

УДК 324:342.84

ВЗАИМОСВЯЗЬ И ВЗАИМОВЛИЯНИЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ И ИЗБИРАТЕЛЕЙ НА ВЫБОРАХ В ГОСУДАРСТВЕННУЮ ДУМУ - 2016

INTERCONNECTION AND INTERACTION OF POLITICAL PARTIES AND VOTERS IN THE STATE DUMA ELECTIONS - 2016

©Зимин А. В.

Средняя общеобразовательная школа №1 г. Тобольска,
г. Тобольск, Россия, bolbra_69@mail.ru

©Zimin A.

Tobolsk secondary school no. 1
Tobolsk, Russia, bolbra_69@mail.ru

Аннотация. Целью работы над статьей является выявление и анализ связи и взаимного влияния (политических коммуникаций) политических партий, представленных в ГД, и избирателей. Предметом исследования определены политические коммуникации между политическими партиями и электоральными группами. Методами изучения избраны наблюдение, опрос, контент-анализ.

Выдвинут ряд положений: политические партии влияют на электоральный выбор избирателей посредством информации, представляемой федеральными СМИ (телеканалами); данная информация имеет тенденциозный характер, дает одной партии предпочтение одной политической партии, способствуя ее лидерству в электоральной среде; горожане и сельские жители в своих источниках информации и политических пристрастиях различаются; политические партии не формируют предвыборные партийные списки кандидатов в депутаты с учетом их профессиональной активности во фракции в ГД; избиратели в достаточной степени не удовлетворены результатами выборов. Рассмотрен вопрос влияния информации, представленной в программных документах политических партий на электоральный выбор. Показано различие в источниках и восприятии информации, потребляемой сельскими и городскими жителями.

Осознание недобросовестного отношения к политической агитации в случае социально-экономического кризиса и слабости легальной оппозиции, представленной в ГД, может привести к кризису легитимности существующей власти.

Abstract. The purpose of the article is to identify and analyze the connection and mutual influence (political communications) of political parties represented in the State Duma and voters. The subject of the study is political communication between political parties and electoral groups. The methods of study are observation, questioning, content analysis.

A number of provisions have been put forward: political parties influence the electoral choice of voters through information provided by the federal media (TV channels); this information is biased, gives one party a preference for one political party, contributing to its leadership in the electoral environment; townspeople and villagers in their sources of information and political preferences are different; political parties do not form pre-election party lists of candidates for deputies, taking into account their professional activity in the faction in the State Duma; voters are not sufficiently satisfied with the election results. The issue of the influence of information presented in the program documents of political parties on electoral choice was also considered.

The difference in sources and perception of information consumed by rural and urban residents is shown.

The recognition of an unfair attitude towards political agitation in the event of a social and economic crisis and the weakness of the legal opposition represented in the State Duma can lead to a crisis of legitimacy of the existing government.

Ключевые слова: политическая партия, парламентские выборы, политическая коммуникация, политическая этика, выборы в Государственную Думу - 2016, электоральный выбор.

Keywords: political party, parliamentary elections, political communication, political ethics, elections to the State Duma - 2016, electoral choice.

В сентябре 2016 г. в России прошли парламентские выборы, в ходе которых был сформирован состав нижней палаты парламента РФ — Государственной Думы (далее — ГД). Это важное с точки зрения политической жизни событие активизировало интерес общества к участникам избирательной кампании, избирательным процедурам и технологиям.

На основе предварительного анализа нами была разработана *программа исследования*, которая включает в себя разделы: *теоретический* (постановка целей, задач, определение предмета и объекта исследования, определения понятий); *методический* (обоснование выборки, обоснование метода сбора данных, метода обработки и анализа данных); *организационный* (план исследования, порядок исследования), *аналитический*.

Цель работы: при помощи социологического исследования выявить связь и взаимное влияние политических партий, представленных в ГД, и избирателей.

Задачи исследования были поставлены исходя из его цели:

- 1) определение каналов получения информации, а также степени доверия разных электоральных групп этим каналам;
- 2) определение связи профессиональной деятельности депутата с его последующей политической карьерой;
- 3) выявление воздействия политических партий на предпочтение избирателей через определение программных установок;
- 4) формулирование черт политического портрета кандидата в депутаты от политической партии на выборах в ГД в сентябре 2016 г.

Предметом исследования являются политические коммуникации между политическими партиями и электоральными группами, связанные с выборами депутатов ГД—2016.

Объектом исследования определены политические партии и совокупность жителей п. Кидюга и д. Синики (Архангельская область), п. Антипаюта (ЯНАО), г. Тобольска (Тюменская область), являвшихся избирателями на выборах в ГД в 2016 г.

Основой для формирования выборки социологического исследования послужила необходимость представить мнение различных групп населения (по месту жительства, возрасту, политическому опыту).

Исследование проводилось в 2015–2016 гг. Были выдвинуты *гипотезы*:

- 1) политические партии влияют на электоральный выбор избирателей посредством информации, представляемой федеральными СМИ (телеканалами);
- 2) существуют различия в источниках информации и электорального поведения избирателя, постоянно проживающего в сельской или городской местности;

3) политические партии формируют предвыборные партийные списки кандидатов в депутаты с учетом активности своих депутатов во фракции в ГД;

4) политические партии оказывают влияние на электоральный выбор избирателя путем публикации политических предвыборных программ, содержащих утверждения, характерные для определенной части политического спектра.

Для проверки гипотез были выбраны несколько методов социологического исследования: наблюдение, опрос, контент-анализ.

Как отмечала Е. Б. Шестопап, «...общество соглашается на такую поддержку <власти>, когда может составить себе адекватное представление о власти. Информация о ней приходит двумя каналами. Первый — это СМИ. ... Второй канал информации — это жизненный опыт граждан или, как сейчас говорят, «практики». Человек делает вывод о власти, сталкиваясь на практике с ее представителями — милиционером, гаишником, начальником ЖЭКа или паспортного стола» (1). Соглашаясь с представленной точкой зрения, и решая первую задачу исследования, мы изучали влияние первого канала получения информации избирателями о деятельности политических партий, изучали роль и влияние электронных СМИ (телевидения) на электоральный выбор избирателей.

В соответствии с федеральным законодательством (ст. 61 федерального закона №20-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации») для информационного обеспечения выборов депутатов ГД формируется перечень СМИ (государственных и негосударственных). В результате проведенного опроса населения мы выявили предпочтения избирателей (от 55% до 80%) при получении информации, предоставляемой телеканалами о деятельности политических партий. Также мы учитывали представленность того или иного телеканала в регионах. Мониторингу подвергались федеральные телеканалы, представлявшие собственником государство (от 51% до 100%) (2).

При решении первой задачи нами была разработана методика учета объема эфирного времени, предоставленного федеральными электронными СМИ политическим партиям накануне выборов в ГД. Методика была представлена в исследовании, проведенном в 2007 г. [1]. При проведении настоящего исследования нами также была изучена методика, разработанная в Тюменской области (3).

Предметом учета эфирного времени является информация вечерних новостных программ («Время» и «Вести») двух федеральных телеканалов («Первый» и «Россия-1») в периоды времени: 1) 15.10.2015–14.11.2015г. и 2) 17.07.2016–15.08.2016г.

Для проведения наблюдения были выбрано не официальное время, предоставляемое в СМИ той или иной партии, участвующей в выборах. Такое время предоставляется на основании закона (ст. 64, 65 федерального закона №20-ФЗ) и распределяется в равных долях между участниками избирательной кампании. Предвыборная агитация проводилась в форме дебатов между представителями разных политических партий.

В общем объеме новостных программ мы выявили «партийное время», т. е. совокупность времени, в течение которого в рамках новостной программы освещались информационные сообщения (*информационное сообщение — единый по содержанию сюжет, имеющий видеоряд, титр и звуковое сопровождение, непрерывно транслируемый в эфире, содержащий информацию о деятельности политической партии или представляющее мнение политической партии об освещаемом событии*), а также заявления и выступления (*заявления и выступления (фрагменты заявлений и выступлений) представителей политических партий — прямая речь выступающего, то есть*

высказывание, воспроизводимое непосредственно его автором) с участием представителей политических партий, участвующих в выборах депутатов ГД–2016.

Основным объектом контроля во время мониторинга федеральных телеканалов были информационные сообщения, представляемые в вечерних новостных программах («Время» и «Вести») в будние и выходные дни.

На выборах в ГД–2016 имели право принять участие без сбора подписей избирателей 14 политических партий.

Мы предположили, что информация, которую можно подать в различном свете, формирует в значительной степени электоральные предпочтения граждан. Кроме того сравнение информации, представляемой в новостных выпусках в период избирательной кампании (2016 г.) и в условиях обычной жизни (2015 г.), могло дать дополнительную пищу для размышлений.

Результаты исследования в 2015 году показали значительную тенденциозность обоих телеканалов. Суммарное эфирное время политической партии «Единая Россия» в 1,57 раза превысило суммарное время всех других политических партий. Если сравнивать отдельно, то лидер эфирного времени политическая партия «Единая Россия» получила в 4,5 раза больше эфирного времени, чем партия, занявшая второе место в рейтинге блока политических партий в новостных программах — «Партия жизни» и в 5,93 раза больше, чем политическая партия «Справедливая Россия». Соответственно в 8,19 раз больше, чем КПРФ. Все остальные политические партии имеют гораздо большее отставание.

Проведенное исследование дает возможность предположить, что, если информация, поступающая посредством федеральных телеканалов, имеет существенное значение для жителей п. Кидюга, д. Синики, п. Антипаюта и г. Тобольска, то электоральные предпочтения сложатся в пользу трех-четырех партий–лидеров: «Единой России», ЛДПР, «Справедливой России» и КПРФ. Для проверки гипотезы мы выбрали социологический метод проведения исследования — опрос. Цель опроса заключалась в выявлении степени влияния информации СМИ при голосовании на парламентских выборах. Опрос носил вспомогательный характер, выполнял иллюстративную функцию, которая помогает осмыслить язык цифр при мониторинге информации новостей телеканалов.

Опрос проводился в малых населенных пунктах Архангельской области (п. Кидюга, с. Синики), Ямало–Ненецкого автономного округа (п. Антипаюта) и одном из избирательных участков небольшого по количеству населения г. Тобольска (Тюменская область). Противопоставляя группы населения, мы имели целью выявить различия в политических взглядах и предпочтениях жителей сельской местности и горожан небольшого города. Нами изучалась динамика изменений политических взглядов и предпочтений избирателей на протяжении периода между избирательными кампаниями 2007 и 2016 гг.

Мы определили две группы респондентов: 1-я группа: жители от 18 до 32 лет (17 человек в сельской местности и 7 человек в городе), 2-я группа — старше 32 лет (50 человек в сельской местности и 10 человек в городе). Вопросы были адресованы обеим группам населения. В опросе приняли участие 84 человека (37 — в п. Антипаюта, 30 — в п. Кидюга и с. Синики, 17 — в г. Тобольске). Опрос проводился в ноябре 2015 г. В качестве сравнения использованы материалы опроса, проведенного в п. Антипаюта в 2006 г.

Абсолютное большинство респондентов сельской местности имеют приблизительно одинаковые возможности для получения информации.

Результаты исследования показывают высокий уровень интереса респондентов второй группы к политической жизни, хорошую информированность о лидерах партий федерального уровня, но при этом отмечается значительное снижение информированности о

региональной политической жизни. Следует отметить, что «обратная связь» партий с избирателями довольно слабая.

Проведенное исследование доказывает верность предположения, высказанного в первой гипотезе. Жители сельской местности в качестве источника информации предпочитают федеральные телеканалы «ПЕРВЫЙ» и «РОССИЯ», благодаря которым достаточно информированы о деятельности партий на федеральном уровне. Предпочтения потенциальных избирателей соответствуют предложению электронных СМИ. Абсолютное большинство респондентов выделяют политическую партию «Единая Россия» как лидера российского политического пространства. Большинство из потенциальных избирателей выразили желание общаться (иметь устойчивую обратную связь) с политической партией, которую называют «своей». Также в ходе опроса было получено подтверждение второй гипотезы о разной степени влияния СМИ на избирателей, а также верность подхода в градации всех респондентов на две возрастные группы согласно их политическому опыту участия в избирательных кампаниях.

Горожане, по сравнению с жителями сельской местности, отмечают, что на их политические пристрастия электронные СМИ оказывают меньшее влияние (12% и 33% соответственно). Информация, получаемая через СМИ, преломляется через жизненный опыт общения горожан с представителями местной власти, активнее используется второй канал получения информации, отмечаемый Е. Б. Шестопап.

Реализуя вторую задачу исследования, мы высказали гипотезу, согласно которой политические партии формируют предвыборные партийные списки кандидатов в депутаты с учетом активности своих депутатов во фракции в ГД. Для проверки гипотезы мы изучили доступные информационные базы данных о деятельности депутатов ГД за 2016 год (4).

Мы изучили активность депутатов ГД в 2016 году, избранных на предыдущих выборах (в 2011 г.) по федеральным партийным спискам кандидатов. Под активностью депутатов мы понимаем исполнение ими своих депутатских обязанностей: внесение законопроектов, качество внесенных законопроектов (т. е. соотношение принятых законов к внесенным), публичные выступления. Изучались количественные и качественные характеристики деятельности депутатов. К количественным характеристикам мы отнесли количество законопроектов, внесенных депутатом (лично, не в составе фракционных пакетов, программ) и количество выступлений на пленарных заседаниях ГД. Под качественными характеристиками деятельности депутатов мы понимаем качество законотворческой деятельности, т.е. количество законов, принятых ГД из общего количества законопроектов, внесенных депутатом. В результате получения первичной информации о деятельности депутатов ГД от политических партий, мы сформировали рейтинг активности депутатов ГД (см. Таблица 1).

В дальнейшем мы изучили списки кандидатов в депутаты ГД на выборах в сентябре 2016 г., утвержденные полномочными органами четырех политических партий, имевших свои фракции в ГД в 2011–2016 гг. Источниками информации о кандидатах в депутаты ГД на выборах 2016г. по федеральному и одномандатным округам были: официальный сайт ЦИК РФ, официальные сайты политических партий РФ, имевших в 2016 г. свои фракции в ГД.

При сопоставлении списков депутатов ГД–2016 и кандидатов в депутаты ГД от четырех политических партий на выборах в ГД–2016, нами устанавливалось наличие взаимосвязи между активностью депутатов и предполагаемым продолжением их депутатской карьеры в ГД следующего созыва. Данные, представленные в таблице №1, показывают отсутствие прямой связи между активностью депутатов и их последующим выдвижением кандидатами в депутаты политической партией. Так, например, фракции КПРФ и ЛДПР имели в своем составе наименьшее количество активных депутатов (18,5% и

17,9% соответственно), тем не менее они провели неоднозначное обновление своих рядов (15,22% и 35,71%). Две самые активные фракции («Единая Россия» и «Справедливая Россия») не включили в число кандидатов на выборы 2016 31,51% и 28,13% депутатов ГД–2011 соответственно.

Таблица 1.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ
 ДЕПУТАТОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ В 2016 г.

Фракции в ГД 2011–2016	Депутаты ГД 2011–2016	Активность депутатов		Проявления активности депутатов			Не выдвинуты / не избраны (не активные + пассивные) (%)	Депутаты ГД– 2016, не активные в ГД–2011
		Ниже среднего	В т. ч. не актив- ные (0)	Законо- проекты	Законы	Выступ- ления		
ЕР	238	178 (74,8%)	7 (2,9%)	5,76	2,79	100,19	75/1 (31,51)	102 57,3%
КПРФ	92	75 (81,5%)	5 (5,4%)	4,38	0,38	259,29	14 (15,22)	26 34,7%
ЛДПР	56	46 (82,1%)	1 (1,8%)	4,96	0,04	233,07	20 (35,71)	19 41,3%
СР	64	48 (75%)	2 (3,1%)	5,73	0,47	165,13	18 (28,13)	6 12,5%
Среднее	450	347 (77,1%)	15 (3,3%)	5,21	0,92	189,42	127	153 44,1%

Таким образом, политическая активность и профессионализм депутата ГД–2011 не являлись основным и единственным критерием отбора, проведенного политическими партиями кандидатов в депутаты ГД–2016 по федеральным партийным спискам кандидатов. Гипотеза №3, выдвинутая нами, не подтвердилась.

Для реализации третьей и четвертой задачи исследования мы должны ответить на следующий вопрос: какой себе представляют ГД избиратели? Этот вопрос следует рассмотреть с двух сторон: представление политических партий, представленных в ГД избирателю, и черты политического портрета депутата ГД от политической партии, отражающие мнение избирателя. Формулируя первую картину, представляемую политическими партиями, мы предположили, что они оказывают влияние на электоральный выбор избирателя путем публикации политических предвыборных программ, содержащих утверждения, характерные для определенной части политического спектра.

ГД как институт политической системы страны обладает достаточно широкими полномочиями в важных для избирателя сферах: социальной, экономической, политической, духовной, государственном управлении, внутренней и внешней политике. Мы изучили ценностные ориентиры, предлагаемые политическими партиями, допущенными к выборам, представленные в их предвыборных программных материалах, опубликованных накануне выборов. Мы предположили, что политические партии, представленные в ГД–2016, несут в себе идеологическое содержание, отражающее ожидания избирателей. В научной литературе предложен способ моделирования различных политических позиций путем их графического расположения через представление независимых политических аспектов. Мы изучили политический спектр ГД, предложенный политическими партиями в предвыборных программах.

Как отмечает Е. Б. Шестопад, представители российских политических партий затрудняются в четком определении своей политической ориентации, имеют смутное представление о ней, «*политические партии пока не могут удовлетворить ... потребность граждан в политической определенности*» [2, с. 31].

Определенным образом сформулированные в программных документах политических партий установки, т.е. «*заложенная в психике готовность к определенной реакции на определенные объекты и ситуации*» [3, с. 173], могут выражаться в действиях. В данном случае мы предположили, что определенным образом сформулированные установки (через подачу слов-маркеров) политических партий повлекут за собой определенные действия избирателей. Мы, опираясь на научную, справочную и учебную литературу, сформулировали слова-маркеры, которыми можно отразить исходные ценности политической идеологии. Целью этой работы является формулирование суммированного образа ГД в глазах избирателя.

Как известно, по результатам выборов в ГД–2016 прошли представители 6-и политических партий. Исследование предвыборных программ данных политических партий показало, что в целом ГД–2016 имеет выраженный левоцентристский характер (Таблица 2). Представленные данные показывают направление: (левые “–” — центр — правые “+”) и силу действия (количество маркеров) политической партии, ее ориентацию в политическом спектре, выраженные в программе.

Таблица 2.

ОРИЕНТАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ В ПРЕДВЫБОРНЫХ ПРОГРАММАХ

Политическая партия	Сферы жизнедеятельности общества							Итого	К
	Социальная	Экономическая	Политическая	Духовная	Государственное управление	Внутренняя политика	Внешняя политика		
Единая Россия	-10	+2	+16	+1	-11	+16	+3	+17	0,00006
КПРФ	-3	-40	-3	-3	-5	0	-9	-63	0,0003
Справедливая Россия	-5	0	0	+1	0	0	+1	-3	0,0166
ЛДПР	0	+1	0	0	-3	0	0	-2	0,0187
Родина	-1	-1	0	0	-1	0	+4	+1	0,0016
Гражданская платформа	-1	0	0	0	0	0	0	-1	0,023
<i>Средние показатели</i>	-20	-38	+13	-1	-20	+16	-1	-51	0,01004

Партией с выраженной левой идеологией является КПРФ (-63), незначительно выраженную правоцентристскую идеологию представляет победитель думских выборов — «Единая Россия» (+17), остальные политические партии, имеющие своих представителей в ГД–2016, заявляют о своих центристских позициях. При проведении исследования предполагалось, что избиратели будут знакомиться с предложенными политическими партиями предвыборными платформами. Мы предлагаем коэффициент (k), с помощью которого определяем трудность восприятия предвыборной программы с учетом объема текста и наличия маркеров, позволяющих определить политическую идеологию, представляемую партией. Наибольший коэффициент имеет программа политической партии «Гражданская платформа» (0,023). Текст ее программы относительно невелик по объему и

имеет небольшое количество маркеров. Значительная по объему, структурированная программа политической партии «Единая Россия» (0,00006) имеет значительное число маркеров, что позволяет избирателю разобраться в своих предпочтениях.

По определению Г. Г. Дилигенского, значимым для избирателя является групповая его идентификация обычно не с одной, а с несколькими большими группами: нацией, профессиональной, локальной, демографической, этнической, культурной и т. д. [3, с. 283]. В нашем исследовании принимали участие относительно гомогенные группы населения, относящие себя к определенным группам. Исключение составили исследованные группы городского населения. Это различие может явиться одним из мотивов электорального поведения городского населения, выразившегося в отличиях результатов голосования за партию власти (Таблица 3).

Опрошенные нами респонденты в сельской местности не подтвердили своего ознакомления с опубликованными предвыборными программами политических партий. Знакомство с документами избирателей городского округа носит единичный характер. Таким образом, избиратель, участвовавший в выборах в ГД–2016, не опираясь на заявленные политическими партиями программные ориентиры, определил свои идеологические установки, предпочтения.

Характерные черты депутата ГД–2016 проявляется в собирательном портрете депутата, фиксируемом по результатам выборов 2016 года.

Результаты выборов в ГД–2016 на избирательных участках в пос. Кидюга и с. Синики (Архангельская обл.), п. Антипаюта (ЯНАО) и г. Тобольске (Тюменская обл.) представлены в % в таблице 3 (/результат партии на выборах по региону).

Таблица 3.

РЕЗУЛЬТАТЫ ВЫБОРОВ В ГД–2016

№ п/п	Политическая партия	п. Кидюга и с. Синики	п. Антипаюта	г. Тобольск	В целом по РФ
1.	Единая Россия	50,27/44,48	68,94/67,14	47,45/58,35	54,20
2.	КПРФ	10,93/12,78	5,88/6,86	11,39/14,12	13,34
3.	Справедливая Россия	10,38/9,17	7,89/4,74	8,81/11,45	6,22
4.	ЛДПР	18,58/19,73	6,03/14,02	23,76/12,27	13,14
5.	Родина	1,64/1,62	1,29/0,73	2,31/0,35	1,51
6.	Гражданская платформа	0,00/0,17	0,65/0,27	0,14/0,14	0,22

Анализ результатов голосования на выборах депутатов ГД–2016 на избирательных участках в сельских населенных пунктах, с гомогенным составом избирателей, относительно изолированных и ограниченных в общении с «внешним миром» в соотношении с результатами голосования избирателей в их регионе позволяет говорить о правильности социологической выборки. В то же время аналогичный анализ показателей результатов голосования на выборах депутатов ГД–2016 на избирательных участках в городском населенном пункте в сравнении с результатами голосования избирателей в регионе не позволяет сделать такой вывод.

Голосование, проходившее в сельских населенных пунктах, носит менее протестный характер, если учитывать программные заявления политических партий (Таблица 2). Учитывая относительно противостоящие друг другу позиции ЕР и КПРФ, избиратели делают выбор в большинстве случаев в пользу партии власти, либо наиболее близких к ЕР оппозиционных партий (ЛДПР, СР).

Более значительная поддержка партии власти, выраженная избирателями п. Антипаюта по сравнению с избирателями п. Кидюга и д. Синики, по-видимому, лежит вне сферы

влияния СМИ на их электоральный выбор и может быть объяснена лучшим экономическим положением избирателей. Это подтверждается результатами голосования в п. Антипаюта в пользу наиболее близких к ЕР оппозиционных партий (ЛДПР, СР), по сравнению с КПРФ.

Результаты голосования в городском округе относительно стабильного региона позволяет сделать иные выводы. Прежде всего следует сказать об отличиях в результатах голосования между сельскими поселениями и городским избирательным округом. В городском избирательном округе меньшую поддержку нашла партия власти, большую поддержку нашли относительно оппозиционные партии, особенно ЛДПР. Такой результат можно объяснить несколькими факторами. Состав избирателей в городском округе менее однородный в сравнении с составом избирателей в сельских округах. Значительно большее влияние имеет фактор непосредственного общения избирателей с представителями власти (второй канал, по определению Е. Б. Шестопал, «практики»). Кроме того, следует принимать во внимание наличие в городском поселении активных первичных партийных организаций (ЛДПР, КПРФ, СР). Их активность проявляется в значительно большем объеме информации о деятельности политической партии, позиции партии по различным вопросам. Информация доносится до избирателя по различным каналам: печатная продукция, встречи с активистами, выступления в электронных СМИ, значительно лучший доступ к информации, распространяемой посредством Интернета. Совокупность этих и других условий позволяет делать вывод о значительно меньшем влиянии электронных СМИ (телевидения) на электоральный выбор избирателей, проживающих в городской местности.

Характерные черты политического портрета депутата ГД–2016, избранного в сельских и городском округах, значительно отличаются друг от друга. В сельской местности этот депутат значительно более «правый», со значительным количеством маркеров, определяемых в программах политических партий. В городском округе депутат представляется более центристом с незначительным количеством маркеров.

Формулируя черты политического портрета депутата ГД–2016, члена политической партии, представленной в законодательном органе, следует признать, что два портрета (представленный партией и представленный избирателем) мало похожи друг на друга. Отсюда следует сделать два вывода: политические партии не оказывают значительного влияния на ожидания избирателей и избиратели в достаточной степени не удовлетворены результатами выборов.

Вследствие этого, очевидным представляется то, что гипотеза №4 не подтверждается данными проведенного исследования. Ожидается, что нынешний состав ГД будет реализовывать центристскую экономическую и внешнюю политику, умеренно левую социальную политику.

Указанные особенности: поступление информации практически из ограниченного количества источников, манипулирование возможностями, предоставляемыми СМИ, а также использование технологий, призванных представить в невыгодном свете одни и, наоборот, в выгодном — другие политические партии, позволяют предположить наличие в российском обществе тенденций к формированию инфократии. Подобными технологиями достигается политическая стабильность в обществе. При этом большинство Думы поддерживает политику правительства и Президента РФ В. В. Путина. Но реальное осознание недобросовестного отношения к политической агитации в случае социально-экономического кризиса и слабости легальной оппозиции (представленной в ГД) может привести к кризису легитимности существующей власти. Политическая наука имеет дело не только с фактами, но также с целями, моральными ценностями и их соотношением, и это требует внимательного отношения, в том числе к таким «мелочам», как использование федеральных телеканалов в корыстных целях. Все это составляет понятие «политическая этика» [4, с. 257–

258]. Политический руководитель или государственный деятель несет личную ответственность за все свои действия. А ответственность за свои действия со всей очевидностью предполагает наличие у субъекта этой ответственности собственных морально-этических позиций и убеждений. И эта ответственность начинается с выборов.

Источники:

- (1). «Коммерсантъ-Власть». №39 (743). 08.10.2007. С. 32-34.
- (2). Постановление ЦИК РФ от 29.06.2016 г. №14/115-7 «О перечне общероссийских государственных организаций телерадиовещания и общероссийских государственных периодических печатных изданий».
- (3). Методика учета объема эфирного времени, затраченного в течение одного календарного месяца на освещение деятельности каждой политической партии, представленной в Тюменской областной Думе, региональными телеканалом и радиоканалом (утв. решением Избирательной комиссии Тюменской области от 02.12.2010 г. №80/419 с изм. от 13.06.2013 г.).
- (4). К таким источникам относятся: официальный сайт ГД, раздел поиск по законопроектам: URL: <http://www.duma.gov.ru/systems/law/>. А также информационные материалы портала «ПолитМетрика.рф»: URL: <http://политметрика.рф/>.

Список литературы:

1. Шуклина Н. С. Роль и влияние СМИ на электоральный выбор жителей с. Антипаюта на выборах в Государственную Думу РФ в 2007 г. // Сборник исследовательских работ участников конкурса XVI Всероссийские юношеские чтения им. В. И. Вернадского. М., Издательский Дом «Зимородок». 2009. С. 451-458.
2. Шестопап Е. Б. Политическая психология: учебник для вузов. М.: ИНФРА-М, 2002. 448 с.
3. Дилигенский Г. Г. Социально-политическая психология / Учебное пособие для высших учебных заведений. М.: Наука, 1994. 304 с.
4. Введение в политологию. Словарь-справочник / Составители Г. Л. Купряшин, Т. П. Лебедева, Г. И. Марченко и др. / Под редакцией В. П. Пугачева. М.: Аспект-Пресс. 1996. 264 с.

References:

1. Shuklina, N. S. (2009). The role and influence of the media on the electoral choice of residents p. Antipayuta in the elections to the State Duma of the Russian Federation in 2007. *Collection of research works of the contestants XVI All-Russian Youth Readings them. V. I. Vernadsky. Moscow, Zimorodok. 451-458.* (in Russian)
2. Shestopal, E. B. (2002). Political psychology: Textbook for high schools. Moscow, INFRA-M, 448. (in Russian)
3. Diligenskii, G. G. (1994). Social and political psychology. Textbook for higher educational institutions. Moscow, Nauka, 304. (in Russian)
4. Pugachev, V. P. (ed.) (1996). Introduction to political science. Dictionary-reference. Compiled by G. L. Kupryashin, T. P. Lebedeva, G. I. Marchenko et al. Moscow, Aspect-Press, 264. (in Russian)

Работа поступила
в редакцию 07.11.2017 г.

Принята к публикации
11.11.2017 г.

Ссылка для цитирования:

Зимин А. В. Взаимосвязь и взаимовлияние политических партий и избирателей на выборах в Государственную Думу - 2016 // Бюллетень науки и практики. Электрон. журн. 2017. №12 (25). С. 497-507. Режим доступа: <http://www.bulletennauki.com/zimin-av> (дата обращения 15.12.2017).

Cite as (APA):

Zimin, A. (2017). Interconnection and Interaction of Political Parties and Voters in the State Duma Elections - 2016. *Bulletin of Science and Practice*, (12), 497-507