

Секция «Историческая политология, история общественных движений и политических партий»

Проблема применения информационно-политических технологий в ходе избирательной кампании в ГД ФС РФ в 1999 году

Ксенофонтов Денис Дмитриевич

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Исторический факультет, Кафедра истории общественных движений и политических партий, Москва, Россия

E-mail: ksenofontov.d@list.ru

<mailto:ksenofontov.d@list.ru>

Вопрос применения информационно-политических технологий становится весьма актуальным в период электоральных кампаний. В ходе выборов в Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации кандидаты и их избирательные объединения используют разнообразные технологии для того, чтобы прийти к победе. Избирательная кампания в Государственную Думу III созыва в 1999 году не стала исключением, а, наоборот, является ярким примером того, как политические акторы не стеснялись использовать самые «грязные» приемы и методы политической борьбы, чтобы опередить своих оппонентов. Несмотря на наличие широкого теоретического пласта исследований информационных и политических приемов и методов, а также исследований событий, происходивших в период электоральной кампании 1999 года, на настоящий момент недостаточно работ, в которых был бы проведен комплексный анализ этой избирательной кампании с точки зрения применения информационно-политических технологий, и в которых соотносились бы известные технологии и их фактическая реализация в ходе выборов.

В современной историографии вопрос информационно-политических технологий имеет достаточно обширную базу. Так, А. И. Соловьев выводит следующее определение понятия «политические технологии» - это совокупность последовательно применяемых процедур, приемов и способов деятельности, направленных на наиболее оптимальную и эффективную реализацию целей и задач конкретного субъекта

в определенное время и в определенном месте [1]. Г. Г. Почепцов предполагает, что существует обширный информационный инструментарий, применяемый для решения той или иной задачи, будь то манипулирование общественным мнением или необходимость создания виртуальных объектов для предвыборной борьбы [2]. Политические технологии, используемые в ходе электоральной борьбы, могут быть как вполне легальными, так и нелегальными и противоречить законодательству государства. Важно отметить, что информационно-политические технологии очень тесно связаны с вопросами политического манипулирования [3], политического PR [4], политической рекламы [5] и политической имиджологии [6].

Среди работ, посвященных непосредственно выборам 1999 года, стоит выделить аналитический труд Московского Центра Карнеги «Россия накануне думских выборов 1999 года» [7], Заключительный отчет Европейского института средств массовой информации «Мониторинг освещения в СМИ парламентских выборов 1999 года» [8].

Основными каналами информационного воздействия в 1999 году являлись издания периодической печати, а также предвыборные теледебаты, информационные программы и предвыборные ролики, транслируемые на телевидении. Именно информационно-аналитические программы С. Доренко на ОРТ, дебаты в программе «Глас народа» на НТВ

стали новым методом политического манипулирования сознанием телезрителей. Данные программы и поток заявлений позволили говорить о том, что избирательная кампания 1999 года стала фактически информационной войной между противостоящими друг другу избирательными блоками «ОВР» и «Единством». Среди использованных технологий следует выделить уменьшение объема доступной для рядового гражданина информации или, наоборот, использование информационной перенасыщенности и перегрузки, присваивание ярлыков, распространение слухов или недостоверных (фейковых) новостей, издание и распространение повесткообразующих газет, имеющих заданную тональность. [9]. Кроме того, важно отметить существование такого приема, как формирующий социологический опрос, суть которого состоит в особой постановке вопросов или публикаций итогов опроса, ложко указывающих на доминирование кандидата или политического объединения.

Избирательная кампания в Государственную Думу в 1999 года стала первым этапом большого транзита власти на рубеже XX и XXI веков и послужила основой для президентских выборов в марте 2000 года. Более того, политическими консультантами и политтехнологами был отработан арсенал приемов и сценариев, которые были реализованы в последующих федеральных избирательных кампаниях. В целом итоги выборов в Государственную Думу ФС РФ 1999 года способствовали развитию современной системы политических координат.

Источники и литература:

1. Соловьев А. И. Политология: политическая теория, политические технологии. М., 2006.
2. Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологии. М.: Центр, 2003.
3. Горбачев А. А. Манипулирование избирателем в избирательном процессе современной России. Дис... к полит. н. М., 2011.
4. Ольшанский Д. В. Политический PR. СПб., 2003.
5. Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К. Политическая реклама. М., 1999.
6. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. М., 2002.
7. Россия накануне думских выборов 1999 года / [Бадовский Д. В., Барабанов О. Н., Бызов Л. Г. и др.]; Под ред. М. Макфола и др.; Моск. центр Карнеги. - М.: Гендалф, 1999.
8. Мониторинг освещения в СМИ парламентских выборов 1999 года в России: Заключ. отчет, март 2000 г. / Подгот. Европ. ин-том средств массовой информ. - Б. М., 2000.
9. Демидченко В. В. Понятие политических технологий: сущность, формы и виды. // Власть. - 2015. - №12. - С. 140 - 142.