:Конструирование регионального электорального дискурса (на примере выборов мэра г.Химки в 2012 году)

Выполнила:

Студентка группы № 743ж

Юлия Яковлева

Научный руководитель:

К.филос.н., доцент

Давыдов С.Г.

Москва, 2013

Оглавление

[Введение 4](#_Toc357708447)

[Глава 1. Теоретические основы электоральных коммуникаций в городе 11](#_Toc357708448)

[1.1. Понятие политического дискурса 11](#_Toc357708449)

[1.2. Урбанистические исследования 15](#_Toc357708450)

[1.3. Политические коммуникации в городе 31](#_Toc357708451)

[Глава 2. Наблюдение предвыборной кампании в Химках 37](#_Toc357708452)

[2.1. Обстоятельства наблюдения: город и сложившаяся в нем политическая ситуация 37](#_Toc357708453)

[2.2. Описание методики 39](#_Toc357708454)

[2.3. Результаты наблюдения 40](#_Toc357708455)

[2.4. Наблюдение избирательной кампании: выводы 43](#_Toc357708456)

[Глава 3. Общая оценка избирательной кампании и выборов в Химках 46](#_Toc357708457)

[3.1. Формы коммуникации основных кандидатов 46](#_Toc357708458)

[3.2. Использование административного ресурса 52](#_Toc357708459)

[3.3. Применение черного пиара кандидатами 58](#_Toc357708460)

[3.4. День голосования в Химках 64](#_Toc357708461)

[3.5. Общая оценка избирательной кампании и выборов в Химках 71](#_Toc357708462)

[Заключение 75](#_Toc357708463)

[Список использованной литературы: 81](#_Toc357708464)

[Приложение 1 94](#_Toc357708465)

[Приложение 2 97](#_Toc357708466)

[Приложение 3 101](#_Toc357708467)

[Приложение 4 105](#_Toc357708468)

[Приложение 5 108](#_Toc357708469)

[Приложение 6 111](#_Toc357708470)

[Приложение 7 114](#_Toc357708471)

[Приложение 8 117](#_Toc357708472)

[Приложение 9 120](#_Toc357708473)

[Приложение 10 121](#_Toc357708474)

[Приложение 11 124](#_Toc357708475)

[Приложение 12 125](#_Toc357708476)

[Приложение 13 126](#_Toc357708477)

# Введение

В 2011- 2012 годах в России были введены изменения в ряд законодательных актов, имеющих отношение к выборным процессам:

* принят президентский проект закона о снижении проходного барьера с 7 до 5 процентов на федеральных парламентских выборах (21 октября 2011 года);
* принят президентский законопроект, предполагающий снизить в 80 раз минимум членов партии, необходимых для ее регистрации - с 40 000 до 500 (28 марта 2012 года);
* восстановлены прямые выборы глав субъектов федерации и муниципальных образований (2 мая 2012).

В продолжение политической реформы в 2013 году президент внес в Государственную Думу новый законопроект, предполагающий возвращение к смешанной системе выборов депутатов парламента (формирование состава в равных долях по партийным спискам и одномандатным округам).

Изменения законодательства позиционируются как следствие демократизации политической системы России. В какой-то степени они служат ответом на критику со стороны западных государств в излишнем авторитаризме российских властей, также их можно рассматривать как реакцию на внутренние процессы (протестные митинги на Болотной площади, вылившиеся впоследствии в белоленточное движение). Несмотря на послабления для новых игроков, которые должны обеспечить принятые законопроекты, по мнению многих экспертов, обеспечение политического диалога только кажущееся. Такие высказывания в своих комментариях и интервью, к примеру, делают вице-президент Центра политических технологий Алексей Макаркин, президент Фонда петербургской политики Михаил Виноградов, руководитель региональных программ Фонда развития информационной политики Александр Кынев [23, 29, 84].

Современные политологи видят в проводимой реформе желание создать видимость обеспечения демократических прав и свобод, в качестве доказательства своих тезисов они ссылаются на то, как в России проводятся прямые выборы президента и депутатов Государственной Думы, результаты которых у значительной части населения вызывают сомнения (опрос ВЦИОМ, опубликован 15 марта 2012 года: результатам президентских выборов в 2004 и 2008 годах доверяли 53% опрошенных, в 2012 – только 44% респондентов) [33].

Данные процессы и их подобные оценки определяют **актуальность** исследований электоральных процессов, дающих понимание того, как общество и сама политическая сфера реагируют на преобразования.

Предлагаемое исследование посвящено анализу избирательной кампании и голосования на выборах мэра города Химки в 2012 году. Процесс в Химках показателен, поскольку местные проблемы (борьба за Химкинский лес, строительство трассы) ранее были вынесены в национальную повестку дня. Это позволило Евгении Чириковой обрести федеральную известность, и ее выдвижение в качестве кандидата привлекло СМИ, вновь включив химкинские события в национальную повестку.

**Степень научной разработанности темы**

Проблематика предлагаемой работы имеет междисциплинарный характер. Наиболее приближенными к ней являются традиция городских исследований, традиция визуальных исследований, теория политического дискурса, а также современные исследования политического процесса в России.

Отношение к городу как пространству для исследования зародилось на Западе, это сравнительно молодая отрасль знания. Первые теоретики (А. Смит, Э. Дюркгейм) осмысляли связь урбанизации и индустриализации, наблюдали за отличиями городского и деревенского образов жизни.

Традиционно к классикам урбанистики относят К. Маркса и Ф. Энгельса, исследовавшими городскую экономику, М. Вебера, который связал возникновение капитала и бюрократии с процессом урбанизации, Г. Зиммеля, авторов чикагской школы и А. Лефевра. В своей работе они сталкивались, по большей части, с теоретическими вызовами: зафиксировать понятийный аппарат только строящихся процессов социальной дифференциации жителей городов и осмыслить особенности становления самих этих процессов. Осмысление городской модерности началось с Георга Зиммеля, своего апогея оно достигло в трудах членов чикагской научной школы (Н. Элиас, Р. Парк, Э. Берджесс).

Неклассические урабанистические теории получили развитие во второй половине ХХ века. Самыми яркими их представителями считаются исследователи Лос-анжелесской школы (А. Скотт, М. Дэвис, Э. Соджа). В отличие от своих предшественников, они увидели в своем городе модель полицентрического развития и поставили во главу интересов периферию, а не центр. Также они выступали за нелинейное видение развития города, который представляет собой бесконечное поле возможностей, где развитие одной части в результате капиталовложений никак не связано и никак не отражается на развитии какой-то другой части.

Если говорить об таких аспектах городских исследований, как организация управления и участие в управлении горожан, то авторы здесь обращаются к особенностям современного менеджмента и к политическому участию населения. Развитие этих теорий вылилось в трактовки политических коммуникаций, в которых компьютерной технике отводится решающая роль в победе над такими социальными болезнями, как голод, страх или политические распри (Д. Мичн, Р. Джонсон).

В то же время политическую систему рассматривают как информационно-коммуникативную. Ю. Хабермас в «Теории коммуникативного действия» делает акцент на коммуникативных действиях и соответствующих элементах политики (ценностях, нормах, обучающих действиях), представляя их в качестве основы социального и политического порядка. Кроме того, он уделяет большое внимание проблеме дискурса, относя его к коммуникативному действию наряду с интеракцией.

К понятию «дискурс» обращались многие другие авторы. Это работы по социальной роли коммуникации (Э. Тоффлер), влиянию СМИ на сознание обывателей (А.В. Перцев), соотношению языковых элементов мыслительной активности с пространством объективированных форм жизнедеятельности (Э. Сепир, Б. Уорф).

М. Фуко, Ж. Бодрийяр, Г. Маркузе, П. Бурдье, Р. Барт ставят в своих работах проблему конструирования социальной реальности посредством лингвистических структур.

Интерес современных исследователей выборов в России (В. Полуэктов, А. Куртов, М. Вершинин, Ю. Веденеев) сосредоточен вокруг используемых полит- и PR-технологий, специфики положения «Единой России» на политическом пространстве.

Вместе с тем, что современная наука демонстрирует массу подходов к изучению выборов как к одной из значимых институциональных практик общества, можно отметить недостаток работ рассмотрения выборов в аспекте их дискурсивного пространства. Также замечен недостаток исследований, в которых бы проблематика конструирования социальной реальности и дискурсивного пространства накладывались на конкретную социальную практику в конкретном обществе.

Урбанистические исследования выделились в последнее двадцатилетие в одно из актуальных направлений и сосредоточились на стыке большинства социально-гуманитарных дисциплин. Как отмечает Е. Трубина, это позволяет говорить о взаимном влиянии урбанистических идей, подходов, понятий и тех тенденций, которыми отмечено развитие сопредельных областей знания. Таким образом, ц**ель** исследования – рассмотреть систему электоральных коммуникаций на примере выбора мэра г. Химки в 2012 г.

Для достижения цели поставлены следующие **задачи**:

* рассмотреть теоретические основы электоральных коммуникаций в городской среде;
* выявить основные формы электоральной коммуникации, которые использовались на выборах мэра в Химках в 2012 г.;
* проанализировать электоральный дискурс кандидатов на основании собранных агитационных материалов;
* сопоставить уровень и характер коммуникационной активности кандидатов в городской среде с результатами выборов.

**Объектом** исследования выступает региональный электоральный дискурс, его **предметом** – конструирование регионального электорального дискурса в городской среде.

В процессе исследования проверяются следующие гипотезы:

* Результаты выборов мэра города Химки 2012 г. коррелируют с коммуникационной активностью кандидатов в городском пространстве.
* Различия форм электоральной коммуникации в городском пространстве, используемых кандидатами, в наибольшей степени обусловлены наличием доступа к административному ресурсу.

**Новизна** исследования обусловлена активизацией политического пространства в связи с демократизацией выборного законодательства, повышением конкуренции среди политиков. Анализ обозначенного электорального дискурса позволит дать оценку Химкам как городскому коммуникативному пространству, обозначить общероссийские тенденции развития городов схожего типа.

**Практическая значимость** исследования заключается в возможности применения его результатов при подготовке к выборам, организации избирательной кампании.

**Теоретико-методологическая база**:

Теория городских исследований (Н. Элиас, Р. Парк, Э. Берджесс, А. Скотт, М. Дэвис, Э. Соджа), теория политического дискурса (Т. Ван Дейк, Р. Водак, Е. Шейгал), теория коммуникации (М. Маклюэн, Ю. Хабермас), теория политической коммуникации (Д. Мичн, Р. Джонсон).

В работе используются следующие **методы**:

* общенаучные: анализ, системный подход;
* теоретические: сравнительный, историко-генетический методы;
* эмпирические: наблюдение, контент-анализ, дискурс-анализ, экспертный опрос;

**Эмпирическую базу** исследования составляют данные наблюдения за активностью кандидатов во время агитационного периода; данные избирательных штабов некоторых кандидатов («черный пиар»); публикации федеральных и региональных СМИ; данные опросов общественного мнения (ФОМ, ВЦИОМ, Левада-центр); опубликованные мнения экспертов (политологов, политиков, не принимавших участия в электоральном процессе в Химках, заявления независимых общественных организаций (Ассоциация «Голос»)); данные ЦИК России о результатах выборов в Химках 14 октября 2012 года.

# Глава 1. Теоретические основы электоральных коммуникаций в городе

## 1.1. Понятие политического дискурса

Один из больших вкладов в изучение, анализ и систематизацию отношений между политическим дискурсом и идеологией внес профессор Амстердамского университета Т. Ван Дейк. По его мнению, понятие дискурса так же расплывчато, как понятия языка, общества или идеологии. В широком смысле, как комплексное коммуникативное событие, он понимает дискурс как происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и проч. контексте. Это коммуникативное действие (КД) может быть речевым, письменным, иметь вербальные и невербальные составляющие. В узком смысле понятие обозначает только вербальную составляющую КД и говорят о ней как о «тексте» или «разговоре».

Разницу между дискурсом и текстом ученый видит в том, что первое – это актуально произнесенный текст, а второе – абстрактная грамматическая структура произнесенного.

Кроме того, согласно Ван Дейку, дискурс может пониматься и как тип разговора, то есть может касаться не конкретных КД, а типов вербальной продукции. Понятие дискурс используется также для обозначения того или иного жанра, например: «новостной дискурс», «политический дискурс», «научный дискурс».

И, наконец, наиболее абстрактный смысл понятия дискурс – когда оно относится к специфическому историческому периоду, социальной общности или к целой культуре. Тогда говорят, например, «коммунистический дискурс», «буржуазный дискурс» или «организационный дискурс».

Говоря о политическом дискурсе, ученый отмечает, что это класс жанров, ограниченный социальной сферой, а именно политикой. Правительственные обсуждения, парламентские дебаты, партийные программы, речи политиков – это те жанры, которые принадлежат сфере политики. Политический дискурс – это дискурс политиков. Ограничивая политический дискурс профессиональными рамками, ученый отмечает, что политический дискурс в то же время является формой институционального дискурса. Это означает, что дискурсами политиков считаются те дискурсы, которые производятся в такой институциональной окружающей обстановке, как заседание правительства, сессия парламента, съезд политической партии. Высказывание должно быть произнесено говорящим в его профессиональной роли политика и в институциональной окружающей обстановке. Таким образом, дискурс является политическим, когда он сопровождает политический акт в политической обстановке [17, с. 12-18].

Австрийский лингвист Р.Водак утверждает, что «политический язык находится как бы между двумя полюсами – функционально-обусловленным специальным языком и жаргоном определенной группы со свойственной ей идеологией. Поэтому политический язык должен выполнять противоречивые функции, в частности быть доступным для понимания (в соответствии с задачами пропаганды) и ориентированным на определенную группу (по историческим и социально-психологическим причинам)» [21, с. 49].

Лингвисты рассматривают политический дискурс как объект лингвокультурологического изучения, как «вторичная языковая подсистема, обладающая определенными функциями, своеобразным тезаурусом и коммуникативным воздействием», как видовая разновидность идеологического дискурса.

Используя полевой подход к анализу структуры политического дискурса, Е.И.Шейгал выявляет его пересечения с другими видами дискурсов: юридическим, научным, дискурсом СМИ, педагогическим, рекламным, религиозным, бытовым, художественным, спортивно-игровым, военным. Исследователь определяет структурообразующие признаки политического дискурса: институциальность, информативность, смысловую неопределенность, фантомность, фидеистичность, эзотеричность, дистанцированность, авторитарность [120, с. 44 – 52].

При этом многие исследователи сходятся во мнении, что убеждающая функция является основной функцией политического дискурса. Как отмечает П.Б.Паршин, «всякий текст оказывает воздействие на сознание адресата с семиотической точки зрения. Но для политического текста речевое воздействие является основной целью коммуникации, на достижение которой ориентируется выбор лингвистических средств» [81, с. 143].

В основе лингвистических исследований политического дискурса лежат два положения. В соответствии с первым из них, язык политических текстов не тождественен обыденному языку, его специфика заключается в таком изменении соотношения между означаемым и означающим, при котором единицы хорошо знакомого языка получают необычную интерпретацию, а хорошо знакомые ситуации подводятся под несколько неожиданные категории: вещи «перестают называться своими именами». Согласно второму положению, из политического текста может быть вычитан некоторый неэксплицитный смысл, отличный от буквального и, быть может, прямо противоположный ему. Часто считается, что этот самый неэксплицитный смысл и есть «истинный» смысл политического текста [81, с. 147].

В идеологической и политической литературе выбор слов и выражений является одним из важнейших инструментов власти для структурирования «нужной» действительности. Создание новых слов и выражений связано с появлением новых реалий в общественно-политической жизни страны, а также появлением причин для изменения имени уже существующего явления. По мнению Р.М.Блакара, «языковой ярлык может многое сказать о том, как мы воспринимаем и понимаем эту роль, или точнее, какой интерпретации этой роли ждут от нас те, кто обладает властью управлять присвоением наименований» [9, с. 99].

Таким образом, основным критерием для понимания политического дискурса может служить тематический определитель цели «борьба за власть», так как все остальные критерии либо уточняют основной либо варьируются в зависимости от контекста.

В политической коммуникации, в связи с этим, речь может быть понята и осуществлена как борьба. Политика, если её понимать как борьбу за завоевание и удержание власти, - это преимущественно сфера агонального мышления, сфера бытования агональных речевых идеалов. Следовательно, политический дискурс представляет собой демонстрацию борьбы, агона: «ожесточенная борьба за власть разыгрывается как состязание, как большие национальные игры, для которых важны зрелищность, определенные имиджи, формы проявления речевой агрессии и т.д.» [120, с. 24].

Под коммуникативной стратегией понимается план оптимальной реализации намерений политика, учитывающий объективные и субъективные факторы и условия, в которых протекает акт коммуникации и которые обусловливают структуру текста и использование определённых языковых средств. При этом каждая стратегия политического дискурса реализуется благодаря использованию определённого набора тактик. Так, его общественное предназначение политического заключается в том, чтобы внушить адресатам необходимость «политически правильных» действий и/или оценок. Иначе говоря, цель политического дискурса – не описать, а убедить, пробудив в адресате намерения, дать почву для убеждения и побудить к действию. Поэтому эффективность политического дискурса можно определить относительно цели манипулирования [43, с. 104].

## 1.2. Урбанистические исследования

Классические теории

Исследователи городского пространства отмечают, что в настоящее время приходит понимание того, что урбанистическая теория может быть возможна лишь как междисциплинарная теория. «Соображения вроде «это не относится к социологии» не должны препятствовать исследователю города. Содержательное знакомство с самыми разными традициями и свободное от опасения быть обвиненным в эклектике их использование видится куда более продуктивным. Обнаруживаются новые и новые разветвления мысли и влияния, контекст рассмотрения расширяется до бесконечности: Бодрийяр повлиял на Джеймисона, который повлиял на Эда Соджу. Это повседневное проявление «интертекстуальности» чрезвычайно многочисленных городских текстов, которые вступают в перекличку не только в рамках упомянутой марксистско-постмодернистской традиции, но и между дисциплинами и профессиями, когда архитектура волнует кинематографистов, о которых пишут философы, критикуемые экономистами и дополняемые социальными теоретиками» [111, с. 9].

Во многом теоретики объясняют такое расширение спецификой урбанистического учения, также следствием более широкой проблемы: традиционное структурирование знания в России приводит к тому, что новые профессиональные практики и поля, возникшие в 1970-е годы и существенно способствовавшие институционализации гуманитарного знания в Европе и Северной Америке, сложно включаются или соединяются с имеющимися дисциплинами.

Отношение к городу как пространству для исследования зародилось на Западе, и, пережив там несколько кризисов, сейчас вступает в новую продуктивную фазу развития, чему способствует понимание урбанистики как междисциплинарной теории.

Общепринятые наименования для ряда тенденций и исследовательских направлений, целью которых является объяснение городской жизни, - urban studies и urban theory. Это сравнительно молодая отрасль знания, история которого насчитывает чуть более ста лет. Его историческое развитие показало плотное сращение с социальной теорией: «в ходе фиксации европейской философией и социологией масштабных социальных трансформаций модерности город «синекдохически» выступает как самая «представительная» часть общества, олицетворяя и проявляя взаимосвязь индустриализации и урбанизации, отчуждения и нормализации» [111, с.13].

Шотландский экономист и философ Адам Смит, говоря о городе еще в 1776 году, одним из первых соединил осмысление урбанизации и индустриализации. Он называет город воплощением происходящих в XVIII веке перемен и видит их в нарастании значимости производства, за разделением труда в мануфактурах мыслитель узнал прообраз более масштабного процесса – разделения труда между городом и деревней, промышленностью и сельским хозяйством.

Спустя два века Макс Вебер в своем труде «Город» добавляет к экономической сути города политическую. «Во всяком случае, надо помнить, что необходимо строго отличать исследованное выше экономическое понятие города от его политико-административного понятия. Только в последнем смысле городу принадлежит особая территория. В политико-административном смысле городом может считаться местность, которая по своему экономическому значению не могла бы претендовать на такое наименование» [18, с.317].

Ученый утверждает, что автономность города достигается через политику, именно это проявляет его природу как «сообщества с особыми политическими и административными институтами». Город, по логике М. Вебера, - часть масштабного исторического процесса, в ходе которого социум создает формы, помогающие ему доминировать политически и экономически. Итогом развития таких институтов становится бюрократическая администрация, которая, соединяясь с политикой, образует   
национальное государство. Таким образом, М. Вебер приходит к выводу, что город является отражением исторических процессов территориального доминирования и государственного строительства, в то же время давая площадку, где эти процессы осуществляются.

Городские теории делят на классические и неклассические. Изначально исследователей интересовало различие, которое они наблюдали между городским образом жизни, воплощавшим новизну модерности, и традиционно деревенским. Эту сторону проработали социологи Фердинанд Теннис и Эмиль Дюркгейм.

Традиционно к классикам урбанистики относят К. Маркса и Ф. Энгельса, исследовавшими городскую экономику, М. Вебера, который связал возникновение капитала и бюрократии с процессом урбанизации, Г. Зиммеля, авторов чикагской школы и А. Лефевра. В своей работе они сталкивались, по большей части, с теоретическими вызовами: зафиксировать понятийный аппарат только строящихся процессов социальной дифференциации жителей городов и осмыслить особенности становления самих этих процессов. Общим в их работе можно назвать фиксацию внешней каузальности городской жизни, которая проявлялась во включении людей и социальных групп в некое большое повествование.

Осмысление городской модерности началось с Георга Зиммеля, своего апогея оно достигло в трудах членов чикагской научной школы. Этот период совпадает с развитием социальной теории, вызванным необходимостью исследовать и закрепить происходящие в городах отношения, процессы, проблемы и способы их решения. Именно это спровоцировало институциализацию социологии в виде создания социологического факультета в Университете Чикаго.

Стремительная трансформация общества и городского существования, наблюдавшаяся в конце XIX и начале XX века, привела к необратимому использованию эволюционистских идей, провозглашенных Зиммелем, Беньямином, и деятелями чикагской школы.

Ключевые понятия, на которые Г. Зиммель опирается в своем исследовании – уравнение и витальность. Под уравнением социолог подразумевал отношения, которые необходимо выстроить между индивидуальным и надиндивидуальным содержанием жизни. Зиммель считал, что для его решения необходима приспособляемость личности, «благодаря которой она уживается с внешними силами».

В своем эссе «Большие города и духовная жизнь» он обозначает дилемму «окружающая среда – я», которая приходит в жизнь человека с переездом из деревни. «Психологическая основа, на которой выступает индивидуальность большого города, - это повышенная нервность жизни, происходящая от быстрой и непрерывной смены внешних и внутренних впечатлений. Познавательная способность человека основана на восприятии различий, т. е. его сознание возбуждается восприятием разницы между переживаемым впечатлением и непосредственно предшествовавшим. Устойчивые впечатления, протекающие с небольшими разницами, привычным образом и равномерно и представляющие одни и те же противоположности, требуют, так сказать, меньшей затраты сознания, чем калейдоскоп быстро меняющихся картин, резкие границы в пределах одного моментального впечатления, неожиданно сбегающиеся ощущения» [37, с.1].

Г. Зиммель уверен, что большой город создает именно такие психологические условия «своей уличной сутолокой, быстрым темпом и многообразием хозяйственной, профессиональной и общественной жизни». Мыслитель видит, что глубокий контраст, который создается большим городом на фоне деревенской размеренной жизни, вносится в органы чувств людей и становится фундаментом их душевной жизни.

Далее он уподобляет общество законам природы, законы которой непреложны и обязательны к исполнению. Влияние социума двусторонне: разрушить неупорядоченность и стихийность, которые, по определению Зиммеля, привносит жизнь, а также внести в человека свои установки, сделав его тем самым своей частью.

В своих размышлениях Зиммель отталкивается от понятия жизнь. Будь то социальная, культурная или духовная. В эссе «Как возможно общество?», продолжая рассуждения Канта, который задавался вопросом «Как возможна природа?», он понимает жизнь как материал для создания объективированных форм, препятствующих дезинтеграции общества, как безусловную ценность. Это он кладет в основу очерка о современном городском существовании. «Общественная жизнь как таковая основывается на предпосылке о принципиальной гармонии между индивидом и социальным целым, хотя это отнюдь не препятствует резким диссонансам этической и эвдемонистической жизни. Если бы социальная действительность обрела свой вид благодаря этой принципиальной предпосылке, без помех и упущений, то у нас было бы совершенное общество — опять-таки не в смысле этического или эвдемонистического совершенства, а в смысле категориальном: так сказать, не совершенное общество, но совершенное общество». [38, с. 24]

Из этого тезиса видно, что автор озадачен тем, как привести человека к жизни более высокого порядка, к социальной жизни. Отсюда его размышления о городском типе личности и его истоках, лежащих в городе модерности. С них начинается классическая урбанистика, в которой социальный анализ сочетается с психологическим, что противоречило теоретическим основам социологии. Равнодушие к подобным запретам позволило ему впоследствии поставить диагноз, ставший знаменитым: «бесчувственно-равнодушный» человек. То есть психологический тип людей, характерный для городов и появившийся, как определяет Зиммель, от «повышенной нервности жизни, происходящей от быстрой и непрерывной смены внешних и внутренних впечатлений» [111, с. 48].

Он также определяет два вида характерной для горожанина антипатии: к другим горожанам и к самому городу. «Здесь в зданиях и учебных заведениях, в чудесах и комфорте техники, в формах общественной жизни и внешних государственных институтах сказывается такая подавляющая масса кристаллизованного, обезличенного духа, что перед ним личность, можно сказать, совсем бессильна» [37, с. 14].

В написанной после эссе «Большие города и духовная жизнь» небольшой работе «Экскурс о чужаке» Зиммель через рассуждение о специфике «чужого» для жителей города человека выходит на общие для городского существования атрибуты. Чужаком он называет того, кто «сегодня приходит, а назавтра остается». «Так сказать, странник потенциальный, который, хотя его и не тянет дальше, все-таки не полностью преодолел оторванность приходов и уходов». По отношению к группе он занимает дистанцированную позицию, не ищет с местными жителями душевной близости, оставаясь максимально независимыми. Со стороны горожан к чужаку нет никаких требований по части выполнения местных обязательств, поскольку его присутствие временно. Чужак «и практически, и теоретически – более свободен, он более беспристрастно способен обозреть существующие отношения и дать им оценку в соответствии с более общими, более объективными идеалами, он в своих действиях не связан привычкой, благоговением, прошлыми отношениями». Таким образом, качества чужака – дистанция и анонимность – присущи и самим жителям.

К классическим теориям в области урбанистики традиционно относят и исследования чикагской школы. Чикаго называют местом производства урбанистического знания в двух смыслах.

С одной стороны, сам город стал местом зарождения американской культуры: знаменитая «вертикальная» архитектура, музыка в стиле блюз и bouse. Когда многочисленные иммигранты осваивали городское пространство, они следовали этой геометрии, что выразилось в пространственной отделенности друг от друга Чайнатауна, Германии, Гетто, Маленькой Италии и Луп — делового центра. Границы между местами обитания разных этнических групп, как и между неравными группами, живущими поблизости друг от друга, довольно строго охранялись. Границы всегда существуют и развиваются в отношениях между группами, когда у одной группы достаточно ресурсов, чтобы держать на расстоянии другую группу. Город быстро и стихийно рос, а сосуществование старых и новых жителей далеко не всегда было мирным — до такой степени, что именно в Чикаго сложилось понятие «расовые отношения» — в 1919 году, когда во время расовых волнений здесь была создана специальная Комиссия по расовым отношениям.

С другой стороны, то, что социологи Чикаго видели каждый день на улицах, вылилось в их теоретическое понимание города, в основе которого лежало осмысление возможности и границ социального контроля за происходящим. Местом производства урбанистического знания считаются здание факультета социальных наук, где с 1929 года обосновался коллектив чикагской школы – профессоры, исследователи и студенты, – издательство Чикагского университета и «Американский журнал социологии». Опираясь на эти ресурсы, чикагский факультет социологии быстро и почти на все столетие стал лидирующим в стране, выпустив невероятное количество книг, статей и методических руководств.

К проблемам города, волновавших чикагцев, чаще всего относят подростковую преступность, миграцию, бедность и богатство, гомосексуализм и социальную сегрегацию. В их работах можно выделить несколько специфических, концептуальных тенденций. В частности, исследования объединяет большой энтузиазм в изучении городского пространства и живой интерес к происходящему в нем. «Его история и его обитатели, его демография и его структура – все это было интересно и все волновало до такой степени, что сухие социологические выкладки нередко перемежались в текстах с поэтическими именованиями: кварталы богемы именовались «городом башен» (towertoum), кварталы, промежуточные по своему характеру, - «миром меблированных комнат». Поэтичные метафоры чикагцев позволяли «растягивать» себя и на другие города» [111, с.65].

Кроме того, представителей чикагской школы можно отнести к консерваторам: они были озабочены ростом преступности и оздоровлением нравов, но проявляли при этом гомофобные и сексистские настроения. В качестве примера можно привести противопоставление Парка и Берджеса своей науки социальной работе как «женскому» делу.

Одним из активно использовавшихся инструментов работы чикагскими учеными было наблюдение под прикрытием в разных гей-сообществах, чего требовал их научный интерес к этой нетрадиционной для первой половины XX века теме. Это порождало многочисленные противоречия и конфликты интересов.

Другим общим моментом в работе чикагской школы можно отнести демонстрацию местоположения всех описываемых социальных процессов, их включенности в определенное пространство и время. Это объясняется невозможностью понять жизнь общества, не вглядываясь во взаимодействия людей в конкретных социальных условиях.

Сейчас урбанисты опираются на мнение, что, несмотря на данную локализацию обсуждаемых процессов, они демонстрируют связь социологических переменных вне зависимости от масштаба: «образование» будет иметь «воздействие» на «профессию» независимо от других качеств индивида, его прошлого опыта, друзей, знакомых и связей, места его проживания, времени его жизни и жизни его сообщества и социума. Чикагцы же, нанесшие на карту 75 «естественных» ареалов, охватывающих собой свыше 300 районов города, очевидно, придерживались противоположной позиции.

Особенностью чикагской школы можно назвать сочетание эволюционизма и натурализма в качестве оснований мысли ее представителей. Исследователи рассматривали город как естественное место обитания цивилизованного человека и были убеждены в необходимости ассимиляции многочисленных мигрантов. При этом в их работах отмечается, что усвоение людьми норм свободной жизни будет проходить в рамках борьбы за лидерство и место под солнцем в тех группах, к которым они принадлежали, а не в виде естественной эволюции.

Так, в масштабном историческом очерке «О процессе цивилизации» Норберта Элиаса говорится, что позиционирование себя доминирующими социальными группами в качестве более цивилизованных неизбежно основывалось на борьбе за лидерство между различными социальными группами.

«Однако не только на Западе социальный и индивидуальный процессы цивилизации идут в одном направлении. Конечно, здесь трансформация психического аппарата наиболее масштабна и интенсивна, но мы находим нечто схожее повсюду, где давление конкуренции ведет к дифференциации функций и устанавливает между людьми, проживающими на обширных пространствах, отношения взаимозависимости, где монополизация физического насилия делает возможным и необходимым сотрудничество между людьми без вмешательства препятствующих ему страстей, где от любого действующего лица требуется постоянный учет действий и намерений других лиц. Определяющим для способа и степени такого продвижения к цивилизации являются число взаимозависимостей, уровень дифференциации функций и их распределение» [123, с. 134].

Результатом большого труда чикагских исследователей стали карты, документирующие «социальный отбор» городского населения. Они основаны на многочисленных архивных документах, опросах, свидетельствах и case studies, в ходе которых была документирована жизнь афроамериканцев, проституток, посетителей танцзалов, обитателей муниципального жилья и трущоб, богемы, гомосексуалистов и, наконец, бездомных. Об этой работе рассказывает Роберт Парк, бывший профессором социологии в Чикагском университете, в своем очерке «Город как социальная лаборатория» [79].

Парк, к примеру, выделил «естественные социальные группы», близкие по смыслу расам, и показал, как они подчиняют себе определенные районы города, в ходе чего китайцы создают Chinatown, итальянцы – Little Italy и так далее. По его мнению, процессы сегрегации устанавливают моральные дистанции, которые превращают город в совокупность маленьких миров, соприкасающихся, но не проникающих друг в друга. В итоге социологами были созданы диаграммы, отражающие карьеры гангстеров и любимые места шизофреников, на них есть информация о расположении гостиниц, борделей, магазинов и прочих мест, в которых собираются люди.

Его идеи продолжил и развил Эрнст Берджесс, став автором теории концентрических зон. Он описал ее в работе «Рост города: введение в исследовательский проект» [7]. Всего он выделяет пять зон: центральный деловой район (здесь располагаются основные коммерческие предприятия, магазины, развлекательные учреждения); переходная зона (коммерческие предприятия, жилые дома для служащих); рабочий район (заводы, фабрики, дома для рабочих); пригород (одноэтажные жилые дома для среднего класса) и окраинные районы (зона проживания сельскохозяйственных рабочих, снабжающих город продовольствием).

Основанием для такого разделения стали принципы городской экологии, то есть зоны включают в себя природные территории, складывающиеся под воздействием сил, независимых по отношению к намерениям людей. Автор приходит к выводу, что социальная структура города формируется лежащими в ее основе естественными и безличными силами, мало подверженными индивидуальному вмешательству (например, генеральному плану застройки города).

В силу процессов глобализации в конце XX века город вновь стал объектом научного интереса. Города стали главным местом новых политических, социальных, культурных и экономических процессов. Но если для чикагских авторов город был «лабораторией», результаты изучения в которой позволяли делать выводы о всем американском обществе, то перед современными исследователями встал вопрос, насколько изучение городов может помочь пониманию масштабных социальных процессов? В мире «трансурбанистической динамики» город как таковой становится лишь одним из узлов. В его понимании на первый план выходит не замкнутость, как раньше, а, напротив, разомкнутость, также характерна сложность, а не унифицированность, самостоятельная «глобальная» роль, а не вписанность в пространственную иерархию.

Отсюда первый вызов, с которым, сталкиваются урбанисты, - это освобождение от контейнерного мышления в терминах национального государства. Стало актуальным переосмысление значимости физической близости для понимания привязанности людей к месту, потоки информационных технологий, динамика глобального и локального, маркетинг мест. В то же время детальная полевая работа помогает зафиксировать многие из этих новых процессов, но глубина погружения в процессы, идущие в одном городе, которую продемонстрировали авторы чикагской школы, остается непревзойденной.

Неклассические теории

Продолжение традиций чикагской школы нашло отражение в неклассических урбанистических теориях, которые представляют собой количественные модели использования городской земли. Во второй половине XX выделились также исследования субъективного отношения людей к городу и изучающие радикальную политическую экономию, основанную на марксизме.

Одним из главных результатов этих исследований стало обнаружение иррациональных предпосылок в повседневном поведении горожан. «Радикальная политическая экономия обратилась к отношениям производства, потребления, распределения и обмена, способствуя пересмотру отношений между исследователями и властями. Ученые видели себя теперь не только поставщиками информации для тех, кто принимает решения. Последние, наряду с планирующими инстанциями и девелоперами, были включены в число объектов исследования – в качестве факторов, скорее создающих и воспроизводящих социальные проблемы, нежели их успешно разрешающих. И немудрено: поскольку фоном и истоком всех городских явлений и проблем для марксистской урбанистики был капитализм, то все агенты городского развития мыслились как вовлеченные в поиск наиболее выгодных мест для вложения капитала» [111, с. 83].

Поэтому в 70-х годах исследователи городского пространства все чаще стали задаваться вопросом, не является ли это слишком жестким ограничением для объяснения процессов, связанных с социальными и культурными различиями? Ограниченность чикагского наследия также объясняется тем, что стремительно менялись сами города, происходил активный процесс децентриализации. Крупные торговые центры, тематические парки развлечений и заводы стали существовать за пределами города. А в его границах наблюдалось разделение на корпоративные центры, центры потребления и так далее. В центре жизни постиндустриального города стало потребление.

Также вновь поднимается тема эксплуатация одного класса другим, которая приобрела более опосредованные формы. Культурный труд начинает функционировать в качестве товара и становится культурным капиталом. Накопленное знание используется для того, чтобы обменять на деньги с помощью специфических средств репрезентации. Новым формам продажи культурного разнообразия французский социолог Пьер Бурдье и художник Ханс Хааке посвятили работу «Свободный обмен» [127]. По мнению авторов, две стороны такого обмена состоят в отношениях взаимной эксплуатации, а она в то же время превращает структуры неравенства в секретный пакт.

Они говорят о субкультурном разнообразии, которое используется в ходе производства молодежной одежды, аксессуаров и музыки. Исследователи обнаружили, что многие афроамериканские и азиатские интеллектуалы успешно воспользовались тем, что в современной культуре чрезвычайно востребованы проявления «фьюжн» и гибридности, что создало так называемую «постколониальную» интеллектуальную смесь. Таким образом, в отличие от урбанистов-классиков, которые рисовали картины молодых людей, навсегда и непродуктивно застрявших между культурами, их последователи зафиксировали позитивное смешение влияний Запада и Востока.

При этом наблюдается разделение культурных миров на колонизованных и колонизаторов. Исследования «дома», в Лондоне или Лиссабоне, осуществить сложнее из-за сложности признания и выражения принципиальной «гибридности» западной культуры. Об этом говорит Эдвард Саид в книге «Культура и империализм» [95]. Он включает столицы метрополий в число феноменов, испытавших воздействие империализма. В постколониальных исследованиях динамика взаимодействия «западного» и «незападного», центра и периферии, «нас» и «их» в западных городах составляет в настоящее время одну из самых актуальных тенденций.

Отдельным направлением неклассических урбанистических теорий стали работы по феминизму. Современный город, соединяющий модернизацию и урбанизацию, мыслится как место свободы от сословных предрассудков и тесных социальных связей, но феминистские авторы напоминают, что свобода и мобильность в городах долгое время были прерогативой мужчин – женщины не появлялись на улицах европейских городов в одиночку. Если же таковое бывало, то становилось одним из двух знаков: шла падшая женщина или же добродетельная, но в беде.

«В то же время город не только предписывает и закрепляет гендерные роли, но и позволяет их «нарушать». Для скольких женщин, которым не очень повезло с семьей, возможность заниматься window- shopping'oM или просто не спешить домой после работы – настоящая отдушина. С тем большей оторопью мы читаем работы турецких и иных жительниц мусульманских городов, движение которых по городу регламентируется настолько, что препятствует и дополнительному заработку, и возможности ощущать себя современной. Изучение того, как накладываются друг на друга классовые и гендерные различия, ведется вместе с переосмыслением границ между приватной и публичной сферами» [111, с. 101].

Среди неклассических городских исследований важное место занимают труды Лос-анжелесской школы, берущей начало в 1980–1990-е годы. Описания Лос-Анджелеса сходятся в том, что это не совсем обычный город: образование и развитие в нем разнообразных иммигрантских сообществ, а также его распыленность побуждали исследователей судить о нем исходя из него самого, нежели сравнивая его с другими городами. Эту тенденцию в своих работах развила группа южнокалифорнийских урбанистов, которые пришли к выводу, что Лос-Анджелес не просто необычный город – в своем развитии он опережает другие американские города, а его динамика симптоматична для всего североамериканского континента.

Специфика Лос-Анджелеса заключалась в том, что его промышленное развитие свидетельствовало о неразрывности города и штата, считающегося богатейшим в США, что в свою очередь объясняется расположением Калифорнии на берегу Тихого океана, высокой концентрацией хай-тек и медиаиндустрии, тесно связанной с университетской наукой и многонациональным населением. Кроме того, главным способом самоопределения людей, живущих в этой части США, стал специфически калифорнийский стиль жизни, который отличает открытость нетрадиционным религиям и идеологиям, неформальность и нацеленность на радости жизни.

К наиболее ярким представителям школы относят Алена Скотта, Майка Дэвиса [130] и Эда Соджа [146, 147]. Так, Дэвис в «Городе кварца» подробно проанализировал, каким образом группировки бизнесменов и ассоциации домовладельцев преображают город в соответствии со своими интересами и при поддержке городского департамента полиции, вытесняющего с привычных мест обитания и подавляющего бездомных, бедных и представителей этнических меньшинств. Вскоре после выхода книги в свет новый всплеск расовых волнений подтвердил его правоту его описаний Лос-Анджелеса как «города карцеров», чреватого потрясениями.

Лос-Анджелес видится Дэвису как физическое и в то же время воображаемое место, в котором игра национальных и международных политических сил и экономических тенденций происходит на фоне специфических для него расовых и классовых отношений. Воображаемое включается в эту игру как многочисленные конкурирующие мифологии, в которые город словно прячется сам от себя.

Скотт и Соджи предсказали в 1986 году, что Лос-Анджелес заберет себе славу столицу столетия у Парижа, который считался таковой в XIX веке. Урбанисты объяснили это тем, что в XX веке к ЛА интерес настолько велик, что этот город по объему написанного о нем превзойдет Чикаго. В центре их общего проекта лежит понятие реструктуризации и то, как такие процессы происходят на разных уровнях анализа – от городского района до глобальных рынков, или «мировых режимов накопления».

Если сравнивать ведущие урбанистические школы, – Чикагскую и Лос-анжелесскую – можно выделить несколько серьезных отличий. Классики строили свои исследования на идее моноцентричности города, а их последователи, напротив, видят в своем городе модель полицентрического развития, для них принципиальна периферия, а не центр. Чикагцы были достаточно равнодушны к действиям власти, но у теоретиков из Лос-Анджелеса, особенно у Майка Дэвиса, ее действия часто становятся центром анализа. В тексты первых поэтика «насыщенных» описаний проникала нечасто, а в текстах вторых (причем Дэвиса здесь можно считать лидером) журналистский репортаж с места события сочетается с анализом художественной литературы, а сфокусированность на городских процессах порой сменяется географическими тенденциями. Также урбанисты Чикаго следовали схеме линейной эволюции, а теоретики из Лос-Анджелеса выступают в пользу нелинейного видения развития города, который представляет собой бесконечное поле возможностей, где развитие одной части в результате капиталовложений никак не связано и никак не отражается на развитии какой-то другой части.

## 1.3. Политические коммуникации в городе

Город – говорим ли мы об организации его пространства или жизни его обитателей – зависит от того, как организована в нем власть. Управление городом и участие в его управлении горожан – два полюса исследований городской политики. В таких исследованиях авторы обращаются к особенностям современного менеджмента и к политическому участию населения. В то же время политическую систему рассматривают как информационно-коммуникативную. Ю. Хабермас в «Теории коммуникативного действия» [115] делает акцент на коммуникативных действиях и соответствующих элементах политики (ценностях, нормах, обучающих действиях), представляя их в качестве основы социального и политического порядка.

Развитие этих теорий вылилось в гиперрационалистские трактовки политических коммуникаций, в которых компьютерной технике отводится решающая роль в победе над такими социальными болезнями, как голод, страх или политические распри (Д. Мичн, Р. Джонсон).

Современный опыт развития политических систем показал тенденции к возрастанию роли технико-информационных средств в организации политической жизни, прежде всего в индустриально развитых государствах. В основе любых информационных процессов лежит линейная структура коммуникации, анализ которой позволяет выделить ее наиболее значимые принципиальные аспекты, присущие любой системе и процессу обмена информацией. По мнению американского ученого Г. Лассуэлла, выделение компонентов такой структуры предполагает ответ на вопросы: кто говорит? что говорит? по какому каналу? кому? с каким эффектом?

Более сложную структуру информационно-коммуникативных процессов предложил канадский ученый Дж. Томпсон [148]. В книге «Идеология и современная культура» он различает семантический, технический и инфлуентальный уровни информационно-коммуникативных связей. Это усложнение системы Лассуэлла позволяет вычленить наиболее существенные и качественно отличающиеся компоненты коммуникативных процессов, которые определяют условия эффективного взаимодействия политических субъектов с их информационными партнерами.

Семантический уровень демонстрирует зависимость процессов передачи информации и возникновения коммуникации между субъектами от употребляемых знаково-языковых форм. Поэтому во внимание принимается способность используемых людьми языковых средств, которые сохраняют или препятствуют сохранению смысла и значения передаваемых сигналов и сообщений и обеспечивают их адекватную интерпретацию реципиентами. При этом в расчет здесь принимаются как вербальные, так и невербальные средства коммуникации.

Томпсон также упоминает о важности технических каналов для организации политических контактов, поскольку они позволяют осуществлять бесперебойную коммуникацию со своими гражданами. Инфлуентальный уровень, в свою очередь, раскрывает степень влияния информации на человеческое сознание. Именно здесь характеризуются те условия, от которых зависит сила духовного воздействия на граждан предлагаемых государством или партиями целей, ценностей и идей.

Все разнообразие используемых политическими агентами приемов и способов информирования можно свести к двум типам: мобилизационному, включающему агитацию и пропаганду, и маркетинговому, представленному PR и политической рекламой. Без использования агитационно-пропагандистских способов воздействия не может обойтись ни один политический субъект, заинтересованный в расширении социальной поддержки. Однако их использование несет в себе угрозу качественного видоизменения информационных и коммуникативных процессов. В частности, стремление к систематическому контролю за сознанием и поведением граждан неразрывно связано с манипулированием, использованием нечестных трюков и дезинформации.

Стоит разграничить понятия городской политики от «просто» политики, хотя это весьма непросто в силу того, что граница между городским и негородским становится все более тонкой и в городах живет большинство населения любой страны. «Городское» - это и пространственная и политическая категория. Городское или местное тесно связано с национальными экономикой и политическими процессами, а также государственными структурами.

Стратегия по «укреплению властной вертикали», которую провозгласило российское правительство при президенте Владимире Путине, повлияло на политику городских правительств в России. Сокращается автономия городов, растет их зависимость от государственного финансирования. История ряда других стран (например, Англии) тоже отмечена сравнительной слабостью городских правительств и сильной центральной системой управления.

Городское управление понимается тем точнее, чем полнее принимается во внимание, что вся государственная политика имеет последствия на местах, что любое решение центрального правительства отзывается в городах. Управление городами – дело отнюдь не только самих городов. Тем не менее, история той или другой страны обусловливает разные варианты взаимодействия центральной и городской власти.

В англоязычных дискуссиях о городской политике различают городское правительство (urban government) и городское управление (urban governance). Первый термин подчеркивает, что традиционно управление городом велось из единого центра, который сам был встроен в иерархию вышестоящих правительств и воплощал вертикальный принцип управления. Вторым термином обозначают процесс управления городом с привлечением разнообразных партнерств, предполагает горизонтальный принцип. Тенденция, которая обозначает данное различие, заключается в расширении числа инстанций, участвующих в управлении городом: бизнеса, некоммерческих организаций, масс-медиа, наднациональных институтов и так далее.

Теоретики городского управления – британские географы М. Гудвин и Д. Пэйнтер – считают, что у истоков этой тенденции целый ряд масштабных экономических и политических процессов, которые можно проанализировать с помощью теории регуляции, разработанной в 1970-80-е годы. В фокусе этой теории – социальные и институциональные попытки справиться с противоречиями и кризисными тенденциями, связанными с накоплением капитала. Тип регуляции – центральное понятие этой теории, пытающейся понять, как развитие капитала можно сделать стабильным.

«Привлекательность разработанной Гудвином и Пэйнтером теории в том, что они склонны в каждом конкретном случае исследовать, произошел ли действительно сдвиг к принципиально иному типу регуляции, а также необратим ли сам переход от городского правительства к городскому управлению» [111, с. 333].

Городской режим должен стать двусторонним управляющим органом – посредником между государством, национальными и международными организациями, с одной стороны, и местными жителями и организациями – с другой. И это городской режим может определять степень и характер взаимодействия горожан с «глобальным обществом», тем более что пока еще не ясно, способствует ли глобализация распространению демократических ценностей или, напротив, поощряет более жесткую регуляцию жизни людей правительствами. Реакция городских правительств на процессы глобализации описана рядом исследователей (Эрик Суингеду, Боб Джессоп) как новый локализм.

«Новый локализм» проявляется в том, что почти каждый город хочет занимать заметное место на карте глобализации, а потому печатает рекламные брошюры и постеры, создает веб-сайты, пестрящие фотографиями гостиниц, конференционных центров, аэропортов. На них никогда не попадают промзоны и спальные районы, районные больницы и старые автобусы. Городские власти избирательно манипулируют символическими ресурсами, занимаясь «имиджинирингом». Этот термин придумал американский географ Чарльз Рутгейзер в книге о том, как городские власти Атланты «продавали» город в канун и во время Олимпийских игр 1996 года.

Таким образом, можно сделать вывод, что жизнь города, его «стоимость» и имидж зависят от того, как в нем организована власть. Управление городом и участие в его управлении горожан – два полюса исследований городской политики.

В своей основе политика представляет коммуникативный процесс. Избиратель не имеет возможности для личного знакомства с кандидатом, поэтому он реагирует и в то же время влияет на его коммуникативную реальность.

Политическая коммуникативистика должна выступать как методологически целостная конструкция, позволяющая рассматривать генезис, закономерности и тенденции развития феноменов политической коммуникации системно, в их взаимосвязи и взаимообусловленности.

Технологический подход к коммуникации становится залогом успеха в политической сфере. Тщательно спланированная и профессионально проведенная избирательная кампания становится залогом победы кандидата.

# Глава 2. Наблюдение предвыборной кампании в Химках

## 2.1. Обстоятельства наблюдения: город и сложившаяся в нем политическая ситуация

Химки – город в Московской области, является одним из крупнейших городов-спутников Москвы. Население, по данным на конец 2010 года, составляло 207 125 человек. Это второй после Балашихи показатель.

Город расположен на берегу канала имени Москвы и примыкает к самой столице с северо-запада, опоясывает также с запада, севера и востока московские районы Куркино и Молжаниновский. Значительная часть населения имеет основную трудовую занятость в Москве - Хикми слились с ней в официальный городской агломерат.

Кроме того, в Химках налажено собственное производство: разработка ракетных двигателей большой мощности (НПО «Энергомаш»), разработка зенитных ракетных систем (МКБ «Факел»), разработка непилотируемых средств и космических аппаратов исследовательского и оборонного назначения (НПО им. Лавочкина). В городе есть Центр высоких технологий ХИМРАР, НПО по производству древесных плит, по механизированному строительству, выпуску инструмента и отделочных машин.

Для города в Московской области, по сути, не имеющей собственного регионального центра, перечисленные характеристики являются весомыми и ставящими его высоко относительно других подмосковных муниципальных образований. Это обстоятельство является одним из объяснений, почему за мэрство в Химках с начала развернулась активная борьба кандидатов.

Можно предположить, что она началась несколько раньше официального старта. 15 августа 2012 года мэр города Владимир Стрельченко через официальный сайт Администрации сообщил, что подал в отставку с 17 августа. Свое заявление, согласно публикациям в прессе, он написал после беседы с Сергеем Шойгу, занимающим тогда пост губернатора Мособласти. 17 авуста и.о. главы Химок назначили первого заместителя главы администрации Олега Шахова, занявшего эту должность всего лишь на два дня ранее. До этого Шахов работал первым заместителем губернатора Тульской области.

Представил горожанам и.о. главы, Сергей Шойгу, который традиционно имеет высокие рейтинги доверия на федеральном уровне и ассоциируется как человек из команды президента Владимира Путина, сказал, что доверяет именно этому человеку и считает его достойным своего нового места. Позже, когда стартовала избирательная кампания, кандидат Шахов имел перед своими оппонентами преимущество не только в виде административного ресурса, но и озвученной в прессе поддержке федеральных властей, Кремля.

Итак, избирательная комиссия г.Химки к участию в выборах допустила 16 кандидатов:

Юрий Бабак («Города России»);

Анатолий Баранов («Коммунисты России»);

Игорь Белоусов («Новая Россия», председатель Президиума Межрегиональной социальной общественной организации «За Справедливость»);

Леонид Виноградов (КПРФ, исполнительный директор ООО «Стандартстройсертификация»);

Алексей Гусенков («Российская экологическая партия «Зеленые», заместитель директора благотворительного фонда содействия сохранению исторической памяти поколений);

Татьяна Дмитриева (самовыдвижение, председатель совета движения молодежного общественного движения экологов Подмосковья «Местные»);

Олег Митволь («Альянс Зеленых-Народная партия», временно неработающий);

Дмитрий Мышкин («Патриоты России», специалист отдела ЖКХ и строительства Управы района Ховрино г.Москвы);

Александр Романович («Справедливая Россия», лидер отделения партии в Московской области, депутат Госдумы);

Максим Рохмистров (ЛДПР, депутат Госдумы);

Вячеслав Смирнов («Демократическая партия России», председатель исполкома партии);

Владимир Сухарев («Умная Россия»);

Сергей Троицкий (музыкальный руководитель и участник группы «Коррозия Металла»);

Алексей Хижняк («Партия за справедливость!»);

Евгения Чирикова (самовыдвижение, исполнительный директор ООО «ЭЗОП»);

Олег Шахов («Единая Россия», исполняющий обязанности главы городского округа Химки).

## 2.2. Описание методики

Наблюдение агитационной активности кандидатов на пост мэра в городском округе Химки (Московская область) проходило в период с 07.10.2012 по 11.10.2012, в последнюю неделю перед выборами, назначенными на 14.10.2012.

Исследование проводилось как в самом городе Химки (Старые Химки и Новые Химки), так и на территориях микрорайонов Левобережный, Сходня, Подрезково, Клязьма-Старбеево, Фирсановка, Планерная, Новогорск, транспортной зоны «Шереметьево». Обозначенная территория была поделена на четыре зоны (карты см. в Приложении 9):

Старые Химки между Ленинградским шоссе и Железной дорогой + часть Новых Химок до Юбилейного проспекта;

Новые Химки без вышеназванной части до Юбилейного проспекта;

Левобережный микрорайон + Старые Химки между Железной дорогой и микрорайоном Клязьма-Старбеево;

Микрорайоны Планерная, Подрезково, Сходня, Фирсановка.

В каждую из этих зон направилась группа наблюдателей в составе двух человек. В их задачи входило снимать агитационные материалы кандидатов на фотоаппарат, а также фиксировать в специальной таблице их тип (газета, брошюра, плакат и т.п.), количество, место размещения и принадлежность тому или иному кандидату. Также в обязанности наблюдателей входило описание внешней среды в местах фиксации материалов (оживленная улица, двор жилого дома и т.п.) и отмечание отсутствия агитационной активности в подходящих для этого местах (доски объявлений, стены, автобусные остановки), если таковые имелись.

Таким образом, эмпирическим материалом в данном случае стали агитационные материалы, которые наблюдатели фиксировали или получали на улице. В их задачи не входило исследовать телевизионные ролики и сюжеты кандидатов, интернет-публикации, также методика наблюдения нее предполагала присутствия на встречах кандидатов с избирателями (во дворах, на площадях города, в домах культуры).

## 2.3. Результаты наблюдения

Как выяснилось в ходе наблюдения, в избирательной кампании из зарегистрированных 16 кандидатов принимали участие всего 10. Агитматериалы именно такого числа участников предвыборной гонки обнаружили участники исследования.

Наблюдатели зафиксировали 12 типов характерных для агитационной кампании в Химках носителей материалов:

1. Плакат

2. Наклейка

3. Билборд

4. Растяжка

5. Трафарет

6. Граффити

7. Листовка

8. Брошюра

9. Магнитик

10. Значок

11. Афиша на ножках

12. Газета

Все они встречались в ходе исследования более одного раза. Также в единственном экземпляре (у одного кандидата) были обнаружены карманный календарик и карманное расписание движения пригородных поездов.

Далее в таблице приведены данные о количестве зафиксированной наблюдателями агитационной продукции относительно кандидатов:

Таблица 1

Количество и виды агитационных материалов кандидатов

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Бабак** | **Белоусов** | **Виноградов** | **Гусенков** | **Митволь** |
| Газета (1) | Плакат (1)  Брошюра (1) | Плакат (1)  Календарик (3)  Афиша на ножках (3)  Газета (4)  Листовка (4) | Плакат (1) | Плакат (9)  Магнит (3)  Афиша на ножках (8)  Газета (2)  Расписание (1)  Трафарет (3)  Граффити (3)  Наклейка (2) |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Мышкин** | **Романович** | **Троицкий** | **Чирикова** | **Шахов** |
| Плакат (2)  Растяжка (1)  Афиша на ножках (1)  Газета (1)  Листовка (1) | Плакат (2) | Плакат (5)  Брошюра (1)  Наклейка (1) | Плакат (10)  Наклейка (6)  Листовка (1)  Растяжка (1) | Плакат (24)  Билборд (1)  Граффити (1)  Брошюра (1) |

Как видно из приведенных данных, наиболее часто встречаемые формы агитации – плакат (его используют 9 из 10 кандидатов) и газета (4 из 10). Это стандартные типы носителей, они привычны для электората и используются на всех уровнях выборов, от муниципального до федерального. При этом стоит отметить, что наряду с использованием простых и привычных форм агитации кандидаты редко прибегают к креативным решениям. Как правило, снятая для плаката фотография с девизом кандидата просто тиражируется далее в качестве листовок, брошюр, печатается на афишах, наклейках и растяжках.

В ходе наблюдения выявилась зависимость мест размещения агиматериалов от имиджа кандидата, а также от наличия административного ресурса. Так, агитация за исполняющего обязанности мэра Химок Олега Шахова располагалась, как правило, в наиболее выгодных и доступных для избирателей местах: дворы жилых домов, застекленные доски для объявлений на остановках, окна продуктовых магазинов. Также он единственный из всех кандидатов использовал наиболее дорогой вариант агитации – билборды. В большинстве случаев материалы Шахова были не доступны для «вандалов» и оставались неповрежденными, в отличие от материалов других кандидатов, которые наблюдатели находили в кучах мусора, сорванными с досок объявлений или сваленными на обочинах дорог в грязи. Доступ к перечисленным площадкам демонстрирует использование и. о. мэра Химок Олегом Шаховым административного ресурса.

Агитация за Евгению Чирикову, известную в регионе активистку-эколога, часто была расположена в парках, лесных зонах, местах прогулок горожан. Места расположения агитационных материалов Олега Митволя имели несколько маргинальную окраску: заборы, канализационные трубы, граффити и трафареты на асфальте, что соответствует его политической репутации (см. Приложение 12).

## 2.4. Наблюдение избирательной кампании: выводы

Каналы коммуникации кандидатов с избирателями делятся на формальный (пользуется Олегом Шаховым при помощи занимаемой им должности и.о. мэра) и неформальные (используются остальными кандидатами в силу отсутствия у них доступа к административному ресурсу).

Избирательные кампании кандидатов, не принадлежащих к администрации и вынужденных использовать неформальные каналы коммуникации, отличаются более низким качеством трансляции. Здесь же уместно говорить о «мусорной агитации»: наблюдатели зафиксировали множество случаев, когда печатные агитационные материалы были выброшены на обочину, в грязь, либо располагались в непривычных для этого местах: на канализационных трубах, стенах гаражей.

Кроме того, для избирательной кампании в Химках стала характерна динамизация статичных форм коммуникаций: материалы кандидатов, не принадлежащих к администрации, срывались с мест размещения (столбов, досок объявлений), были замазаны краской или заклеены агитацией конкурентов. Это стало возможно по причине того, что лишь материалы Олега Шахова были защищены от воздействия «вандализма» оппонентов, так как располагались на закрытых, наиболее цивилизованных площадках.

В целом обнаруженные наблюдателями формы коммуникации кандидатов, а также качество предложенной через них информации говорят о привычном подходе к проведению избирательной кампании. Независимо от кандидатов агитационные материалы были банальными, регламентирующими одни и те же ценности, повторяющими друг друга и то, что избиратели видели на других электоральных циклах. Исключением в данном контексте стоит назвать лишь кампанию Сергея Паука Троицкого (описана подробно в третьей главе, примеры – см. Приложение 13).

Если же выделять наиболее активных кандидатов, картина получается следующая: лидером стал Олег Митволь (31 агитационный материал), далее Олег Шахов (27), Евгения Чирикова (18), Леонид Виноградов (15), Сергей Троицкий (7), Дмитрий Мышкин (6), Александр Романович (2), Игорь Белоусов (2), Юрий Бабак (1). Из графика (см. Рисунок 1) видно, что четыре первых кандидата значительно активнее остальных занимались наружной агитацией в ходе предвыборной кампании:

Рисунок 1.

В целом, данные проведенного наблюдения показали, что предвыборная кампания проходила вяло: из 16 кандидатов в ней принимало участие всего 10. Из этих десяти, как видно из графика, относительно активно себя проявили всего пятеро. Такое «странное» для кандидатов в мэры города поведение можно объяснить большим количеством так называемых «технических» кандидатов, то есть объявивших о своем участии и впоследствии зарегистрированных после согласования с представителями власти. «Технических» кандидатов пускают в предвыборную гонку по нескольким причинам: создать иллюзию состязательности, для оттягивания на себя голосов конкурентов кандидата от власти, для создания информационных поводов в пользу кандидата от власти (к примеру, заявление о выходе из предвыборной гонки в пользу такого кандидата).

Участники предвыборной кампании, как было установлено в ходе наблюдения, в основном не стремились к использованию креативных решений. Агитационные материалы кандидатов похожи друг на друга как по форме коммуникации, так и по содержанию сигналов и передаваемых сообщений.

Размещение агитационных материалов разных кандидатов привязано к специфике разных городских мест. Агитация за чиновника расположена в зонах, которые можно проконтролировать: застекленные афиши, окна в продуктовых магазинах, административных зданиях. Размещение агитации за остальных кандидатов не носит официального характера и соответствует медийному образу кандидата. Это разумно, поскольку продолжает имидж политика в сознании избирателей, делает его агитацию продолжением характера.

# Глава 3. Общая оценка избирательной кампании и выборов в Химках

## 3.1. Формы коммуникации основных кандидатов

Несмотря на то, что в ходе наблюдения в городском округе Химки были обнаружены в основном классические формы коммуникации кандидатов с электоратом, данная избирательная кампания все же имеет свои отличительные признаки. Как правило, за счет креативных решений некоторых участников предвыборной гонки. Выводы данного раздела построены на результатах проведенного наблюдения, данных экспертных интервью, а также на основе публикаций СМИ.

Как было отмечено выше, коммуникативную активность проявляли лишь 10 из 16 зарегистрированных кандидатов. Из них лишь трое так или иначе использовали нестандартные решения для привлечения внимания избирателей: Евгения Чирикова, Олег Митволь и Сергей Паук Троицкий. Далее подробно рассмотрены кампании этих политиков.

Кампания Евгении Чириковой

Персона Евгении Чириковой на начальном этапе своей избирательной кампании имела два серьезных конкурентных преимущества. Во-первых, это федеральная известность в связи с борьбой за Химкинский лес. Активистка, прославившаяся своей беспринципной позицией в экологических вопросах и противодействием коррумпированным чиновникам на местах, четко ассоциируется у горожан именно с данной тематикой. Материалы СМИ, рассказывающие о протестных и правозащитных акциях с участием Евгении Чириковой, сформировали ее имидж как человека, которому можно доверять, целеустремленного и бесстрашного.

Во-вторых, г-жа Чирикова заявила о своем выдвижении на волне популярности так называемого «белоленточного» протестного движения. О своем решении она объявила, как и следовало ожидать, на стоянке экоактивистов в Химкинском лесу, и сразу была поддержана известными протестными деятелями: блогером и адвокатом Алексеем Навальным, координатором «Левого фронта» Сергеем Удальцовым, депутатами Госдумы Дмитрием Гудковым и Ильей Пономаревым. Все они сошлись во мнении, о чем заявили публично, что поддерживают Евгению Чирикова как единого кандидата от несистемной оппозиции. Впоследствии некоторые оппозиционные партии, как, например, «Яблоко» заявили, что от такой поддержки отказываются и будут выставлять своих кандидатов, но это не ухудшило положения Чириковой, а лишь создало дополнительный информационный повод появления ее фамилии в федеральных СМИ.

Как считают эксперты, лучшей площадки, чем Химки, для несистемной оппозиции в Московской области было не найти, что связано с популярностью идеи защитить Химкинский лес от вырубания ради строительства автотрассы. В то же время, аналитики, делавшие свои прогнозы еще накануне выборов отмечали, что принимать решение, за кого отдать свой голос будут жители Химок, а не вся остальная Россия. Слабое звено в биографии Евгении Чириковой экспертам виделось в том, что она ударилась в большую политику и не смогла вернуться в муниципалитет. А также в том, что по своему типажу она скорее правозащитница и парламентский оратор, чем руководитель исполнительной власти.

Тем не менее, свою кампанию г-жа Чирикова проводила довольно активно и использовала несколько ноу-хау. Так, ее новшеством как кандидата стало исключительно народное формирование ее избирательного фонда. Это «изобретение» перешло в ее предвыборную кампанию из протестных акций, которые в тот период представители несистемной оппозиции проводили достаточно часто.

Суть этого принципа заключается в том, что человек или организация, занимающаяся общественно-полезной с их точки зрения деятельностью, объявляет о сборе средств. Для этого заводятся электронные кошельки и называются номера счетов, куда добровольцы и сочувствующие могут перечислять свои пожертвования. Как рассказала Евгения Чирикова, она использовала именно этот метод, отметив, что административные препоны мешали ей в полной мере использовать ресурсы Сбербанка для данных целей. Также отмечалось, что объем собранных средств был значительно меньше, чем тот, которым располагали основные конкуренты – кандидат, поддержанный «Единой Россией» Олег Шахов и один из лидеров «Зеоеного альянса» Олег Митволь.

Другим изобретением избирательной кампании Евгении Чириковой стали высадки «народного десанта». Акция под названием «Агитируй Химки» была проанонсирована в блоге Алексея Навального [1], где он сказал, что предлагает воспользоваться опытом Доброй машины правды (антикоррупционный проект, курируемый А.Навальным), которая накануне проводила акцию в подмосковном Гагарине.

«Что может противопоставить админресурсу Народный Кандидат Чирикова? Правильно: народную агитацию. Её и так уже поддерживают все, кто только можно: от Немцова до Удальцова, от Шевчука до Эльдара Рязанова. Давайте мы тоже приедем в Химки и поддержим её очень простой работой: походим полдня по городу, пораздаём листовки, поагитируем на улицах и во дворах.

Задача очень простая: напомнить, что 14 октября выборы, и что очень важно на них прийти. Ведь если не придёшь, то потом в городской администрации снова будут сидеть люди, решающие вопросы местного самоуправления с помощью бейсбольных бит. У Чириковой высокий уровень поддержки, для победы ей нужна только мобилизация. Один день работы на общее дело стоит года политической болтовни», - написал в блоге Алексей Навальный [89].

Такие акции проводились дважды: 29 сентября и 6 октября, но собирали относительно немного людей. Судя по фотоотчетам в официальных группах «Агитируй Химки» Вконтакте и на Фейсбуке, в них принимало участие от 30 до 50 человек. Политтехнологи, участвовавшие в экспертном опросе, единогласно назвали использование Евгенией Чириковой данного вида агитационной работы неудачным.

В то же время стоит отметить, что так однозначно судить об эффективности акций неправильно из-за использования административного ресурса: активисты, проводившие второе мероприятие «Агитируй Химки», заявляли, что со стороны городской администрации терпят препоны в аренде конференц-зала встречи с избирателями. По их предположениям, такое противодействие связано с планирующимся участием в акции известных личностей: Эльдара Рязанова, Юрия Шевчука, Татьяны Догилевой, Татьяны Лазаревой, Михаила Шаца и Ксении Собчак. Подобный формат, по их мнению, мог существенно усилить расположение электората к кандидатуре Евгении Чириковой. Местные власти неоднократно отказывали в предоставлении зала, отменяли уже оплаченную из фонда аренду и в качестве альтернативы предлагали несуществующие адреса.

Третьим, отличным от кампаний других кандидатов и относительно новым способом Евгении Чириковой привлечь электорат стала рассылка личных сообщений в социальных сетях. Инициировал данную акцию опять же Алексей Навальный. Он отметил в своем блоге, что только ВКонтакте [76, 77] зарегистрировано 21 634 чел. старше 18 лет, указавших в качестве места своего проживания город Химки. «Это много, с учетом того, что в Химках всего 142 тысячи избирателей, а каждый из 21 тысячи вконтактчиков имеет родственников и друзей», - написал он.

«Наша цель - максимальная явка на выборах. Чем больше придёт избирателей, тем больше голосов у Чириковой. Мерзкий кандидат от «Единой России» Шахов, маскирующийся под самовыдвиженца, хочет другого: чем меньше явка, тем больше доля «голосов админресурса» - досрочного и выездного голосования, бюджетников, голоса которых отконтролируют и тд», - объяснил мотивацию Алексей Навальный.

Суть идеи заключалась в том, чтобы через специально созданный сайт, где собрана база потенциальных избирателей в Химках, зарегистрированных ВКонтакте, направлять им сообщения с агитацией за Евгению Чирикову. «Никакого спама. Это ваше личное письмо какому-то человеку. После того, как адресат получил сообщение, он удаляется из базы. Поэтому десять раз никому не напишут. Нарушений избирательного законодательства тоже нет. Вполне нормальный вариант хоть немного помочь Чириковой для каждого из нас», - ответил на возможные вопросы читателей блога Алексей Навальный.

Кампания Олега Митволя

Олег Митволь в своем распоряжении так же, как и Евгения Чирикова, имел два серьезных преимущества: федеральную известность и солидный управленческий опыт. С 2004 по 2009 годы он занимал должность заместителя руководителя Росприроднадзора – Федеральной службы по надзору в сфере природопользования, с с июля 2009 по октябрь 2010 работал префектом Северного административного округа города Москвы, куда был назначен бывшим мэром столицы Юрием Лужковым.

Его кампанию отличают не столько использование непривычных способов агитации, сколько высокая активность на фоне остальных участников предвыборной гонки. Как видно из результатов наблюдения в Химках, это единственный кандидат, использовавший практически все возможные носители для агитационных материалов, участники исследования обнаружили их большое количество, все они выполнены в хорошем качестве. Кроме того, исходя из анонимных интервью экспертов, Олег Митволь проводил активную «черную» пиар-кампанию, объектом которой был Олег Шахов: было выпущено несколько видов компрометирующих данного кандидата газет, в его «пользу» были сделаны надписи баллончиками с цветной краской в разных частях города.

Третьей отличительной чертой кампании Митволя можно назвать стремление создавать информационные поводы, которые потенциально могут вылиться в публикации в федеральных СМИ. Так, с подачи его лично и его штаба была «раскручена» тема причастности Олега Шахова к размытой дороге к месту проведения саммита АТЭС, обсуждалась тема нападения на предвыборный штаб Митволя, невозможности зарегистрировать членов избирательных комиссий от партии. Таким образом, Олег Митволь, как оппозиционный кандидат, не имея возможности воспользоваться ресурсами химкинских СМИ (местный телеканал и официальная газета администрации города), увеличивал свое влияние на электорат через СМИ федерального уровня.

Кампания Сергея Паука Троицкого

Лидер группы «Коррозия металла» сделал основным лозунгом своей кампании «Больше угара!» и в каждой организованной акции старался воплотить его в жизнь, чем заслужил оценку экспертов как трэш-кандидат (см. Приложение 12). Несмотря на это, его кампания была нестандартной и смогла привлечь своего избирателя – за Паука проголосовало чуть более тысячи человек (2,5%). Он оставил позади семерых из 12 конкурентов, заняв пятое место.

Свое участие в выборах он называл «Химкинской миссией» или «Битвой за Химки», а в публичных местах появлялся исключительно в «гангстерском» костюме в сопровождении двух дам – «толстой и тонкой» - и рассказывал, что его финансирует водочная мафия. В качестве предвыборных обещаний он выбрал переименование города в Паукоград, строительство на его территории казино и Парка Ужасов, а также замену «уродского» стула возле салона мебели «Гранд» на Ленинградском шоссе на гидравлическую машину, «стреляющую мигрантами».

В числе проведенных акций – митинг, который, по словам экспертов, вызвал интерес местных жителей и собрал «самый выгодный контингент»: пенсионеров, молодых родителей, то есть людей, которые потенциально придут на выборы.

Также в ходе избирательной кампании были сняты, а затем выложены на Youtube многочисленные костюмированные сценки с участием самого Паука. Они проходили на улицах и тоже вызывали повышенный интерес горожан, уставших от стандартных плакатов и обещаний других кандидатов. Штаб Сергея Троицкого запустил по городу «паукомобили», призывающие голосовать за кандидата в необычной форме, с использованием сниженной лексики.

Несмотря на одобрительные оценки со стороны политтехнологов, кампания Паука признана ими проектом партии власти. Фрик-шоу, устроенное кандидатом, по замыслу его создателей, должно было снизить уважение жителей города к процессу выборов и отбить у них желание в них участвовать. Такое положение дел было выгодно Олегу Шахову, поскольку с низкой явкой у него были более высокие шансы на победу. Аналогичная политтехнология была использована на выборах в подмосковном Жуковском в 2013 году, где так же принимал участие Сергей Троицкий.

## 3.2. Использование административного ресурса

Согласно данным экспертного опроса, все кандидаты и политтехнологи, в том числе и работавшие на Олега Шахова, данный кандидат использовал административный ресурс, который обеспечивало ему нахождение в должности и.о. мэра Химок. Это можно проследить в собственной кампании политика, а также в действиях, которые проводила городская администрация в отношении его конкурентов.

И.о. мэра Химок Олег Шахов проводил классическую, относительно не самую активную кампанию, что видно из таблицы по результатам наблюдения. Его отличительной чертой был доступ к «элитным» площадкам: местным СМИ и защищенным стендам для расклейки объявлений (см. Приложение 9). Ни одни другой кандидат не мог воспользоваться для агитации ими, поскольку наталкивался на административный ресурс.

«Действительно, легальная защищенная расклейка была использована только Шаховым. Но это вопрос, скорей, не административного ресурса, а юридического. У других кандидатов не хватило юридической квалификации, чтобы осуществить расклейку. Это же коммерческие организации осуществляют. Понятно, что сверху сказали, что кроме Шахова никого не вешать, но если бы юристы кандидатов в свое время подсуетились и сделали грамотно свою работу, довели дело до суда, они вполне могли повиснуть. Это их недоработка», - уверен один из работников штаба Шахова, участвовавший в экспертном опросе.

В качестве примера оккупации местных СМИ – номер газеты «Химкинские новости» за 7 сентября 2012 года (см. Приложение 10). Ее учредитель – администрация Химок. Как говорится на ее первой полосе, распространяется по свободной цене, однако в предвыборный период отдельные номера (в частности, этот) были разложены по почтовым ящикам горожан бесплатно. Здесь можно увидеть сразу 12 материалов, которые можно расценить как агитацию за Олега Шахова (всего в газете 25 полос, последний разворот занимают рекламные объявления).

При этом, по информации, полученной в ходе экспертных интервью, выяснилось, что химкинские газета и телевидение неохотно шли даже на платное размещение агитации за других кандидатов (обращались Олег Митволь и Евгения Чирикова), не говоря уж о бесплатном. Также им не позволялось использовать закрытые доски объявлений, что, как выяснилось в ходе наблюдения, привело к массовому вандализму. Представители штабов оппозиционных кандидатов всячески старались «устранить» материалы конкурентов: закрашивали их краской, заклеивали сверху своей продукцией, срывали, разбрасывали в грязи и около мусорных баков. В силу особенности конструкции досок объявлений, которые использовал Олег Шахов, его агитматериалы в ходе кампании не пострадали.

Как было сказано выше, одной из стратегий кампании Шахова стало стремление снизить явку избирателей на выборах. Исходя из информации, высказанной сразу несколькими экспертами, можно утверждать, что руководство города давало установку сократить упоминания о предстоящем голосовании в принципе: подходящие для этого места не использовались, горожане не были должным образом проинформированы, не знали, на какой участок и куда им нужно приходить, чтобы отдать свои голоса.

Другой заметной деталью кампании Олега Шахова стало «накручивание» его рейтинга. На момент выдвижения в качестве кандидата он был совершенно незнакомой фигурой в городе, он стал и.о. мэра Химок за два месяца до выборов – 15 августа 2012 года. До этого с городом и даже Московской областью его ничего не связывало: Шахов работал в Тульской области первым заместителем губернатора и курировал министерство строительства и коммунального хозяйства и министерство транспорта и дорожного хозяйства региона.

Три недели нахождения на посту, согласно данным ВЦИОМ, принесли политику рейтинг 7% (опрос от 7 сентября), однако за 10 дней количество положительных оценок Шахова увеличивается до 29% [22]. Оппозиционные кандидаты немало иронизировали над таким ростом популярности кандидата. Они обратили внимание, что Олег Шахов обошел даже Владимира Путина, рейтинг которого, согласно данным ФОМ, осенью 1999 года еженедельно поднимался всего на 2-4 процентных пункта. Несмотря на все колкости со стороны политических оппонентов, команда Шахова не останавливалась в достижении цели, и к концу сентября ВЦИОМ отчитался о 35% и.о. мэра.

Небывалые результаты опроса проанализировали собеседники «Независимой газеты» [70]. Гендиректор Левада-Центра Лев Гудков отнёсся к указанным опросам с недоверием. Он пояснил, что высокий и резкий прирост рейтинга возможен лишь в двух случаях: «Либо когда идет очень мощная пропагандистская накачка, и у граждан нет других источников информации, либо если создается атмосфера крайнего кризиса и катастрофы, а конкретная фигура подается как спаситель и вождь: только в этих случаях могут наблюдаться подобные вспышки популярности». Заместитель гендиректора Центра политических технологий Алексей Макаркин заявил, что вциомовский рейтинг вызывает вопросы: «Шахов – не харизматичная фигура и мало известен в Химках. Я вообще не припомню случаев, когда рейтинг мог так вырасти за столь короткий срок». Своими сомнениями поделился и лидер «Яблока» Сергей Митрохин: «Такой фантастический рост показателей просто невозможен».

Стоит также отметить «уловку», которую применила партия власти, представляя своего протеже Химкам. Публичную поддержку ему оказал действующий в тот момент губернатор Московской области, бывший министр МЧС Сергей Шойгу. Он традиционно пользуется доверием россиян, не был замешан в коррупционных или каких-либо еще крупных скандалах, поэтому его рекомендации для многих избирателей стали определяющими и перевесили все старания других кандидатов перевести внимание на себя.

Цитата Шойгу была растиражирована впоследствии в фирменных листовках кандидата: «Перед назначением Олега Шахова…я обозначил для него круг задач. Сейчас я вижу, что работа по решению этих задач идет успешно. Меня устраивает его инициативность, его опыт в государственном управлении. Шахов вызывает у меня доверие, и я надеюсь, что он добьется этого доверия и у жителей Химок».

Как рассказал в ходе экспертного опроса анонимный источник из «белого» штаба Олега Шахова, его стратегия строилась с расчетом на пакетное голосование. То есть политтехнологи из команды кандидата ездили на разные предприятия: в основном, в бюджетные организации и коммунальные службы – и агитировали там за и.о. мэра.

«Каждой из этих ниш было сделано конкретное предложение, почему они и стали голосовать. Например, в Химках много предприятий ракетно-космической отрасли, это техническая интеллигенция. Шахов пошел на контакт с ними, выслушал просьбу добиться для Химок статуса наукограда. Это очень вкусно для них. В этом отношении людей не нужно мотивировать. Такого предложения не мог сделать ни один из кандидатов. Митволь из-за своей зеленой тематики, Чирикова – из-за протестной. Жители посмотрели на Жуковский и Зеленоград, и тоже захотели получать преференции из федерального центра, иметь относительно закрытую от приезжих форму. Потому что приезжие – кость в горле. Такой, ностальгический фон. Многие вспоминали 60-е, когда у них тут все росло и цвело», - рассказал собеседник.

Отличало предвыборную кампанию Олега Шахова также и большое количество дублеров, двойников и спойлеров. «Для каждого из них создавался отдельный штаб, отдельно для каждого прописывалась стратегия, которая позже вшивалась в крупную историю. Это очень интересно», - рассказал собеседник.

Многие участники экспертного опроса также отмечают большое количество средств, вложенных в кампанию Шахова. Только зарплаты нижнего звена сотрудников его штаба начинались со 150 тысяч рублей, было произведено большое количество агитационных материалов, профинансированы «черная» и «белая» кампания, кампании спойлеров.

Препятствия другим кандидатам в проведении избирательной кампании выражались в ограничении их права на агитацию. Был заблокирован доступ к СМИ, надежным площадкам, пресекались попытки проведения потенциально резонансных акций (пример «Агитируй Химки-2» с участием большого числа культурных деятелей), производились материалы «черного» пиара.

Резюмируя сказанное об избирательной кампании Олега Шахова, можно утверждать, что он активно применял административный ресурс, имевшийся у него как у и.о. мэра Химок. В частности, это выражалось в эксклюзивной возможностью пользоваться самыми желанными для кандидата агитационными площадками. К ним относятся застекленные доски для объявлений, защищавшие агитматериалы от срывов и порчи конкурентами, а также местные СМИ: городской телеканал и газета «Химкинские новости». Данный вывод подтверждает одну из гипотез исследования: «Различия форм электоральной коммуникации в городском пространстве, используемых кандидатами, в наибольшей степени обусловлены наличием доступа к административному ресурсу».

## 3.3. Применение черного пиара кандидатами

Предвыборная кампания в Химках продемонстрировала частое обращение к черным пиар-технологиям. В таких материалах фигурировало три наиболее популярных кандидата: Олег Шахов, Евгения Чирикова и Олег Митволь.

Экспертный опрос, результаты наблюдения и материалы блогеров, следящих за ходом гонки, показали, что основными производителями черного контента стали штабы Олега Шахова и Олега Митволя. Первый из них объектом для нападения избрал своих основных соперников - Евгению Чирикову и Олега Митволя, второй боролся только с и.о. мэра, не принимая Чирикову, по словам лидера «Альянса зеленых», за опасного конкурента.

Как рассказала сама Чирикова, черные технологии ее не интересуют, ни она, ни ее коллеги не производили таких материалов, а также предпочитали не реагировать на них.

В целом, политтехнологами использовались классические методы борьбы, но их главным оружием стал выпуск газет, распространяющих дурную славу против того или иного участника кампании. Реже использовались компрометирующие листовки и магнитики, слуховые волны и «партизанскую агитацию».

Черный пиар в газетах

Как показал экспертный опрос и материалы блогеров, следящих за ходом химкинской кампании, наиболее распространенным средством для распространения черной агитации стала газета. Его использовали оба штаба.

Газеты, выпущенные против Шахова

Одной из тем черной агитации против Олега Шахова в газетах стала его «поддержка» как кандидата выходцами из Средней Азии (см. Приложение). По этому поводу было выпущено несколько газет, в том числе и на таджикском языке. К примеру, «Наши Химки», которая, якобы, издается Союзом трудовых мигрантов Таджикистана (см. Приложение 10).

В ней были опубликованы совместные фотографии кандидата и многочисленных мигрантов, представлен список таджикских общественных организаций, которые «поддерживают» Шахова. Поскольку вопрос незаконных работников-азиатов для жителей Химок довольно болезненный, авторы данной продукции надеялись принизить таким образом Шахова в их глазах. Создавалось впечатление, что если он будет избран на пост мэра, город наводнится нелегалами.

В отличие от этой граничащей с абсурдом информацией, поднималась тема, связанная с размытой в Приморье автотрассой, строительство которой курировал Шахов. Авторы материала «Дорога смерти» в газете «Вперед!» делают упор на колоссальную сумму в 29 млрд. рублей и связывают произошедший инцидент с именем и.о. мэра и его неумением вести хозяйственной деятельность. Здесь же упоминается, что "хозяева" Шахова находятся в международном розыске, а сам он частью своей программы делает уничтожение реки Сходня.

Та же газета «Вперед» странным образом поворачивает трагедию, произошедшую с создателем газеты «Химкинских новостей» Михаилом Бекетовым. Авторы приходят в своих рассуждениях к выводу, что если Олег Шахов не знает и не решает эту проблему (последнее журналистское расследование Бекетова, связь нападения на него и городской администрацией), то «что он вообще знает о Химках?

Тем же штабом муссировалась тема «вонючего» бизнеса Шахова. Не один материал газеты «Вперед» был посвящен строительству на территории Химок мусоросжигающего завода. «Химки станут мусорным ведром Москвы», «Мусорный апокалипсис», «Мусорный крематорий» - при помощи подобных заголовков пиарщики нагнетали атмосферу непринятия кандидата Шахова.

Ряд материалов был посвящен тематике «Вечно второй, везде не свой». В них подробно разбирались и в разных номерах центральными становились те или иные пункты биографии Олега Шахова. Смысл таких публикаций в том, чтобы показать на казалось бы открытой и доступной информации, что кандидат за последние годы работал в исполнительной власти Тулы, Воронежа и Владивостока, где занимал должности исключительно с приставкой «вице». Тем самым авторы стремились показать, что ему не доверяют первые позиции, что он надолго не задерживается на своих рабочих местах, часто меняет команды, и поэтому ему не нужно доверять.

Газеты, выпущенные против Митволя

Изданием, где публиковались черные материалы на Олега Митволя, стала «ХимЧистка». Под ее названием мелкими буквами значилась, что это «Газета фонда независимых журналистских расследований им. М.Бекетова» (см. Приложение 10).

Первое же такое «расследование» касалось причин финансирования предвыборной кампании лидера «Альянса зеленых» крупными строительными фирмами. Здесь под сомнение ставилась его слава борца за экологию: якобы пользуясь своим служебным положением (Митволь занимал должности замминистра Росприроднадзора и префекта САО) он покупал 5% акций различных предприятий, затем «придирался» к несущественным или несуществующим нарушениям правил землепользования, а затем раздувал скандал в СМИ требовал играть по своим правилам. Результатом нескольких таких сделок, по утверждениям пиарщиков, стали крупные неприятности для подмосковных фирм, среди которых – снос домов в поселке «Речник».

Черная кампания против Митволя формировала его облик в прессе как этакого Остапа Бендера – не слишком честного человека, пришедшего во власть ради наживы. Отсюда коллажи с фотографией кандидата в белой фуражке и с обмотанным вокруг шеи шарфом, а также репортажи из его роскошного особняка на Рублевке.

Авторы той же газеты, которая рассказывала о размытой дороге Шахова, пишут и про лидера «Альянса зеленых». Темой «журналистского расследования» деятельности Митволя стало его стремление разоблачить коррупционеров и организация продажи молока со скидкой - работа далеко не порочащая политического деятеля. В тексте в ироничной форме, довольно эмоционально, но уважительно говорится о проектах кандидата. Этот прием используется, чтобы, напротив, возвысить его на фоне других. Кстати в этом же номере есть статья, посвященная Евгении Чириковой, в которой она предстает как американский шпион. Говорится, что она возит в США списки с фамилиями «предателей», попирающих российские общественные ценности.

Газеты, выпущенные против Евгении Чириковой

Та же «ХимЧистка» посвятила один из своих номеров кандидату Чириковой. Черные политтехнологи стремились создать ей образ агента Госдепартамента США, получающего оттуда финансирование и задания для их выполнения на территории России (см. Приложение 10).

Кроме того, ей приписана вина в том, что жители Химок вынуждены простаивать в пробках. «Если бы не шум, искусственно поднятый Чириковой, химчане бы давно избавились от пробок», - пишет газета.

Авторами ставится под сомнение история знакомства Евгении Чириковой с подготовкой вырубки в Химкинском лесу. По ее версии она, будучи беременной, гуляла по лесу с мужем и увидела на деревьях красные метки, сделанные краской, означающие скорую рубку. Однако «журналисты» «ХимЧистки» в саркастическом тоне пересказали эту историю, а также заверили своих читателей, что беременная женщина так далеко не сможет «загулять» в лес: от ее дома до мест вырубки авторы насчитали 14 км. Таким образом, они попытались нивелировать ее роль в защите Химкинского леса, намекнув, что это всего лишь красиво срежиссированная история и заграничный заказ.

Здесь также стоит отметить, что штаб, работавший против Чириковой и Митволя, нередко позволял себе обыгрывать их фамилии в некрасивом и даже нецензурном контексте. Так, говоря о экоактивистке, неоднократно употребляются формы глагола «чирикать»: «начирикала», «лучше бы не чирикала», «главное начирикать – а там хоть не рассветай» и т.д. В случае с руководителем «Альянса зеленых», в ход шли разного рода рифмы: «Митволь? Ну уж нет – уволь!», или нецензурное, напечатанное на значках, которые почему-то массово носили мигранты-работники ЖКХ: «Митволь, съе…ся соизволь!» (См. Приложение).

Черный пиар в плакатах и листовках

Судя по полученным в ходе наблюдения и экспертных опросов данным, главным объектом атак черных пиарщиков через распространение листовок и плакатов стал Олег Шахов. Их можно разделить на листовки-оправдания, выпушенные от имени самого кандидата, в которых он комментирует распространяемые в черных газетах материалы и на листовки-протесты, выпущенные от группы людей, против Олега Шахова или против его идей и проектов. Так, были опубликованы открытые письма от Ассоциации заслуженных строителей России, выражающих свое категоричное недоверие данному кандидату. В основном это связано с его участием в строительстве дороги в Приморье, размытой при первом же сильном дожде. Был выпущен ряд листовок от инициативной группы химчан, борющихся против строительства в городе мусоросжигающего завода);

В меньшей степени атаковались другие кандидаты. Темой черной листовой агитации Олега Митволя стал якобы превышенный им тираж плакатов. Фото с изъятым тиражом агитматериалов снабжено призывом к кандидату: «Митволь! Позвони 02. Тебя разыскивает полиция! Убери за собой! Слабо? Город ждет» (см. Приложение 10). Как рассказала сотрудница черного штаба Олега Шахова, подобные фотографии они получали следующим образом: подкупались водители служб доставки свежеотпечатанной продукции из полиграфии, узнавалось время и место разгрузки товара, подкупались грузчики – и часть или вся партия листовок оказывалась у штаба. Затем фабриковались такие фотографии, как на представленной в приложении листовке, ее стилизовали под оперативную съемку и сопровождали «угрожающими» надписями.

«Это наш склад (Шахова), на фото – нелегальные тиражи Митволя, они скупались у ГАЗелей, которые привозили их из типографии», - рассказала она (см. Приложение 10).

В целом, листовки выполнялись в той же манере, что и газеты, были ориентированы на ту же публику, только акцентировали внимание на какой-то одной «проблемной ситуации». В ряде случаев листовки служили способом продлить жизнь информационному поводу, озвученному в газете (к ним относятся «оправдания» Олега Шахова, выпущенные следом за номером газеты). Из плюсов этого метода – низкая цена и значительное покрытие аудитории (раздача на улице промоутерами и раскладывание по почтовым ящикам).

Мусорная и «партизанская» агитация

Предвыборная кампания в Химках отличается большим количеством так называемой мусорной и «партизанской» агитации: разного рода граффити на асфальте, на балконах, крышках канализационных люков и гаражах (см. Приложение 12). Судя по информации, полученной в ходе экспертных опросов, такую кампанию проводил штаб Олега Митволя. «Город до сих пор исписан надписями вроде «Мы за Шахова», «Голосуй за Шахова», - рассказал сотрудник штаба Олега Шахова. Он пояснил, что выбранный метод, хотя и предполагает агитацию за данного кандидата, но в силу специально подобранных публичных мест и намеренной некрасивости надписей вызывает лишь раздражение у горожан, кандидат перестает вызывать симпатию и доверие.

«Ребята Митволя испортили весь город краской. Это низкий уровень, ширпотреб. Фантазии на большее не хватило. Хотя финансами кандидат располагал, чтобы нанять других людей, которые могли бы нарыть что-то интересное на Шахова», - рассказала сотрудница «черного» штаба Олега Митволя.

Также в ходе наблюдения были установлены многочисленные случаи «мусорной» агитации: материалы разных кандидатов пачками лежали на обочинах дорог, в грязи, рядом с мусорными баками. Сотрудники штабов дали объяснения и этому: плакаты и листовки намеренно не уничтожались, а переносились в неприглядные для агитации места, чтобы понизить их оценку в глазах избирателей. Выгодно на этом фоне смотрелся Олег Шахов, агитационные материалы которого в силу административного ресурса были защищены – размещались на застекленных досках объявлений, в витринах магазинов и т.п.

## 3.4. День голосования в Химках

Результатам исследования выборов в Химках имеет смысл посвятить отдельный раздел работы. В день голосования, 14 октября, Евгения Чирикова обратилась с жалобой на своего основного конкурента Олега Шахова по поводу незаконно проводимой его штабом агитации. По ее словам, весь город был, как и во время предвыборной кампании, обклеен плакатами кандидата. Она рассказала также, что в одной из новостроек города в каждой квартире накануне голосования в «экстренном порядке» были прописаны по 5-6 человек. И.о. мэра не смог дать комментариев по этому поводу, а в его штабе назвали появление нелегальных плакатов на улицах «провокацией» и заверили журналистов, что все плакаты снимали.

На фото в Приложении 9 изображено, как Евгения Чирикова в день голосования показывает журналистам незаконную агитацию за Шахова. Учитывая, что он единственный из кандидатов, которому были доступны защищенные доски для объявлений, его комментарий, что агитацию расклеили соперники, выглядит неубедительным.

При этом сам Шахов ответил сопернице встречным иском. Его предметом стали сюжеты Чириковой на канале Euronews, которые показывали, по версии истца, «с самого утра». Глава избирательной комиссии Московской области Ирек Вильданов заявил, что возмущен трансляцией роликов в день голосования, но «юридически претензии предъявить нельзя», поскольку канал вещает не на Химки, а на всю Европу.

Единоросс-самовыдвиженец жаловался и на другие черные технологии, которые назвал недопустимыми провокациями. По его словам, в ночь накануне голосования жителям Химок звонили, представляясь сотрудниками штаба Шахова и сообщали, что будут «выборы Шахова» и явка на них обязательна. «Кандидат должен пытаться поднять себя в глазах избирателей, а не пытаться опустить других», - подчеркнул Олег Шахов в беседе с журналистами.

Большой интерес к выборам мэра в Химках и участие в них Евгении Чириковой, участницы белоленточного движения, которое изначально вышло на улицы с лозунгом «За чистые выборы», спровоцировал небывалый приток наблюдателей. На городских избирательных участках, по сообщениям СМИ, работало по 15-17 человек. Журналисты назвали эту акцию рекордной по числу волонтеров.

Следствием этого стало и рекордное количество жалоб в ходе голосования, полученных Мособлизбиркомом 14 октября. Председатель комиссии называл цифру в 95% - именно такая часть от всех заявлений приходилась на Химки. «Из них 90% одни и те же, заготовленные, заранее отпечатанные типографским способом. Они о том, что размещены и не сняты агитационные материалы Шахова», - пояснил ситуацию Ирек Вильданов. Он подчеркнул, что большое количество жалоб создается на ровном месте, там, где нет нарушений. Нарушение было бы, если бы агитационные плакаты находились ближе 50 метров от избирательных участков.

Согласно опубликованной в блоге члена Координационного совета оппозиции Владислава Наганова информации [51], Евгении Чириковой удалось набрать заметно большее число голосов именно там, где был «дан бой» работникам ТИК на участках. Наиболее распространенным нарушением оппозиционеры называли отказ предоставить наблюдателям списки избирателей, что, по их мнению, говорит о манипуляциях с ними. «Книга (со списком избирателей) не была сброшюрована, а значит, при желании, туда можно было доложить какие угодно листы. Всё это открывало широкий простор для вброса бюллетеней и/или организации каруселей», - утверждает блогер.

В том же блоге Владислава Наганова, который активно и с компетентными ссылками на законодательство (он по образованию юрист и давал Евгении Чириковой юридические консультации в ходе кампании), есть публикации о препятствии работе наблюдателей и угрозах им физической расправой, «внезапном» выключении электричества на одном из участков, голосовании групп людей по «доп. спискам», категорическом и немотивированном отказе принимать жалобу наблюдателя председателем УИК [54].

Всего Евгения Чирикова подала около 50 жалоб о нарушениях на избирательных участках, но журналистам в Центризбиркоме заявили, что ни о каких нарушениях не знают, и даже высказали недоверие к заявлениям общественницы.

Другой кандидат от оппозиции Олег Митволь 14 октября также делал неоднократные заявления о нарушениях. По его словам, на участках действовали «карусельщики» - группы молодых людей, которые не прописаны на избирательных участках. Политик рассказывал, что сотрудникам его штаба удалось зафиксировать инструктаж таких деятелей. Среди других нарушений, которые были зафиксированы штабом Митволя, - сломанные КОИБы (электронные урны) на двух участках, а также непрошитые должным образом списки избирателей.

Ассоциация «Гражданский контроль», напротив, придерживалась более нейтральной позиции, нежели кандидаты. Ее сотрудники предпочитали не нагнетать обстановку и предпочли заявить, что «катастрофических нарушений в Химках нет» [44]. Они получили более 300 обращений от граждан, но чаще они содержали просьбы о консультациях, чем сообщения о фальсификациях или нарушениях.

«Участники обвиняют друг друга в нарушении избирательного законодательства, незаконной агитации, а один кандидат даже принял участие в потасовке на избирательном участке, что помешало избирателям проголосовать. Сбои в работе КОИБов в Подмосковье зафиксированы на трех участках, но сейчас их работа уже восстановлена», - говорится в сообщении Ассоциации.

Другим проявлением административного ресурса стала «проваленная» явка избирателей, которой добивалась городская администрация. Согласно официальным данным Мособлизбиркома, она составила 28%. Как утверждают участники экспертного опроса, это было сделано специально, чтобы иметь больше возможности для махинаций на избирательных участках. «К сожалению, в Химках администрация делала все, чтобы уровень осведомленности о проходящей кампании был максимально низким. Это понятно, это технология. Там основной упор делался на группы работников ЖКХ, муниципальных предприятий, для которых организовывался подвоз автобусами. Другие граждане не имели возможности получить информацию, где их участок и так далее», - рассказал Олег Митволь.

«Не очень нужна была высокая явка. Шаховский штаб строил расчет на пакетное голосование – на предприятиях, про которые известно было, что они готовы. Каждой из этих ниш было сделано конкретное предложение, почему они и стали голосовать. Например, в Химках много предприятий ракетно-космической отрасли, это техническая интеллигенция. Шахов пошел на контакт с ними выслушал просьбу добиться для Химок статуса наукограда. Это очень вкусно для них», - продолжил мысль сотрудник «белого» штаба Олега Шахова.

Следующая диаграмма (см. Рисунок 2) наглядно демонстрирует, сколько жителей Химок отдали свои голоса за и.о. мэра. Согласно данным Центральной избирательной комиссии, число избирателей в Химках – 151178 человек, за Олега Шахова из них проголосовало 21141 человек, то есть 14% к 86%:

Рисунок 2.

На официальном сайте ЦИК также опубликованы данные о том, как распределились голоса избирателей:

Рисунок 3.

Эти результаты, согласно задачам исследования, нужно сопоставить с данными наблюдения за агитационной активностью кандидатов. Выходит, что четверо наиболее активных участника предвыборной гонки стали лидерами по числу набранных голосов – Олег Шахов, Олег Митволь, Евгения Чирикова и Леонид Виноградов. Однако внутри этой группы места распределились не прямо пропорционально, свое четвертое место в обоих случаях сохранил только Леонид Виноградов. Поэтому только в его случае можно говорить о жесткой привязке места в списке победителей выборов к агитационной активности кандидата. Примечательно, что результаты и менее активных кандидатов (Дмитрий Мышкин и Сергей Троицкий) также оказались привязаны к степени их активности в предвыборный период.

Олег Митволь, показавший самую насыщенную кампанию, смог занять на выборах лишь третье место. Олег Шахов, немного отстающий в активности от своего кандидата, но обладающий административным ресурсом, смог занять лидерскую позицию после подсчета бюллетеней. Евгения Чирикова, проводившая спокойную и ровную кампанию, но имевшую серьезную поддержку в лице известных на федеральном уровне коллег по белоленточному движению, поднялась на вторую ступеньку с третьей.

Таким образом, можно сделать вывод, что, несмотря на административный ресурс, на расстановку в таблице результатов после выборов активность в ходе кампании влияет в значительной степени. Опираясь на данные наблюдения и экспертных опросов, можно утверждать, что качественно проведенная избирательная кампания – второй после административного ресурса залог успешности кандидата на выборах.

К аналогичному мнению в ходе экспертного опроса пришли политтехнологи. «Мы работали активно. И если бы не волна черного пиара и не вопросы, которые задавались в день голосования – почему в Химках в этот день сломалось КОИБов больше, чем во всей области? Аномальный падеж (*смеется*). Я уверен, что если бы всего этого безобразия не было, все шансы выиграть выборы были», - утверждает Олег Митволь.

«Параллель между технологией и результатом можно провести очень прямую. Я считаю, что свое дело сделали технологии. Кандидат Шахов – человек абсолютно новый и неизвестный. Он за полтора месяца до выборов узнал, что баллотируется. Нужно было решать вопрос узнаваемости и рейтинга», - дал свое понимание фурора Олега Шахова сотрудник его «белого» штаба.

## 3.5. Общая оценка избирательной кампании и выборов в Химках

Отличие кампании в Химках от любых других кампаний уровня муниципалитета заключается в больших от нее ожиданиях. С момента объявления она приобрела федеральную повестку и начала активно освещаться в СМИ. Ожидания усилились, когда о своем участии заявило сразу 16 кандидатов, а действующий на тот момент губернатора Московской области Сергей Шойгу публично пообещал честный ход голосования.

Тем не менее, если говорить о способах проведения и работе избирательных штабов, то данная кампания прошла по классической, характерной для других городов России схеме. Канал коммуникации с горожанами в первые же дни разделился на формальный, который представлял кандидат, поддержанный «Единой Россией» и неформальный, представителями которого стали все остальные участники предвыборной гонки. Во время всей кампании кандидатом активно использовался административный ресурс: устраивались препятствия для агитации других кандидатов, улучшение собственных условий агитации, стремление обеспечить низкую явку на выборах, также, по информации экспертного опроса, организовывались штабы кандидатов-спойлеров, которым прописывалась отдельная стратегия и история.

Основная борьба проходила между тремя участниками: Олегом Шаховым, Олегом Митволем и Евгенией Чириковой, причем штабы двух первых кандидатов работали с применением как «белых», так и «черных» технологий.

Черные кампании проводились неактивно, и так же характеризуются как знакомые по другим выборам. В качестве методов использовались газеты, плакаты и листовки, «мусорная» и партизанская агитация.

Белые кампании отличает несколько новых методов. Так, Евгения Чирикова использовала всенародный способ пополнения своего кандидатского фонда – для того, чтобы поддержать ее, люди делали перечисления на указанный счет. Также на волне оппозиционной и протестной активности ей удалось на идейной основе привлечь в свою агитационную кампанию известных медийных персон: Ксению Собчак, Алексея Навального, Михаила Шаца, Татьяну Догилеву и других. Уникальным стал феномен самого Сергея Паука Троицкого и его кампания в частности. Выстроенная в трэш-стиле, она отвлекала на себя внимание избирателей, забирая голоса у основных оппонентов кандидата от партии власти. Для этого она и была создана.

При этом, по оценкам экспертов, представители оппозиции выступили бы ярче, если бы пошли на объединение. Такое предложение в начале избирательной кампании делал Олег Митволь Евгении Чириковой, но она его отвергла, поскольку не согласилась с озвученными условиями. Это в итоге привело к размыванию оппозиции, которое усилило участие большое количество кандидатов-спойлеров.

В целом досрочное голосование в Химках, как одно из первых, проведенных по новым правилам, продемонстрировало активизацию политической жизни в городе и сравнительный рост конкуренции. Несмотря на громкое заявление о себе на начальном этапе предвыборной гонки, многие представители молодых партий не смогли прийти к финишу, сняв свои кандидатуры. То, что многие из них предпочли сделать это в пользу кандидата, поддержанного «Единой Россией» Олега Шахова, позволяет сделать вывод, что изначально их участие в выборах предполагалось лишь в качестве спойлеров. Это предположение подтверждено в ходе экспертного опроса.

Избирательная кампания в Химках в силу своей скоротечности – с момента ее официального оглашения до самого голосования прошло два месяца – потребовала от кандидатов максимальной собранности и мобилизации ресурсов. С этой задачей справились далеко не все кандидаты: исходя из данных, полученных в ходе наблюдения, лишь 10 из 16 зарегистрированных кандидатов проводили собственные кампании в городе. В выборах же участвовало 13 человек.

Предвыборный период, несмотря на активный интерес со стороны СМИ разных уровней, проходил по классической схеме.

Сами выборы привлекли рекордное количество наблюдателей: на участках работало по 15-17 человек, что объясняется усилением гражданской активности населения и участием «народного кандидата» Чириковой. При этом на участки пришло всего 28% избирателей, что было расценено некоторыми участниками и политологами как проваленная явка. Впрочем, такая цель ставилась перед работниками городской администрации руководством.

На участках, как и в ходе предвыборной кампании, применялся админресурс: отказ допускать наблюдателей к спискам избирателей, угроза им физической расправой, осуществление активного голосования на дому, пакетного голосования и работа «карусельщиков». Это спровоцировало большое возмущение со стороны наблюдателей и их активное обращение в Мособлизбирком и полицию. По оценке главы ИК по Мособласти Ирека Вильданова, 14 октября 95% таких жалоб поступило из Химок. Впоследствии часть зафиксированных нарушений рассматривалась в суде, а некоторые кандидаты (в частности, Олег Митволь и Евгения Чирикова) до сих пор считают результаты выборов сфабрикованными и не признают победу Олега Шахова.

# Заключение

В ходе исследования, согласно с обозначенной целью, была подробно проанализирована система электоральных коммуникаций в исследуемой среде – городе Химки в период подготовки к выборам мэра 14 октября 2012 года.

В соответствии с задачами, рассмотрены теоретические основы электоральных коммуникаций в городе, а также электоральный дискурс кандидатов на основании собранных в ходе наблюдения агитационных материалов, выявлены основные формы электоральной коммуникации, которые ими использовались. Получены следующие выводы:

1. выборы мэра г.Химки продемонстрировали активизацию политической деятельности и увеличение конкуренции между представителями разных политических сил;
2. за внешней лояльностью власти к кандидатам-конкурентам, которая на первом этапе выразилась в их регистрации, может стоять лишь желание создать видимость конкуренции и оттянуть голоса избирателей на «технических» кандидатов;
3. власть использует административный ресурс как в ходе агитационного периода, так и в день голосования. Кандидаты, не принадлежавшие к администрации города, не могли размещать свои материалы на защищенных и легкодоступных для избирателей площадках, некоторым запрещалось проводить встречи с избирателями в выбранных зданиях (Дом культуры).
4. избирательная кампания в Химках проходила не особо активно. До участия в агитации дошло 10 из 16 кандидатов, большая часть из которых появлялись в коммуникативном поле города редко. Кроме того, наблюдатели фиксировали большие оживленные территории города, где не было вообще никакой агитационной продукции (см. Приложение 11);
5. формы коммуникации кандидаты использовали, как правило, привычные и характерные для выборов других уровней: плакаты, брошюры, газеты. Зачастую на этих носителях попросту тиражировался один и тот же портрет кандидата, его девиз и тезисы из программы. Вариации в зависимости от формы коммуникации были незначительны;
6. коммуникативная среда г. Химки развита слабо и находится под контролем администрации, включая коммерческие площадки;
7. в целом электоральные коммуникации в исследуемой городской среде находятся на низком уровне культуры: сотрудники штабов кандидатов срывали агитационные материалы оппонентов, расписывали «граффити» с фамилией выдвиженца уличные объекты: тротуары, гаражи, стены зданий.

В задачи исследования входило также сопоставление уровня и характера коммуникационной активности кандидатов в городской среде с результатами выборов. Был сделан вывод, что расстановка в таблице результатов голосования коррелирует с активностью политиков в ходе кампании. Опираясь на данные наблюдения и экспертных опросов, можно утверждать, что качественно проведенная избирательная кампания – второй после административного ресурса залог успешности кандидата на выборах в России. Таким образом, гипотеза о прямой зависимости исхода голосования от активности кандидатов в ходе кампании подтвержден частично.

Вторая гипотеза о том, что представитель администрации имел доступ к разнообразным формам электоральной коммуникации и препятствовал агитации других кандидатов, подтверждена полностью. В пользу этого говорят как данные экспертного опроса, так и собранная в ходе наблюдения информация.

Новизна результатов исследования обусловлена отсутствием данных об особенностях конструирования регионального электорального дискурса в условиях, сложившихся в стране за семилетний период. Анализ данного электорального дискурса позволяет дать оценку Химкам как городскому пространству, обозначить общероссийские электоральные тенденции в городах.

В частности, в муниципалитете власти удалось продолжить выстроенную на федеральном уровне вертикаль: Владимир Стрельченко, занимавший пост мэра до августа 2012 года, уходит в отставку «по собственному желанию» после разговора с губернатором Шойгу, на его место назначают неизвестного в регионе и в городе человека – Олега Шахова. В ходе избирательной кампании он и его команда умело и довольно тонко используют административный ресурс и идут к победе. На этапе регистрации барьеров не выстраивалось даже таким популярным оппозиционным персонам, как Евгения Чирикова и Олег Митволь. Но на этапе агитации всем кандидатам был закрыт доступ к защищенным площадкам, они, таким образом, были вынуждены вдобавок следить за сохранностью своих материалов. Другим проявлением административного ресурса стало «накручивание» рейтингов кандидата от партии власти: еженедельный рост процентов доверия к нему населения вызвал недоумение и иронию у многих экспертов. На итоговой стадии избирательной кампании были задействованы «технические» кандидаты, которые отказались от участия в выборах в пользу Олега Шахова, создав ему таким образом благоприятный информационный повод. В день самого голосования представители власти, судя по публикациям в прессе и комментариям кандидатов, также превышали свои полномочия на избирательных участках и при подсчете голосов.

Из всего перечисленного можно сделать вывод, что партия власти, хотя и участвовала в прямых выборах мэра Химок, по сути, не обеспечила условий для честного прохождения этого процесса, использовала административный ресурс для препятствий кандидатам от других политических сил. Это подтверждают результаты выборов в других городах России в 2012 году: на должность мэра удалось попасть кандидату не единороссу лишь в двух случаях, в Ярославле и Тольятти.

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения его результатов при подготовке к выборам, организации избирательной кампании. Так, можно увидеть, какие инструменты использует власть, чтобы обеспечить победу своему кандидату:

* создание и организация деятельности «белого» и «черного» штабов кандидата;
* создание организация деятельности штабов «технических» кандидатов;
* ограничение условий уличной агитации для кандидатов соперников;
* «накручивание» рейтингов;
* закрытие доступа в городские СМИ (пресса и телевидение) конкурентам;
* использование выборных технологий: вбросы и «карусели».

В то же время избирательные кампании кандидатов не от партии власти (оппозиционеры и самовыдвиженцы) также заслуживают внимания. Особенно с точки зрения допущенных ошибок:

* кандидаты проявляли себя пассивно: проводили небольшое количество личных встреч с избирателями и не задействовали все возможные площадки для размещения своей уличной агитации;
* используемая ими агитационная продукция была выполнена по классической схеме и была, по сути, одинаковой у большинства политиков;
* оппозиционные кандидаты, имея серьезную поддержку среди электората, не смогли пойти на объединение, вследствие чего произошло размытие голосов избирателей между ними, и победа кандидата от партии власти;
* кандидаты мало внимания уделили подготовке квалифицированных наблюдателей для работы на выборах, поэтому часть избирательных участков осталась неконтролируемой ими, повысилась возможность подтасовки голосов работниками УИКов.

Исследование региональных электоральных циклов продолжает быть актуальным: в 2013 году впервые будет опробована техника выборов в Единый день голосования, назначенная на 8 сентября. Кандидатам на всех уровнях придется проводить избирательную кампанию в течение летних месяцев, что затруднительно из-за поры отпусков и нежелания людей «вникать в политику».

Особый интерес представляет исследование выборов губернаторов (в 2013 годах пройдут в 8 регионах: Московской, Владимирской, Магаданской областях, Забайкальском и Хабаровском краях, республиках Хакасия и Ингушетия, а также в Чукотском АО). Для регистрации кандидатам необходимо пройти так называемый муниципальный фильтр – собрать подписи, выражающие поддержку местных депутатов. Еще до официального старта кампании были сделаны заявления, что в Московской и Владимирской областях главы советов собирают с депутатов предварительные подписи в поддержку кандидата от партии власти. В связи с этим ожидается, что представителям других партий и вовсе не удастся принять участие в выборах, до них допустят только «одобренных» властью, которые изначально не будут конкурентами. Эти тенденции любопытно рассмотреть в числе прочих способов применения административного ресурса кандидатами.

Другой примечательной и новой для исследователя тенденцией становится большое число политических партий, намеревающихся участвовать в выборах (на данный момент Министерство юстиции РФ зарегистрировало 71 партию). В данном случае интерес представляют формы коммуникации, которые будут избраны кандидатами, форма бюллетеня для избирателей с таким большим числом претендентов, а также организация дня голосования: каким образом все эти кандидаты будут осуществлять наблюдение за соблюдением закона на избирательных участках.

# Список использованной литературы:

1. Агитируй Химки// Livejournal.com: «Живой журнал». - URL: <http://navalny.livejournal.com/737610.html> (дата обращения 25.05.2013).
2. Амелин В.Н., Федоркин Н.С. Стратегия избирательной кампании. - М.: РЦОИТ, 2001. -106 с.
3. Архангельская Н. Пиар белый и черный с последующим сеансом разоблачения. // Эксперт, 2003. № 45, с. 76-81.
4. Афанасьев М.Н. Поведение избирателей и электоральная политика в России // Полис. - 1995, № 3, с. 52-64.
5. Барт, Р. Нулевая степень письма. Семиотика. М.: Радуга, 1983. - 341 с.
6. Беляева Н. Ю., Кириченко Л. А., Какабадзе Ш. Ш. Нарушения в избирательном процессе: примеры, признаки, противодействие. - М.: ОАО "Типография "Новости", 2003. – 135 с.
7. Берджесс Э. Рост города: Введение в исследовательский проект // Социальные и гуманитарные науки за рубежом. Сер. 11. Социология. 2000, № 4, с. 122-136.
8. Березняков Д. В. Легитимация власти и медиатизация политики в современной России // Научные записки Сибирской академии государственной службы. 2004 г. - № 1, с. 30-36.
9. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти (теоретико-эмпирическое исследование языка и его использования в социальном контексте // Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987.
10. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа // Поэтика и политика : Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук / СПб: Алетейя, 1999, с. 193-226.
11. Большаков С.В., Казьмин В.И., Гришина М.В. Средства массовой информации и выборы. // Демократия.ру. URL: <http://www.democracy.ru/library/practice/media/media_elections_cec/index.html> (дата обращения 25.04.2013).
12. Бондарь Н. С. Предвыборная агитация: теория и практика: Справочное пособие. М.: Городец, 2004. – 220 с.
13. Борисов И., Заславский С. Партии на выборах. - М.: Европа, 2007. – 128 с.
14. Бродель Ф. Динамика капитализма Пер. с фр. Смоленск: Полиграмма, 1993. – 128 с.
15. Бузин А.Ю. Московские муниципальные выборы 2004 года: история фальсификации. - М.: РПД «Яблоко», 2005. - 128 с.
16. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация М.: Прогресс, 1989. - 312 с.
17. Ван Дейк, Т.А. Принципы критического анализа дискурса. М.:ВЦП, 1994. – С. 169-217.
18. Вебер М. Город. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
19. Веденеев Ю. А. Очерки по истории выборов и избирательного права. Калуга: Изд-во Фонда «Символ», 1997. - 388 с.
20. Вершинин, М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. СПб: Михайлов В.А. 2001. – 253 с.
21. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика. Волгоград: Перемена, 1997. - 139 с.
22. «Выборы мэра Химок: рейтинга кандидатов» // wciom.ru: Всероссийский центр изучения общественного мнения. – URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=113021> (дата обращения 25.05.2013).
23. Выборы мэров возвращаются // Slon.ru –деловые новости и блоги. – URL: <http://slon.ru/russia/vinogradov_o_pryamykh_vyborakh-824911.xhtml> (дата обращения 25.05.2013).
24. Гидденс Э. Политика, управление и государство // Рубеж (альманах социальных исследований). 1992. № 3. – С. 78-107.
25. Гидденс, Э. Социология. М.: Эдиториал УРСС, 1999. – 703 с.
26. Гидденс, Э. Ускользающий мир. Как глобализация меняет нашу жизнь. – М.: Весь мир, 2004. – 120 с.
27. Гидденс Э. Устроение общества: Очерк теории структурации. – 2-е изд. – М.: Академический Проект, 2005. – 528 с.
28. Гончаров В.Э. Современное политическое консультирование. – М.: ИВЭСЭПЮ, 2007. - 220 с.
29. Госдума забыла вернуть выборы // «Газета.ru» - интернет-газета. – URL: <http://www.gazeta.ru/politics/2013/02/15_a_4968725.shtml> (дата обращения 25.05.2013).
30. Грачев М.Н. Политика, политическая система, политическая коммуникация. - М., 1999. – 52с.
31. Григорьев М.С. Fake-структуры: призраки российской политики. – М.: Европа, 2007. – 216 с.
32. Гухман М. М. Э. Сепир и «этнографическая лингвистика» // Вопросы языкознания, 1954, № 1 – с. 28-54.
33. Доверие к результатам выборов упало ниже 50%. «Нервозность» повысилась, объяснил ВЦИОМ // Newsru.com. – URL: <http://www.newsru.com/russia/15mar2012/vybory.html> (дата обращения 25.05.2013).
34. Дурдин, Д. М. «Образ» политического лидера и возможности его изменения // Политические исследования. № 2. – 2000 г. - С. 133-145.
35. Дюверже М. Политические партии М.: Академический проект, 2002. – 538 с.
36. «Жители г.Химки: оценка власти и социальные натсроения» // wciom.ru: Всероссийский центр изучения общественного мнения. – URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=113006> (дата обращения 25.05.2013).
37. Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // magazines.russ.ru: Журнальный зал. – URL: <http://magazines.russ.ru/logos/2002/3/zim.html> (дата обращения 25.05.2013).
38. Зиммель, Г. Философия труда. Как возможно общество? Общение. Пример чистой, или формальной, социологии / Зиммель Г. – Москва: Директ-Медиа, 2007. – 115 с.
39. Игнатенко В. В. Административная ответственность участников выборов: Учебное пособие / Избирательная комиссия Иркутской области; Институт законодательства и правовой политики. - Иркутск, 2003. - 107 с.
40. Избирательная кампания: взгляд изнутри: Сб. статей // democracy.ru: Демократия.ру. – URL: <http://www.democracy.ru/library/practice/commissions/elcamp_sfw/index.html> (дата обращения 25.05.2013).
41. Ильин В. В., Панарин А. С. Философия политики. — М.: Издательство МГУ, 1994. – 284 с.
42. Каптерев С. Е. Политическая коммуникация: основы управления избирательным процессом: Учебное пособие. – Н.Новгород, 2003. - 342 с.
43. Карасик В. И. О категориях дискурса // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты: Сб. науч. тр. Волго-град - Саратов: Перемена, 2000. – 197 с.
44. Катастрофических нарушений на выборах в Химках нет: «Гражданский контроль» // vybor.civilcontrol.ru: портал «Выбор народа». – URL: <http://vybor.civilcontrol.ru/stovyborah/25628-katastroficheskih-narusheniy-na-vyborah-v-himkah-net-grazhdanskiy-kontrol.html> (дата обращения 25.05.2013).
45. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации. - Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 228 с.
46. Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. М.: Прогресс, 1999. - 414 с.
47. Кириченко В. В., Парамонов Д. О. Административный ресурс в избирательных кампаниях: Научная монография. – Ростов н/Д, 2003. – 80 с.
48. Кириченко В. В., Парамонов Д. О. Методы фальсификации выборов (серия «О выборах - без дураков»): Научная монография. - Ростов-н/Д, 2003. – 86 с.
49. Коршунов, А. В. Электоральная культура как социальное явление: Автореф. дис. канд. филос. наук. Ульяновск: Ульянов, гос. техн. ун-т, 2003. - 23 с.
50. Красных В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность Текст. / В. Красных. М.: Гнозис, 2003. - 375 с.
51. Кто реально проиграл на выборах в Химках?// Livejournal.com: «Живой журнал». - URL: <http://naganoff.livejournal.com/72703.html> (дата обращения 25.05.2013).
52. Кудинов О. П. Большая книга выборов: Как проводятся выборы в России. – М.: Арт Бизнес Центр, 2003. - 663 с.
53. Куртов А. Охота на дракона: размышления о выборах и политическом консультировании. М. Каган. М.: ГУ ВШЭ, 2002. - 234 с.
54. Культуру в Химках смывает кипятком // Livejournal.com: «Живой журнал». - URL: <http://naganoff.livejournal.com/71106.html> (дата обращения 25.05.2013).
55. Лазарсфельд П. Массовая коммуникация. Массовые вкусы и организованное социальное действие. М.: Аванти плюс, 2004. – 233-368 с.
56. Левада Ю. От мнений к пониманию: социологические очерки 1993-2000 гг. М.: Московская школа политических исследований, 2000. - 574 с.
57. Лебедева Т. Ю. Выборы как искусство моделирования: Франция 2007: Пер. с франц. – М.: Изд. МГУ L'Harmattan , 2007. – 120 с.
58. Левчик Д. А. Российский «Черный PR – бессмысленный и беспощадный» // «Выборы. Законодательство и технологии», февраль 2000, № 2. – С.50-53
59. Левчик Д. А., Перфильев А.В. Особенности привлечения средств в фонд избирательной кампании (фаундрейзинг) в России // Кентавр, 1999, № 6. С. 85-90.
60. Лызлов В.Е. Как стать мэром. Методика предвыборной работы с кандидатами на должность главы администрации города. – М.: «ПАИМС», 1999. – 54 с.
61. Любарев А. Е., Бузин А. Ю., Кынев А. В. Мертвые души. Методы фальсификации итогов голосования и борьба с ними. - М.: ЦПК «Никколо М», 2007. – 192 с.
62. Кукоба О. А. Доминанты российского национального менталитета // vestnik.vsu.ru: Вестник Воронежского государственного университета. – URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/hyman/2004/02/kukoba.pdf> (дата обращения 25.05.2013).
63. Макаров, М. Л. Основы теории дискурса Текст. / М. Л. Макоров. М.: Гнозис, 2003. - 280 с.
64. Максимов А. А. «Чистые» и «грязные» технологии выборов (Российский опыт). – М.: «Дело», 1999. - 480 с.
65. Манойло А. В. Информационно-психологическая война как средство достижения политических целей. - М.: 2003. - 312 с.
66. Марков С. PR в России больше чем PR. Технологии и версии. - М.: Астрель, АСТ, 2001. - 288 с.
67. Матвейчев О.А. Подставные кандидаты и кандидаты-союзники // «Политический маркетинг», 2003, № 3. – С. 32-40.
68. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество: введение в теорию и исследования. М.: Аванти плюс, 2004. - 428 с.
69. НаприМЭР – ПАУК примет участие в Русском Марше - 04 ноября // Livejournal.com: «Живой журнал». - URL: [http://korroziametalla.livejournal.com](http://korroziametalla.livejournal.com/tag/%D0%9F%D0%B0%D1%83%D0%BA%20%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9%20%D0%BC%D1%8D%D1%80%20%D0%B3.%D0%A5%D0%B8%D0%BC%D0%BA%D0%B8) (дата обращения 25.05.2013).
70. На смену войне компроматов пришла война рейтингов // ng.ru: Независимая газета. – URL: <http://www.ng.ru/politics/2012-09-25/1_ratings.html> (дата обращения 25.05.2013).
71. Нуреев, Р. М. Теория общественного выбора Текст. / Р. М. Нуреев.- М.: ГУ ВШЭ, 2005. – 531 с.
72. Ольшанский Д.В. Политический PR (Серия «Маркетинг для профессионалов»). - СПб: Питер, 2003. - 544 с.
73. Ольшевский А. Структура избирательного штаба: «корень зла» или фундамент победы? // «Выборы. Законодательство и технологии», октябрь 2001, № 9-10. С.32-36.
74. Основы теории коммуникаций. Под ред. Проф. М.А. Василика. - М.: Гардарики, 2006. – 615 с.
75. Осокина И. Выборы-95: Опыт побед и поражений. Практические вопросы организации избирательных кампаний. – М.: «Независимая служба мира», 1995. – 213 с.
76. Официальная группа «Агитируй Химки» в социальной сети «ВКонтакте». URL: <http://vk.com/khimki2012> (дата обращения 25.05.2013).
77. Официальная группа «Агитируй Химки» в социальной сети «Facebook». URL: <http://www.facebook.com/groups/khimki2012/> (дата обращения 25.05.2013).
78. Панарин А. С. Политология. О мире политики на Востоке и на Западе. – Изд-во: Университет, 2000. – 320 с.
79. Парк Р. Город как социальная лаборатория // «Социологическое обозрение», т. 2. № 3. 2002. – 112 с.
80. Партии и выборы: Хрестоматия, ч.1 / Отв. ред и сост. Н.В.Анохина, Е.Ю.Мелешкина. - М.: ИНИОН РАН, 2004. – 150 с.
81. Паршин П.Б. Лингвистические методы в концептуальной реконструкции // Системные исследования – 1986. М., 1987. 403 с.
82. Перцев А.В. Почему Европа не Россия. Как был придуман капитализм. – М.: Академический проект, 2005. – 384 с.
83. Политические коммуникации / Под ред. А.И. Соловьева. - М.: Аспект Пресс, 2004. -332 с.
84. Политолог Алексей Макаркин считает, что прямые выборы мэров возвращаются // Алтапресс.ру. – URL: <http://altapress.ru/story/84159> (дата обращения 25.04.2013).
85. Поппер К. Пропорциональная система противоречит демократии // Демократия.ру. - URL: <http://www.democracy.ru/curious/democracy/Popper_democracy.html> (дата обращения 25.04.2013).
86. Политическая коммуникация. Ключевые концепты: Даррен Дж. Лиллекер – Москва, Гуманитарный центр, 2010 г. - 300 с.
87. Полуэктов В. В. От двери к двери. Полевые технологии в избирательных кампаниях. – М.: «Русская панорама», 2002. - 240с.
88. Полуэктов В. В. Полевые и манипулятивные технологии. Настольная книга менеджера избирательных кампаний. – М.: «Русская панорама», 2003. - 464с.
89. Похимичить // Livejournal.com: «Живой журнал». - URL: <http://navalny.livejournal.com/740257.html> (дата обращения 25.05.2013).
90. Почепцов, Г. Г. О коммуникативной типологии адресата // Речевые акты в лингвистике и методике. — Пятигорск: Изд-во ПГПИИЯ, 1986. - С. 10-17.
91. Прокофьев В.Ф. Тайное оружие информационной войны: атака на подсознание.– М.: СИНТЕГ, 2003. – 408 с.
92. Савельзон, О. Политика эффективности новое решение Текст. / О. Савельзон // Вопросы философии. - № 10. - 2004,- С. 3-19.
93. Савельзон О. Свобода выбора и процедурная рациональность. // ecsocman.hse.ru: Федеральный образовательный портал: Экономика. Социология. Менеджмент. - URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/2010/12/15/1214861414/Savelzon.pdf> (дата обращения 25.04.2013).
94. Санаев А. Выборы в России. Как это делается. – М.: Ось, 2005. – 240 с.
95. Саид Э. В. Культура и империализм. Владимир Даль, 2012. 736 с.
96. Седов, JI. Роль СМИ в избирательных кампаниях // Экономические и социальные перемены. № 1. - 2000. - С. 32-35.
97. Сеннетт Р. Коррозия характера. Новосибирск - М.: ФСПИ, «Тренды», 2004. – 296 с.
98. Сепир Э. Язык. Введение в изучение речи. Директ-Медиа, 2007. – 447 с.
99. Скрипкина Ж. Б. Избирательные системы и технологии. – М.: Вузовский учебник, 2005. – 174 с.
100. Слотердайк П. Сферы. Макросферология. Т. II. Глобусы СПб.: Наука, 2007. – 487 с.
101. Смирнов В. Аферы на выборах. Алгоритм, 2008. – 240 с.
102. Соловьев А. Политология: политическая теория, политические технологии. - М.: 2000.
103. Сухов А. Н., Трыканова С. А. Выборы: теория и практика. Учебное пособие. – Москва-Воронеж: МПСИ Модэк, 2006. - 256 с.
104. Твардовский Д. В. Концепция коммуникативной рациональности в трудах Ю. Хабермаса Д. В. Твардовский: Автореф. дис. . канд. филос. наук. М.: МГУ. - 20 с.
105. Тер-Газарян А. В. Выборы как политический институт в условиях современного российского общества. Автореф. дис. . канд. филос. наук. - М.: Инс-т Молодежи, 1995. 28 с.
106. Технология предвыборной работы «от двери к двери». Методические рекомендации Выпуск № 4 / Коллектив авторов – Пешков В.П. и др. - М.: Комиссия ЦК КПРФ по проведению выборных кампаний, 2003. – 36 с.
107. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. М.: АСТ, 2004. — 672 с.
108. Тоффлер Э., Тоффлер, Х. Революционное богатство. М.: АСТ, 2007. – 576 с.
109. Тоффлер Э. Шок будущего М.: ООО «Изд-во ACT», 2001. - 560 с.
110. Трахтенберг А. Д. СМИ и политика: как региональные СМИ конструируют региональный электорат. // Российская ассоциация политической науки - URL: <http://rapn.ru/library.php?d=248&n=35&p=10> (дата обращения 25.04.2013).
111. Трубина Е.Г. Город в теории: опыты осмысления пространства. М.: Новое литературное обозрение. 2010. – 518 с.
112. Филлипс JI. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков: Изд-во Гуманитарный центр, 2004. - 336 с.
113. Фомичева И. Д. Выбор без дискурса // Демократия.ру URL: [www.democracy.ru/library/practice/media/mediainregelect2001/pagel9.html](http://www.democracy.ru/library/practice/media/mediainregelect2001/pagel9.html) (дата обращения 25.04.2013).
114. Фуко М. Порядок дискурса //Его же. Воля к истине: по ту сторону власти, знания и сексуальности. Работы разных лет. Пер с франц. – М., Касталь, 1996. – с 47-96.
115. Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия // Вестник Московского университета. Серия 7: Философия. – 1993 – №4 – с. 43-63.
116. Хабермас Ю. Производительная сила коммуникации. Демократия. Разум. Нравственность. М.: АО «KAMI», изд. центр «ACADemia», 1995. - 245 с.
117. Хазагеров Г. Г. Политическая риторика. М.: ЦПК «Никколо М», 2007. – 314 с.
118. Черепанова И. Ю. Заговор народа. Как создать сильный политический текст. – М.: КСП+, 2002. – 464с.
119. Чернышов А. Г. Выборы в России - выбор для России. – М.: Глобулус, 2007. – 232 с.
120. Шейгал, Е. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004. - 326 с.
121. Широбоков С. А. Особенности современной политической и электоральной культуры России. Автореф. дис. . канд. филос. наук. -М.: Рос. ун-т дружбы народов, 2000. 18 с.
122. Широков О. Административный ресурс: во вред или во благо? // «Выборы. Законодательство и технологии», сентябрь 2000, № 7-8. С. 28-31.
123. Элиас Н. О процессе цивилизации: Социогенетические и психогенетические исследования. М.; СПб, 2001. – 289 с.
124. Янбухтин Э. Х. Единая Россия. Технологии успешной избирательной кампании. – М.-СПб: Вершина, 2008. - 144 с.
125. Alterman Е. What liberal media? : the truth about Bias and the news Текст. / Eric Alterman. -N.Y.: Basic Books, 2004. – 357 pp.
126. Banham R., Vidler, A. Los Angeles: The Architecture of Four Ecologies. University of California Press, 2001. – 271 pp.
127. Bourdieu P., Haacke H. Free Exchange. Polity Press, 1995. – 145 pp.
128. Bryant J. Fundamentals of media effects Текст. / J. Bryant, S. Thompson. -NY: The McGraw-Hill Companies, 2002. – 432 pp.
129. Buchanan J. Post-Socialist Political Economy Текст. / J. Buchanan. -Selected Essays. Cheltenham: Edward Elgar, 1997. - 285 pp.
130. Davis M. City of Quartz. Vintage, 1990. – 462 pp.
131. Fairclough N. Media Discourse Текст. / N. Fairclough. London: Adward Arnolds, 1995. - 224 pp.
132. Formizano Ronald P. The concept of political culture / Ronald P. Formizano // The journal of interdisciplinary history. Vol. XXXI. - No 3. -Winter, 2001. - pp. 393-426.
133. Foth, M. Urban Informatics: The Practice and Promise of the Real-Time City. Information Science Reference, 2008. – 506 pp.
134. Gleaser E.L. Triumph of the City: How Our Greatest Invention Makes Us Richer, Smarter, Greener, Healthier, and Happier. Penguin Press HC, - 2011. – 352 pp.
135. Grey L. How to Win a Local Election. M. Evans & Company; 3rd edition, 2007. – 259 pp.
136. Introduction to communication studies (2 edition) Текст. / Edited by Fiske John. London: Routledge, 1990. - 204 pp.
137. Hall P.G. Cities of Tomorrow: An Introduction to Fieldwork and Instrumental Techniques. Wiley-Blackwell, 2002. – 576 pp.
138. Hall S. The Work of Representation Текст. / S. Hall / Representation: Cultural Representations and Signifying Practice. London: SAGE, 1997. - pp. 15-71.
139. Herbert G. Democracy and the news Текст. / G. Herbert. London: Oxford University Press, 2003. - 168 pp.
140. Jacobs J. The Death and Life of Great American Cities. Random House, 2002. – 472 pp.
141. Kahneman D. Maps of Bounded Rationality: A perspective on intuitive judgment and choice Текст. / D. Kahneman. Les Prix Nobel 2002, (Ed. T. Frangsmyr). - pp. 416-499.
142. Katz E. Personal influence. The part played by. people in the fow of communication Текст. / E. Katz, P. Lazarsfeld. NY, 1955. - 308 pp.
143. Mumford L. The City in History: Its Origins, Its Transformations, and Its Prospects. Mariner Books, 1968. – 784 pp.
144. Pratkanis A. Age of propaganda: the everyday use and abuse of persuasion Текст. / A. Pratkanis, E. Aronson. N.Y.: W.H. Freeman and company, 2001. - 384 pp.
145. Shaw C. The Campaign Manager: Running and Winning Local Elections. Westview Press; Fourth Edition edition, 2009. – 448 pp.
146. Soja E. City: analysis of urban trends, culture, theory, policy, action, Volume 7, Number 3, November 2003 , pp. 269-281.
147. Soja E. Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real and Imagined Spaces. Cambridge, MA: Blackwell, 1996. – 348 pp.
148. Thompson John В. Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. Oxford: Polity Press, 1990. – 489 pp.

# Приложение 1

*Кандидат на выборах мэра Химок, председатель центрального совета партии «Альянс зеленых» Олег Митволь:*

**- Дайте общую характеристику предвыборному периоду в Химках. Был ли задействован административный ресурс?**

- В Химках не было равных прав на агитацию. Преимущество имел исполняющий обязанности мэра. Его информационными плакатами было уклеено все придомовое пространство. Кроме того, категорически низкой была кампания по информированию жителей о проходящих выборах. Как следствие была очень низкая явка. Я, как человек, который проводил выборы в муниципалитете в 2004 году, могу сказать, что у нас на каждом подъезде была информация о том, что будут выборы, когда это случится, номер вашего избирательного участка и так далее.

К сожалению, в Химках администрация делала все, чтобы уровень осведомленности о проходящей кампании был максимально низким. Это понятно, это технология. Там основной упор делался на группы работников ЖКХ, муниципальных предприятий, для которых организовывался подвоз автобусами. Другие граждане не имели возможности получить информацию, где их участок и так далее.

Кроме того, очень много было вопросов по дню голосования. Это изменяющиеся списки и дополнительные листы избирателей, надомные голосование. К сожалению, все эти вопросы повторяются от выборов к выборам.

Понятно, что на этих выборах были вопросы, касающиеся и средств массовой информации. Местные газеты писали только о том, какой мужественный человек исполняющий обязанности, а про остальных не писалось ничего позитивного, только в негативном ключе.

Был также большой скандал о том, что сотрудники ТИКа являются еще и сотрудниками унитарных предприятий, подчиняющихся городской администрации. Это все не добавляло доверия к результатам выборов.

**- Расскажите, использовались ли так называемые «черные технологии»?**

- Я единственный кандидат, в отношении которого вышло пять различного вида газет, которые можно отнести к черному пиару. Описание моего дома и вранье про мою работу. Фактов, подтверждающих это, ни у кого не было. Денег никто не жалел. Еще было организовано нападение на наш штаб.

Понятно, что все усилия по моему очернению были сделаны после измерения антирейтингов Евгении Чириковой. Местные власти поняли, что единственный конкурент это я, поэтому направили дорогостоящую волну черного пиара против меня. И именно поэтому Евгения Чирикова отказывалась от всяческого сотрудничества.

**- Как вы считаете, сказалась ли коммуникационная активность кандидатов на полученных ими результатах?**

- Я получил первый результат среди выдвиженцев от различных партий. Представители парламентских партий остались далеко позади. Например, ЛДПР, по-моему, набрали в 15 раз меньше голосов. При этом правящей партии там вообще не было. Это тенденция всех последних выборов в Московской области. Почему-то кандидаты от «Единой России» идут как самовыдвиженцы. К этому спокойно относятся, но это выглядит совсем не нормально, когда в Москве и области органы муниципальной власти формируются без участия правящей в стране партии.

Мы работали активно. И если бы не волна черного пиара и не вопросы, которые задавались в день голосования – почему в Химках в этот день сломалось КОИБов больше, чем во всей области? Аномальный падеж (*смеется*). Я уверен, что если бы всего этого безобразия не было, все шансы выиграть выборы были.

**- Какие ошибки допустили проигравшие кандидаты?**

- Делали все правильно. И если бы не беспардонное использование административного ресурса и не эта мутная история с днем голосования и доступом к возможности агитации, результаты были бы другие. Я считаю, рано или поздно это навредит власти – люди-то все видят.

**- Как вы оцениваете активность кандидатов во время предвыборной кампании?**

- Активную агитацию проводили только те, кто рассчитывал выиграть, и таких кандидатов было трое: Шахов, я и Чирикова.

**- А Паук?**

- Это так называемая демотивирующая кампания, чтобы люди не пришли на выборы. То же самое сейчас было использовано в Жуковском. Я надеюсь, что областные технологи придумают что-то другое, потому что это бьет, конечно, по авторитету областных властей.

# Приложение 2

*Сотрудник «белого» предвыборного штаба Олега Шахова (анонимное интервью)*

**- Дайте общую характеристику предвыборному периоду в Химках.**

- Кампания была довольно шумная, скандальная. Было большое количество проверяющих органов, что создавало определенные неудобства, но в ресурсах никто не отказывал. Достаточно финансово емкая получилась процедура. Много людей: на наших ежедневных планерках было человек по 20-25. Это представители администрации города и области, представители партии, наши штабные структуры.

**- Можно ли назвать отличительные качества химкинской кампании? Или все прошло по классической схеме?**

- Не сказал бы, что кампания проходила по классической схеме. Во-первых, Шаховым была разработана очень продуманная и взвешенная стратегия. Довольно серьезное количество дублеров, двойников и спойлеров. Для каждого из них создавался отдельный штаб, отдельно для каждого прописывалась стратегия, которая позже вшивалась в крупную историю. Это очень интересная история. Во-вторых, возможность взаимодействия с конкурентами. Серьезных было два – Митволь и Женя Чирикова. В принципе каждый из них предоставлял большое количество поводов, на которые нужно было реагировать. Третий момент – избиратели. Для меня это первая кампания в столичном регионе. По сравнению с остальной Россией и даже Украиной, люди здесь, по большей части, лишены бытовых проблем. Здесь все находится на хорошем серьезном уровне. Поэтому был вопрос, каким образом замотивировать человека, чтобы он пришел на выборы и проголосовал за кого надо. Искали ниши.

**- Назовите основные формы электоральной коммуникации, которые использовались кандидатами.**

- На Шахове были задействованы все возможные каналы коммуникации: медийка, «от двери к двери», пакетное голосование (работа по муниципальным предприятиям и коммерческим организациям), вся наружка и личное общение, работа приемных.

Конкуренты. У Митволя была серьезная наружная программа, массовые пикеты с раздачей агитматериалов, передвижные пункты приема – фирменные ГАЗели возили его к населению. Некоторые вчерную пошли, делали провокации в сторону Шахова, стены до сих пор исписаны.

У Жени Чириковой выстраивалась весьма своеобразная коммуникация. Я уверен, что она работала не столько на пост мэра, хотя надежда все же была, сколько на личный медийный капитал. Работала не вовнутрь, а вовне. Это интернет, блогосфера, околозарубежные СМИ, внешняя программа была, но она была фрагментрна. Это десанты, которые они организовывали всем миром. Не сказать, что это было эффективно. Паук – веселый парень. Он провел митинг-концерт. Это было весело, я сам был на нем, и меня удивила публика: фанаты приехали на поддержку, а из местного населения – мамы с колясками, бабушки и старички-пенсионеры с болонками в беретах. Пришел какой нужно контингент. На них он возымел свое воздействие. Неординарная идеология. Штаб Паука под воздействием ряда веществ сидели и просто из головы доставали самый трэш, а пипл схавал – четвертое место. У него еще была расклеечка, но так, чтобы стучался в двери, не было.

**- Как вы считаете, сказалась ли коммуникационная активность кандидатов на полученных ими результатах?**

- Параллель между технологией и результатом можно провести очень прямую. Я считаю, что свое дело сделали технологии. Кандидат Шахов – человек абсолютно новый и неизвестный. Он за полтора месяца до выборов узнал, что баллотируется. Нужно было решать вопрос узнаваемости и рейтинга.

Остальные участники: Чирикова уже здесь пыталась, попытку делала, поэтому была базовая известность, какой-то бэкграунд по ней шел, но поскольку она специфический человек и специфическая идеология, которую не все понимают, то эти факторы работали не в ее пользу. Она получила даже больше, чем должна была, если судить по эффективности ее работы. Эти фрагментарные высадки десанта… Видимо, это произошло на фоне ее оппозиционной риторики. Часть протестного электората она оттянула на себя.

Митволь. Узнаваемость федерального уровня дала о себе знать. На момент выдвижения у него уже был багаж узнаваемости и рейтинга, также работа, которая велась его штабом, - хорошая и системная, с использованием крупных ресурсов. Эффективность. Он, наверное, должен был набрать то, что получила Чирикова, а она наоборот. Я так считаю.

**- Какую роль в победе Шахова сыграл административный ресурс? Многие кандидаты жаловались на блокирование доступа к СМИ и цивилизованным площщадкам.**

- Действительно, легальная защищенная расклейка была использована только Шаховым. Но это вопрос, скорей, не административного ресурса, а юридического. У других кандидатов не хватило юридической квалификации, чтобы осуществить расклейку. Это же коммерческие организации осуществляют. Понятно, что сверху сказали, что кроме Шахова никого не вешать, но если бы юристы кандидатов в свое время подсуетились и сделали грамотно свою работу, довели дело до суда, они вполне могли повиснуть. Это их недоработка.

В принципе, было бы странно, что целевая установка на защищенную расклейку была не на Шахова.

Другие СМИ. Со СМИ в Химках не очень густо из-за близости к Москве. Есть Химки-ТВ и еженедельная газета, официальное издание города. На бесплатной основе публиковали, на платной тоже. Митволя и Чирикову ставили, но не очень охотно. Я не отрицаю, что административный ресурс использовался, он не мог не использоваться. Однако его применяли юридически очень грамотно и точно. То, что кто-то где-то не появился – это недоработка их юристов.

**- Также говорилось, что не было достаточного информирования жителей о предстоящих выборах.**

- Не очень нужна была высокая явка. Шаховский штаб строил расчет на пакетное голосование – на предприятиях, про которые известно было, что они готовы. Каждой из этих ниш было сделано конкретное предложение, почему они и стали голосовать. Например, в Химках много предприятий ракетно-космической отрасли, это техническая интеллигенция. Шахов пошел на контакт с ними выслушал просьбу добиться для Химок статуса наукограда. Это очень вкусно для них. В этом отношении людей не нужно мотивировать. Такого предложения не мог сделать ни один из кандидатов. Митволь из-за своей зеленой тематики, Чирикова – из-за протестной. Жители посмотрели на Жуковский и Зеленоград, и тоже захотели получать преференции из федерального центра, иметь относительно закрытую от приезжих форму. Потому что приезжие – кость в горле. Такой, ностальгический фон. Многие вспоминали 60-е, когда у них тут все росло и цвело.

# Приложение 3

*Сотрудница «черного» предвыборного штаба Олега Шахова (анонимное интервью)*

**- Дайте общую характеристику предвыборному периоду.**

- Я была на последнем месяце этой кампании. И, на мой взгляд, ее практически не было. Она была незаметна именно в Химках. Может быть, в СМИ была и другая ситуация, но по спокойствию в городе можно сделать вывод, что борьба была нулевая. Оппозиционные кандидаты вели себя абсолютно не оппозиционно. Все их акции были неяркие и тихие. Единственно, грязные технологии были применены, когда весь город был изрисован баллончиками «За Шахова».

И хотя Шахов был выдвиженцем от власти, его кампания тоже не была активной – несколько билбордов по городу, несколько выпусков газет, небольшие листовки, календарики. Но в целом, кампания была незаметна для людей. Они, по-моему, даже и не знали, когда будут выборы.

**- Это административный ресурс или пассивность кандидатов?**

- Тогда был Шойгу губернатором Московской области. Он сразу дал установку, что выборы будут честными. И даже местные политтехнологи говорили, что он сошел с ума и мы отказываемся работать на условиях, когда нам говорят, что все должно быть честно и красиво.

Но и сама позиция кандидатов имеет место быть. Такое ощущение, что они вообще не рассчитывали победить. Что Митволь, что Чирикова. Я считаю, что сами кандидаты, их штабы, их ресурсы не были ориентированы на победу.

Никакого тотального запрета со стороны администрации я не наблюдала. Пожалуйста, приходите, заявляйте о себе, рассказывайте. Там только у Чириковой был последний плакат красивый, в стиле Обамы. Можно было сказать спасибо ее технологам. Вся остальная продукция была низкого качества, без души, без желания что-то людям объяснить.

**- Назовите основные формы электоральной коммуникации, которые использовались кандидатами.**

- Нам постоянно приносили продукцию, выпущенную другими кандидатами. Все в итоге свелось к нескольким газетам. По-моему, максимум выпустил газет Шахов. Остальные по одной. По нескольку листовок. В общем, классические формы агитации. На мой взгляд, слабо был использован интернет, где можно было делать яркие заявления.

Классические формы, стандартная агитация, минимальное их использование. Не скажу, какие у них были бюджеты, но если нормальные, то такое ощущение, что они просто решили деньги поделить.

**- Расскажите о работе вашего штаба. Какие перед вами ставили задачи, просили ли креатива?**

- Не знаю, насчет «белого» штаба, но мы сами перед собой ставили задачи и хотели делать креатив. Скорей всего, их не просили. Сделайте, чтобы был Шахов. Для галочки.

**- Как вы считаете, сказалась ли коммуникационная активность кандидатов на полученных ими результатах?**

- Выборы мэра не выборы депутатов. Это хозяйственная должность и предполагает владения определенными знаниями, а не просто умения кричать с трибуны, как это делают депутаты. Я думаю, что если бы был достойный кандидат, с подходящими качествами, то раскладка результатов могла бы быть иной. Но в данном случае, влияет личность. Не все было предопределено и ясно.

**- Повлиял ли доступ Шахова к административному ресурсу на его победу? Проигравшие кандидаты жаловались на незаконные ограничения в агитации.**

- Это были просто жалобы. Есть примеры – Ярославль и Тольятти, где прошли в мэры оппозиционные кандидаты, у которых не было никакого доступа к административному ресурсу. Присутствие во власти, конечно, многозначительный фактор, но бороться всегда нужно. Как бы отрицательно я ни относилась к «Единой России», в данном случае иного достойного мэра выбирать было не из кого.

**- Какие черные технологии вы использовали в работе?**

- Все черные технологии, которые были использованы против Митволя и Чириковой, были основаны на достоверной информации из открытых источников, в интернете. Нам никакой инсайдерской информации, никаких выписок никто не давал. Это было сопоставление фактов, которые уже есть. Не более того. Так что назвать это черной агитацией сложно, это была аналитическая работа.

То, что использовалось против Шахова – без комментариев. Откровенная чернуха. Производители рассчитывали, что люди просто поверят. А мы рассчитывали на людей читающих, которые смогут проверить нашу информацию и удостовериться, что это именно так.

Ребята Митволя испортили весь город краской. Это низкий уровень, ширпотреб. Фантазии на большее не хватило. Хотя финансами кандидат располагал, чтобы нанять других людей, которые могли бы нарыть что-то интересное на Шахова. Все зависит от требований, которые предъявляются к качеству продукции.

Для чего все это использовалось? Сейчас есть уже некий ритуал: руководитель кампании, политтехнолог держит в голове обязательно наряду с белой кампанией проводить и черную. Это все вписано в бюджет изначально.

**- Какие-то цифры можете озвучить? Как оплачивалась ваша работа?**

- Минимальная зарплата специалиста штаба – 150 тысяч рублей. Если какая-то руководящая должность – от 250 тысяч рублей. Денег платили нормально. Причем такие ставки не только у «Единой России», такие же ставки и у Митволя, и у Чириковой.

# Приложение 4

*Кандидат на пост мэра Химок, лидер группы «Коррозия металла» Сергей Паук Троицкий:*

**- Дайте общую характеристику избирательной кампании в Химках. Сложно ли было противостоять опытным политикам?**

- Я считаю, что Химкинская миссия – 2012 нами выполнена! Конечно, мы как бы официально и проиграли тактическую «Битву за Химки», но мы победили стратегически, в глобальном масштабе. Наши идеи и прогрессивная программа получили грандиозную поддержку на территории всей России и зарубежья. Например, если б это были не выборы в Химках, а в Госдуме, мы бы получили целую фракцию. Ничего, мы ещё вернёмся, и, как говорил Зеп Дитрих, «Ну, что ж проиграли?! Начнём всё сначала!».

Наша битва за Химки была не подковерной махинацией мелких жуликов от псевдополитики! Наша битва за Химки была не конкуренция с серыми ничтожествами от непонятных группировок! Наша битва за Химки была не борьба с Чириковой, мало того, мы ей выдали продуктов и бухла! Наша битва за Химки была битвой мировоззрений, битвой светлых сил против вселенского зла!

Когда какие-то люди называют меня спойлером, например, да, то спойлеры – это, прежде всего, они, эти люди, например. Серые какие-то выдвиженцы, например, от каких-то там непонятных партий... То ли от оппозиции... Что они несут, например! В ихних программах никакого креатива, ни угару, максимум - допустим, какие-то разговоры о каком-то ЖКХ, на две копейки понизить-повысить. Это они спойлеры, потому что они для партии власти создают бэкграунд, например, то, что они участвуют, устраивают мышиную возню. Как раз на фоне вот этого всего бэкграунда партия власти может протолкнуть любого своего кандидата, который будет полностью легитимен.

**- Как вы считаете, можно ли говорить о прямой зависимости между активностью кандидатов и полученными ими результатами?**

- По реальным отчётам, а не по обнародованным, за нас проголосовало 6,88%, а не 3,2. Конечно, мне было печально, что прогрессивные 6,88% избирателей, из-за всех остальных тупых остались без дирижаблей, парков ужаса и зоопарка. Тёмная масса в очередной раз проголосовала за «лишь бы не было войны», за адские пробки и серые будни, а не за сказочные залы «Лас Вегас-2» и успокаивающий шелест Химкинского моря. Да и вообще против радостной и светлой жизни.

Я вообще абсолютно как бы не ориентируюсь на этих людей, например, на тупых обывателей, которые, это, голосуют за деньги или "лишь бы не было войны", например, да.

Ведь вы знаете, что в Химках дворники обнаружили двадцать или пятнадцать тысяч зеркал после выборов, например. Почему? Потому что, например, допустим, человек, который голосовал, "лишь бы не было войны", например, против меня, когда человек подходил к зеркалу, у него на лбу высвечивалось: "Я идиот и дебил, например, голосовал против радостной жизни, против Парка ужасов, механических зайцев и дирижаблей, например".

Наша задача, например: создать новое поколение угарных людей, которые ориентируются на современные технологии, модные фишки, например, да, называется. Если поднять волну, то через 10-15 лет уже в обществе создастся громаднейший процент людей, например, да, называется, можно сказать. Они уже будут с другими совершенно мозгами, например, да, называется, и задача нашей тусовки - поверить в эту мечту, что когда-то, например, мы все равно сделаем это. И дико угорим, например.

*По желанию самого Сергея Троицкого, интервью написано по материалам его ЖЖ, текст заверен с автором.*

# Приложение 5

*Заместитель руководителя аппарата Центрального совета партии «Альянс зеленых» Сергей Малиновский:*

- **Дайте общую характеристику предвыборному периоду в Химках.**

- Это были очень грязные выборы. У нас весь штаб был уклеян всякой гадостью, выпущенной в отношении разных кандидатов. Избирательный фонд, по закону, ограничен 1 млн рублей. Понятное дело, что все кандидаты превысили точно. Если посмотреть по количеству агитматериалов, которые были выпущены, очевидно, что кампания была федерального уровня, но не местечкового. И админресурс тоже был, конечно, запредельный.

**- В чем он проявлялся?**

- Конкретный пример: когда наши люди пошли подавать заявление на регистрацию людей в УИКи, перед нами просто закрыли дверь. Последний день и просто никого не пускают. Только поле звонков в прокуратуру, в полицию и СМИ дверь открыли и приняли документы. Таких случаев было много. Понятно, что все коммунальные директора, учителя и прочие бюджетные работники были заточены под одну цель. Да и если посмотреть результаты голосования по разным участкам, даже соседние показывали совершенно разные результаты. Там, где стояли КОИБы, они были иные.

**- Какие отличительные особенности избирательной кампании вы можете назвать?**

- Все понимали, что это будут громкие выборы, которые состоялись сразу после принятия нового закона «О политических партиях», ожидали, что это будет глоток свежего воздуха, что что-то поменяется. Но когда мы начали работу, стало понятно, что это абсолютно классическая кампания со всеми приемами, которые всегда использовались.

Но в целом была интересная кампания. Даже участие якобы независимого кандидата, про которого все понимали, что он идет от «Единой России» (Шахов). Это, по-моему, был первый случай, когда сам кандидат стеснялся признаться, что он от партии власти, сознательно была выбрана концепция, что он как будто независимый.

Впервые был сильный кандидат от несистемной оппозиции – Евгения Чирикова. Впервые участвовало столько «зеленых» кандидатов – Митволь и Чирикова. Не помню, чтобы еще где-либо было столь сильное «зеленое» представительство. К тому же они заняли второе и третье место.

Ну и плюс интертейнмент: был кандидат, который сознательно ставил на фанк-кампанию. До этого мне была известна только одна подобная кампания – в Исландии, когда партия под названием «Самая лучшая партия» выдвигалась в Рейкьявике и получила большинство. Ее лозунгами были «нового белого медведя в зоопарк», «всем бесплатные полотенца в бассейне» и так далее. То есть такие лозунги, которые далеки от традиционной политической риторики.

Оценить, насколько деятельность Паука была эффективна не представляется возможным, поскольку никто не знает, кто из кандидатов сколько набрал реально.

**- Можно ли проследить прямую зависимость между активностью кандидатов и набранными ими результатами?**

- Нет, и это не только в Химках – вообще по любой кампании. Пропорциональной зависимости нет. Зависимость есть от того, насколько зоркие наблюдатели на избирательных участках. Например, у Митволя было на каждом избирательном участке работало по два наблюдателя. И то это не помогло защитить все голоса. Но если бы их не было, были бы совсем другие результаты. От коммуникации кандидатов результаты напрямую не зависят.

**- Какие формы коммуникации использовали кандидаты?**

- Что касается коммуникаций, все было достаточно стандартно. С учетом того, что такая местечковая избирательная кампания вылилась в федеральные СМИ. Безусловно, из-за Чириковой, которая получила популярность на Химкинском лесе.

# Приложение 6

*Кандидат на пост мэра Химок Евгения Чирикова*:

**- Дайте общую оценку предвыборной кампании в Химках? Насколько тяжело было участвовать в ней как кандидату? Было ли сопротивление со стороны администрации?**

- Это была полностью волонтерская кампания, что является некой экзотикой для нашей страны. Противодействие было очень серьезным. Даже если мы вспомним, как мы ездили с Ксенией Анатольевной в троллейбусе и нас просто за разговор с людьми высадили. Даже кондуктор знал, куда звонить «если что».

Я не совсем понимаю, как это удалось реализовать в таком городе. Я считаю, что основная кампания была связана не с этим противостоянием, а с тем, что не было достаточной возможности для того, чтобы проинформировать людей идти на эти выборы, не было возможности у меня в той же мере обращаться к жителям, как, например, у кандидата от партии власти. У него была возможность бесплатно печататься в местной газете «Химкинские новости», за бюджетные деньги ее бесплатно разносить в каждый ящик. А мне, что бы я ни захотела сделать, все приходилось оплачивать из фонда, который пополнялся очень тяжело через Сбербанк, и люди не всегда могли донести мне свои деньги.

Препоны через Сбербанк тоже ставились изо всех сил. У кандидата от партии власти была возможность пользоваться административными ресурсами, доносить ему информацию было более легко. Не все знали вообще, что будут выборы, и получив эту газету от кандидата от партии власти, многие, может, вообще не захотели на них идти, потому что противно, потому что «за них уже все решено».

Если бы у всех были равные возможности, то картина была бы иная. Тем не менее, эта волонтерская кампания показала, что мы смогли привлечь на выборах в два раза больше людей, чем это было на выборах по стране.

**- Охарактеризуйте основные формы коммуникации с избирателями?**

- Я не такой большой знаток выборных технологий – всего два раза участвовала в выборах. Мы и в прошлый раз и в этот использовали одни и те же методы: обращения через предвыборные материалы, личное общение на улицах. А десанты, когда приезжали хорошие люди – Леша Навальный, Миша Шац, Таня Догилева, Ксюша Собчак – и поддерживали нас, это, наверное, новое. В прошлый раз мы себе такого не могли позволить. Это тоже действовало очень хорошо.

У нас в основном была практика: мы шли от двери к двери. Конечно, весь наш город обойти было невозможно, тем более выборы были очень быстрые. Мне кажется, что какого-то супер ноу-хау мы не сделали, просто честно пытались использовать ту палитру действий, которая у нас была. Я уверена, что если бы у нас было больше времени на подготовку, не два месяца - это все-таки были досрочные выборы – а более серьезная подготовка, хотя бы пару лет, то бы выиграли конечно.

**- Обозначьте ошибки в своей кампании и, если возможно, в кампаниях других кандидатов?**

- Самое главное – у нас не было своего рупора. Та газета, которая против нас работала, «Химкинские новости», - это городская газета, которая полностью подконтрольна администрации. А нашего рупора не было, он был забит битами и лежал в тяжелом состоянии – Миша Бекетов. К сожалению, первое, что нужно сделать – это создать местную газету, если вы серьезно хотите баллотироваться. Сделать это необходимо еще и потому, что это ваш рупор, и вы можете доносить то, что реально происходит в городе. Без этих патриотических вестей с полей.

Издание газеты – вещь серьезная. Когда мы пытались, у нас ничего не вышло, на нас тут же наехала прокуратура. При том противодействии, которое мы постоянно испытывали в Химках, при тех нападениях на наших общественных активистов, которые не закончились нападением на Бекетова, не все легко и благостно у нас.

**- Можете что-либо сказать о черных технологиях, которые использовались в Химках?**

- Я не очень их отслеживаю, они мне малоинтересны. Это больше к политтехнологам. Я не считаю, что это то, что следует брать во внимание. Когда вы беретесь серьезно за какое-то хорошее дело – я и в кампанию по защите Химкинского леса исходила из этого принципа – не обращайте внимания на людей, которые работают против вас. Вы больше обращайте внимание на людей, которые хотят донести правду. Правда всегда выход найдет и на эти черные технологии смотреть – только расстраиваться.

**- Как вы считаете, победа кандидата от партии власти – это победа административного ресурса или же это была честная схватка?**

- Понятно, что схватка была нечестная. Даже если мы вспомним участок, на котором произошла драка из-за того, что его руководитель не хотел показывать журналы наблюдателям. А показывать должен был. Людей почему-то оказалось значительно больше, чем проживает по данному микрорайону.

Схватка в сегодняшних условиях и не может быть честной, но это не означает, что не надо участвовать в выборах. Потому что выборы сейчас – это прежде всего возможность получения голоса, обретения голоса и донесения до людей своей позиции, программы. Это, прежде всего, влияние на сознание людей, они на этот момент прозревают, у них есть шанс увидеть реальность. И этот шанс нельзя упускать.

# Приложение 7

*Работник предвыборного штаба Олега Митволя (анонимное интервью)*:

**- Дайте общую характеристику предвыборной кампании в Химках? Оценку активности кандидатов?**

- Это была исключительная кампания, с самого начала она была федерального уровня, в ней участвовали, несмотря на то, что это муниципалитет, фактически район Московской области, кандидаты федерального значения. Чирикова, которая имеет известность международного уровня, имеет связи в государственном департаменте. Митволь, который был замом министра и префектом Северного административного округа. Шахов – фигура, которая занимала достаточно серьезные должности на Дальнем Востоке, в момент, когда он пошел на главу, он был вице-губернатором. Кроме того, там были фигуры, значительные на местном уровне и в качестве черной технологии использовали Сергея Троицкого – для девальвации института выборов.

На этот проект были затрачены большие средства, понятно, кем они были затрачены. Была произведено административное увольнение – самовольный уход бывшего главы Стрельченко. В этой связи выборы и проводились. Тем не менее, протестной повестки в целом в городе не наблюдалось. Возможно, федералы были обеспокоены серьезным успехом со стороны Чириковой – лидера протестного движения федерального масштаба – и предпринимали усилия, чтобы не допустить занятия ею мэрского поста или серьезного процента на голосовании.

Химки – достаточно благоустроенный город, не имеющий больших проблем. Зеленая тематика, тематика леса оказалась не интересной для большинства населения. Результаты опросов подтвердили результаты выборов. Неплохой результат показал Олег Митволь. Наверное, самая красивая избирательная кампания была у него – в плане технологий.

**- Дайте экспертную оценку кампаниям разных кандидатов?**

- Чирикова. Кампанию практически не вела. Провела несколько встреч, привлекла Ксюшу Собчак, поддерживала связь с оппозиционными СМИ – с «Эхом Москвы». В конце кампании привлекла активистов, которые распространяли предвыборные материалы с ее стороны. Назвать это кампанией сложно – захвата целевой аудитории она не осуществила.

Ее высокий результат связан с федеральной узнаваемостью. Фокус-группы, которые проводили на территории Химок, всерьез ее не воспринимали, говорили, что она неадекватна и связана с госдепартаментом США.

Шахов тоже не вел кампанию практически. Они пытались выпускать какие-то материалы, но они были бездарные и бессмысленные. Но ему и не нужно было вести кампанию, потому что при низкой явке и использовании административного ресурса он бы все равно победил. Они вели активно встречи, на которые многие не были допущены. В школах и так далее. Они публиковались в местной газете, могли вешать защищенки.

Митволь вел красивую кампанию, с агитационными материалами, с определенными событиями. Но он тоже был лишен административного ресурса. Оппозиция рассматривала его как спойлера Чириковой, хотя у них разные электоральные ниши, он бывший администратор, чиновник, федеральная фигура. Набрал для партии «Альянс зеленых» - новой партии – 15%, что неплохой результат.

**- Дайте оценку применяемым черным технологиям.**

- Все они не имели значения, потому что у Шахова было отсутствие протеста и административный ресурс. В принципе я считаю, что против Шахова велась очень хорошая негативная кампания, но она была ограничена в возможностях, полевая.

**- Что против него использовалось?**

- Выпускались газеты, листовки. Против Чириковой то же самое. Но очень скоро стало понятно, что ее бессмысленно трогать, поэтому ее никто практически и не трогал. Очень четко звучала установка, что она американский шпион.

**- Какие ошибки допустили кандидаты в своих кампаниях?**

- Чирикова могла вести нормальную кампанию, но она не делала этого вообще, за исключением формальных моментов. Шахов мог не позориться с жуткими агитационными материалами, которые они выпускали. Митволь я не знаю, какие допустил ошибки.

**- Про остальных не имеет смысла говорить вообще?**

- Да, их фактически не было. Троицкий? (смеется) Он делал все правильно.

# Приложение 8

*Кандидат на пост мэра Химок, лидер партии «Города России» Юрий Бабак:*

**- Охарактеризуйте предвыборную кампанию в Химках?**

- Несмотря на то, что это муниципалитет небольшой, он имеет очень большое значение – много жителей работает в Москве и выгодное географическое положение. Условный политический вес у этого города большой, соответственно, борьба за власть в нем, как и предполагалось, была достаточно серьезной.

Игроки были самые разные. Такие, которые принимали лишь номинальное участие, технического характера. И такие, кто использовал эту площадку для политического пиара в силу большой публичности процесса. Например, Митволь. Интерес также подогревался участием Евгении Чириковой, известной по протестному химкинскому движению.

Тем не менее, нужно отдать должное, что открытые оппозиционные кандидаты – Олег Митволь и Евгения Чирикова – не получили административного противодействия на стадии регистрации. Это показательно.

Областная администрация несколько напряженно смотрела на этих кандидатов, потому что у них однозначно был свой избиратель. Тем не менее, я констатирую, что они прошли. Более того, когда я пытался снять Митволя через суд, было видно, что судья очень внимательно и объективно выслушал все доказательства, которые предоставляла и наша сторона и его. Административного барьера я не увидел.

Несмотря на массовую незаконную рекламу Митволя, которую мы видели, - на заборах, на асфальте, на гаражах – реакции не последовало. Видимо, изначально была уверенность, что кандидат Шахов сможет набрать нужное количество голосов.

**- Дайте оценку использованию административного ресурса кандидатом Шаховым, городской администрацией.**

- Лично я никаких административных барьеров не видел. Когда я был на стадии регистрации, мне возвращали документы. Мы писали запрос в ЦИК, чтобы нам прокомментировали ситуацию, каким образом все делается. Единственное, что власть делала неправильно – возвращала документы с пометкой «не соответствует законодательству». Отвечать на вопросы, в чем конкретно были наши нарушения, они отказывались. Это неоправданно. Ваша задача обеспечить объективный беспрепятственный политический процесс.

В остальном я видел барьеры со стороны конкурентов. Жизнь моих агитационных материалов длилась по 30 минут. Моя команда расклеивала, следом шли команда конкурентов, того же самого Митволя, и все снимала.

**- Охарактеризуйте формы коммуникации кандидатов? Это была классическая кампания или же вы заметили применение новаций?**

- Нового особо никто не применял. Даже мы. Вроде наш штаб хотел ярче себя показать, но в итоге кампания проходила стандартно. Использовалась внешняя агитационная реклама. Я не дорабатывал в части того, что не проводил встречи с избирателями во дворах, в учреждениях. В этом плане у Шахова было преимущество, потому что как глава города, он мог пойти с врачами организовать встречу, с учителями. Нам этого не хватало.

Собчак приезжала. Понятно, сама по себе она рейтинговая, но в остальном достаточно привычная история была. Исключение, конечно, Паук. Его многие не воспринимали всерьез, но в силу его яркости и необычности у него была высокая узнаваемость, которая с течение кампании росла.

**- Как вы считаете, можно ли говорить о прямой зависимости между активностью кандидатов и полученными ими результатами?**

- Сложно сказать. Определенно, тот, у кого больше власти, имеет фору перед остальными участниками. Но при желании, если вложить много-много денег, можно как-то рассчитывать на победу.

А кампания в Химках по срокам была очень непродолжительна. Объективно сложно было за этот период добиться реальных высоких показателей. Особенно в муниципалитетах необходима долгая работа, чтобы тебя начали замечать, узнавать.

**- Какие ошибки допустили кандидаты?**

- С учетом того, что Москва начала разные политические тренды в виде борьбы власти и болотной оппозиции, Химки тоже это продемонстрировали. Чирикова – одна из лидеров Болотной площади. И это было одним из испытаний для власти. Но результаты показали, что есть на самом деле.

Я считаю, что оппозиция была громогласна, но в силу некоторых причин не смогла консолидироваться. Мы делали свои замеры и видели, что несмотря на имеющиеся протестные настроения, все-таки оппозиция не добрала до той точки, которая бы представляла угрозу. Они не смогли консолидировать эти протестные голоса, поэтому они и не победили.

# Приложение 9

Примеры использования административного ресурса

1. Евгения Чирикова в день выборов (14 октября) демонстрирует журналистам незаконную агитацию за Олега Шахова, расположенную неподалеку от одного из избирательных участков в Химках. Этот же пример иллюстрирует использование кандидатом защищенных площадок для своих материалов:



1. Одна из листовок, где цитируется высказывание губернатора Сергея Шойгу о поддержке Олега Шахова:



# Приложение 10

Примеры использования технологий черного пиара

1. Один из номеров газеты «ХимЧистка», посвященная кандидату Олегу Митволю:



1. Один из номеров газеты «ХимЧистка», посвященный кандидату Евгении Чириковой:



1. Примеры черной агитации против Олега Митволя:

А) Значок



Б) Перекупка агитационной продукции кандидата у типографии, фотографии которой впоследствии были использованы для листовок против этого кандидата:





1. Номера газет «Наши Химки» и «Химкинский Шахов», выпущенные против кандидата Олега Шахова:





# Приложение 11

Примеры оживленных территорий в городе, где в ходе наблюдения не было обнаружено никакой агитации:

1. Остановки транспорта:



1. Доски объявлений перед подъездами:



# Приложение 12

Примеры «мусорной» агитации

1. Срывание агитации кандидатов-конкурентов:



1. Разбрасывание агитационных материалов конкурентов в грязь:



1. Размещение агитации в непредназначенных для этого местах:



# Приложение 13

Примеры агитационных материалов кандидата Сергея Паука Троицкого:

1.



2.

