
К ВОПРОСУ О ПАРЛАМЕНТСКИХ И ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРАХ В АРМЕНИИ

МАРИАМ АЛИХАНЯН

После распада Советского Союза в независимой Армении была принята президентская форма правления. И так сложилось, что и граждане, и политические силы к президентским выборам относились и готовились более серьезно, чем к парламентским. С этой точки зрения парламентские выборы 2017 г. представляют некий рубеж, т.к. в результате конституционного референдума¹ (2015) было принято решение о переходе страны от полупрезидентской формы правления к парламентской. Таким образом, политический процесс в РА претерпел определенные изменения. В связи с этим Национальное собрание приняло ряд решений, изменивших закон о выборах², в результате поменялась сама процедура их проведения. Новшества минимизируют возможности фальсификаций во время голосования и подсчета голосов. В частности, речь идет о публикации списков пришедших на выборы граждан³, призванной снизить риск голосования за тех, кто отсутствует в стране. К нововведениям также относятся электронные устройства, считывающие отпечаток пальца, что минимизирует возможность повторного голосования, и прямая трансляция через интернет выборных процессов на избирательных участках, а также ряд процедурных изменений непосредственно во время выборов. Избиратель столкнулся с еще одним нововведением – теперь он получает не один бюллетень, а несколько, соответственно числу политических сил, участвующих в выборах. К этому нужно прибавить рейтинговые списки⁴. В результате избиратели оказались в довольно сложной ситуации – им необходимо было разобраться не только с предвыборными платформами политических партий и объединений, но и с новой системой проведения выборов. Справедливости ради отметим, что власти ответственно подошли к этому вопросу – появилось несколько рекламных роликов⁵ и информационных постеров⁶ (которые

¹ «ՀՀ սահմանադրության փոփոխություններ» <http://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=102510>

² «ՀՀ ընտրական օրենսգրքը» <http://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=90888>

³ «Միասին կանխենք կրկնաքվեարկությունները» <https://www.youtube.com/watch?v=uNeYDYIhBzM&t=7s>

⁴ «Հարցեր ԱԺ ընտրությունների մասին» <https://www.youtube.com/watch?v=j61y10-k9ps&t=14s>

⁵ «Ընտրողների գրանցում իրականացնող տեխնիկական սարքավորումներ» https://www.youtube.com/watch?v=v-q-N_uc-MA, «2017 թվականի ապրիլի 2-ի Ազգային ժողովի ընտրությունների քվեարկության կարգ» https://www.youtube.com/watch?v=uee_MUxnD74

рассылались избирателям по домам), знакомящих с процедурой голосования. Однако в день выборов многие председатели избирательных комиссий сетовали на трудности, связанные с необходимостью разъяснять избирателям эту процедуру.

Участвовавшие в выборах политические силы (5 партий⁷ и 4 блока⁸) подготовились к выборам по-разному, одни лучше, другие хуже. Какие же изменения мы увидели в предвыборной гонке, как протекал политический процесс в 2017 г.?

«Среди политических процессов одно из главных мест занимает коммуникация. Она является неотъемлемым элементом взаимодействия людей, групп, политических партий, государств и обеспечивает передачу и взаимопередачу информации, чувств, оценок, значений, смыслов, ценностей и т.п. Политика выражает себя через систему коммуникативных действий»⁹, – утверждает один из специалистов. А по мнению Ж.-М. Коттрэ, «коммуникация для политической жизни имеет такое же значение, как кровообращение для организма человека»¹⁰. И так как коммуникация позволяет обеспечить связь с электоратом, важно рассмотреть, как она осуществлялась на интересующих нас выборах. Отметим, что на всех предыдущих республиканских выборах коммуникация проводилась практически одинаково. Политические силы заказывали разного рода рекламу, тем самым обеспечивая себе пиар, однако относились к этому без должной ответственности, полагая, что к серьезным результатам это не приведет. Кроме того, организовывали встречи с избирателями, собирая по возможности многолюдные митинги как в столице, так и в регионах. Политические силы как бы мерились мускулами, представляя всех пришедших на митинги своими сторонников и создавая себе определенный имидж.

В 2017 г. предвыборная гонка и политическая коммуникация развивались по совершенно другому сценарию. Поскольку «политическая коммуникация – создание, отправление, получение и обработка сообщений, оказывающих существенное воздействие на политические взгляды политических деятелей, граждан и политику в целом»¹¹, попытаемся вникнуть, как это выглядело на деле.

⁶ «Տեղեկություններ 2017թ. ապրիլի 2-ի Ազգային ժողովի ընտրությունների վերաբերյալ» <http://www.elections.am/parliamentary>

⁷ Республиканская партия Армении. партия АРФ "Дашнакцунцон", партия "Армянское возрождение", партия "Свободные демократы", Коммунистическая партия Армении

⁸ Блок "Царукян", Блок Оганян-Раффи-Осканян, Блок Армянский национальный конгресс – Народная партия Армении, Блок "Елк"

⁹ **Бутырина М. В.** Политология: Учебно-методическое пособие. Иваново, 2007 // <http://freebooks.site/uchebnik-teoriya-politiki/141-ponyatie-politicheskoy.html>.

¹⁰ Cotteret J.-M. Gouvernants et gouvernes: La communication politique. [Paris]: Presses universitaires de France, 1973, 178 p.

¹¹ Политическая коммуникация <http://www.psychologos.ru/articles/view/politicheskaya-kommunikaciya>

Как проходил процесс создания информации, ее отправки, получения и дальнейшей обработки в независимой Армении?

Выборы в октябре 1991 года стоят особняком, ибо проводились на пике Карабахского движения, которое и предопределило их итоги. 17 октября 1991 года со значительным отрывом победил глава Армянского общенационального движения Левон Тер-Петросян, набравший 83% голосов^{12, 13}.

С 1995-го до 2007 г. ситуация с выборами в Армении складывалась в одном и том же ключе. Что это значит? Власти контролировали практически все телевизионные каналы и большую часть печатных СМИ, тем самым им удавалось направлять информационные потоки в нужное русло. Оппозиционным силам оставались лишь встречи с избирателем. И единственным способом передать информацию одновременно большому количеству избирателей являлись многочисленные митинги. Вот почему, создавая и передавая информацию, политики делали упор именно на этот формат. Заметные подвижки обнаружались только во время президентских выборов 2008 г. Тогда один из оппозиционных кандидатов, первый президент Армении Л. Тер-Петросян, применил новый канал распространения информации – DVD-диски. Это сделало его позиции более выигрышными по сравнению с остальными оппозиционными кандидатами. Последние не проявили достаточной гибкости, не переориентировались, не прибегли к тому же способу агитации. Между тем он пользовался большим доверием электората; власти его игнорировали, и это повышало значимость информации, записанной на DVD-дисках. Существенно, что Тер-Петросян использовал этот способ агитации не как основной, не отказывался от традиционных митингов; по нашему мнению, это не позволило ему получить все потенциальные дивиденды, которые сулил его неожиданный ход.

Поствыборные события 2008 года сформировали в Армении новую культуру обмена информацией – через Интернет. Причем граждане с большим доверием пользовались и пользуются этим сегментом политической коммуникации. Можно сказать, что сформировалась определенная категория людей, которая получает информацию исключительно или преимущественно через интернет-ресурсы, интернет-СМИ и социальные сети.

Парламентские выборы 2012-го и президентские 2013 г. можно назвать переходными. Политические силы по-прежнему осуществляли коммуникацию традиционным способом, сложившимся за предыдущие 20 лет, за одним существенным исключением – они при этом стали активно прибегать к возможностям Интернета. Возникшее к этому времени интернет-телевидение компенсировало перекося в информационном поле, заклю-

¹² Выборы президента Армении, 1991-2008 гг. <http://www.kavkaz-uzel.eu/articles/218783>

¹³ Левон Тер-Петросян – 83%, Паруйр Айрикян – 7,2%, Сос Саркисян – 4,3%, Зорий Балалян – 0,45%, Рафаэль Казарян – 0,36%, Ашот Навасардян – 0,16%

чавшийся в том, что политические силы, кроме правящей, получали крайне ограниченный допуск к ТВ. По сути дела, новейшее техническое средство лишило смысла контроль за этим видом СМИ. Появился новый канал коммуникации с гражданами – прямые трансляции предвыборных митингов, что также делает бессмысленными попытки чинить им препятствия.

Однако у любой медали есть оборотная сторона. Мы уже отмечали выше, что политические силы ставили перед собой задачу организовывать именно массовые митинги, однако следует отметить, что на митинги приходят не только сторонники данной политической силы, но и люди, которые интересуются ходом предвыборной кампании. Тогда как прямые трансляции позволяют этим гражданам следить за митингом из дома, что уменьшает число его непосредственных участников. Сложившуюся ситуацию можно назвать патовой. Благодаря ей становится ясно, что назрели перемены в борьбе за избирателя. Парламентские выборы–2017 заставили задуматься, какой выход найдут из принципиально нового положения различные политические силы.

Начнем с того, каков был их расклад в преддверии парламентских выборов. Важно, что начиная со следующего года, по завершении полномочий действующего президента, кандидатуру нового будет предлагать парламентское большинство. Учитывая это, выбор союзников накануне выборов имел существенное значение. Если на предыдущих парламентских выборах приблизительный расклад сил был ясен задолго до начала кампании, то нынешний год был полон сюрпризов. То и дело звучали заявления политиков и политических лидеров о создании предвыборных блоков, а через некоторое время – об их распаде. Интрига сохранялась до последнего дня подачи документов. Лишь после этого ситуация окончательно прояснилась. Но именно эта затянувшаяся интрига предопределила остроту предстоящей борьбы. С первых дней предвыборной гонки стало понятно, что иные политические силы подготовились к ней довольно основательно, а иные, наоборот, сгруппировались впопыхах.

Какие меры были предприняты для достижения успеха?

Тут следует учесть, что «политическая коммуникация – это передача и обмен информацией, идеями, эмоциями, навыками, смыслами и т.п. в сфере политики с помощью разнообразных символов (слов, картин, графиков, музыки и т.д.) между субъектами политики и гражданами в ходе их формальных взаимодействий»¹⁴. Традиционные способы предвыборной коммуникации давно известны. Вот их приблизительный перечень: создание рекламных роликов, буклетов, постеров, плакатов, бигбордов, листовок, распространение предвыборных программ, выступления по телевидению и радио, публикация статей и интервью в прессе, а также встречи с избирателями.

¹⁴ Бутырина М. В., указ. соч.

Как было организовано информирование избирателей, какие каналы передачи информации были задействованы, какому формату общения с электоратом отдавалось предпочтение?

Что касается традиционных способов коммуникации, то согласно требованиям закона ЦИК провел жеребьевку¹⁵ и распределил предоставляемое партиям и блокам бесплатное эфирное время для рекламы и последовательность ее размещения в эфирной сетке на радио и телевидении, а также предоставил места для бесплатного размещения плакатов, постеров и листовок. Как уже отмечалось, одни политические силы подготовились к выборам основательно, других это мероприятие словно бы застало врасплох. Об этом свидетельствует ряд обстоятельств. Во-первых, в рекламной сетке телекомпаний лишь несколько политических сил разместило специально подготовленные ролики, остальные заполняли предоставленное время сюжетами, освещающими их предвыборную деятельность. Это вовсе не новое явление на политической арене Армении. Но если на предыдущих выборах политические силы компенсировали подобным образом недостаток должной подготовки, то на выборах–2017 такой необходимости не было. Нам могут возразить, что и таким способом можно вести рекламную кампанию, и отчасти будут правы. Но действенность пассивного, по старинке ее проведения невысока. Рекламные ролики снимают согласно определенным канонам с заранее просчитанным воздействием на потребителя, они проходят предварительную апробацию, что повышает их эффективность.

Во-вторых, лишь у некоторых политических сил прослеживалась четкая концепция проведения своей предвыборной кампании. Отдельные из них по ходу гонки проявили гибкость, перестроились, изменили свои подходы к происходящему.

Выборы 2017 г. показали, что появилась совершенно новая концепция ведения предвыборной борьбы. Имеются в виду немногочисленные собрания вместо шумных массовых митингов. Так, блок «Елк» («Выход») сделал упор на интернет-ресурсы. Блок регулярно проводил встречи во дворах, что было довольно неожиданно, т.к. подобные встречи с избирателем обычно практикуются на выборах в местные органы управления. Однако освещение регулярных встреч через интернет и их прямые трансляции на Youtube и в Facebook приводило к тому, что «Елк» постоянно фигурировал в эфире. И это возымело несомненный эффект. По тому же пути пошла партия «Свободные демократы», однако бросалось в глаза, что поначалу она не была готова к такого рода привлечению избирателей. Тем не менее, к концу предвыборной гонки партия набралась опыта, исчезла излишняя осторожность, и новый вид интерактивного общения стал получаться.

¹⁵ http://res.elections.am/images/dec/17.63_A%20.pdf

Предложенная блоком «Елк» концепция проведения предвыборной кампании повлияла на политическое поле. Некоторые конкуренты также попытались скорректировать свою политику. В результате сформировалась гибридная система, при которой встречи с избирателями проводились на небольших площадках и транслировались по интернету. По данному пути пошли блоки «Армянский национальный конгресс–НПА», «Оганян–Раффи–Осканян» и партии «Дашнакцун» и отчасти, как уже сказано, «Свободные демократы».

А вот Республиканская партия и блок Царукяна начали предвыборную кампанию традиционно – массовыми митингами. Причем блок Царукяна продемонстрировал известную косность и не изменил привычному для него способу коммуникации. Единственным исключением стало завершающее агитацию собрание, которое вопреки сложившейся традиции состоялось не на столичной площади Свободы, а в Спортивно-концертном комплексе, позволявшем обеспечить массовость. Республиканская же партия стала практиковать встречи с трудовыми коллективами в закрытых помещениях. Тем самым РПА нашла оптимальное решение – проводимые ею собрания были немногочисленны, зато не создавали ощущения пустого пространства. К такому же способу предвыборной работы прибегли партии «Армянское возрождение» и коммунистическая.

Что же касается подготовки рекламной продукции, традиционно имеющей определенное воздействие на избирателя, то следует отметить РПА. Ее рекламный спектр оказался самым широким – от сувениров до предвыборных роликов.

Необходимо отметить интернет-агитацию. Лишь две политические силы специально создали предвыборные сайты – РПА и блок АНК–НПА. Оба сайта были весьма грамотно построены и давали большой объем интересной избирателю информации. Блоки «Елк» и АНК–НПА, а также партии республиканская и «Армянское возрождение» завели свои странички в Facebook, что расширило их непосредственное общение с избирателем, особенно молодым.

Наибольшее число рекламных роликов создали блоки АНК–НПА и «ОРО», были они также у РПА, «Армянского возрождения» и блока Царукяна.

Вообще наблюдения показывают, что самой не подготовленной к выборам политической силой оказалась коммунистическая партия, за ней в списке следуют «Свободные демократы».

Самым существенным отличием от предыдущих выборов было то, что политические силы избегали предложенных им дебатов. Многие аналитики отмечали факт, что предвыборная кампания 2017 г. прошла в отсутствие дебатов. Это заставило поднять вопрос о необходимости правового урегулирования столь важной для избирателя проблемы.

Анализируя процесс коммуникации на выборах–2017, мы пришли к мнению, что политические силы довольствовались каждая той нишей, которую они занимали на политическом рынке, не делая попыток выйти за ее рамки. И сложилось это мнение на основе того, что ни одна партия или блок за исключением РПА не попытались увеличить охват информационного воздействия на избирателя или с помощью дебатов доказать, что предложенное ими видение будущего Армении более конкурентоспособно и готово выдержать мозговую атаку.

Ключевые слова: парламентские выборы, политический процесс, политические силы, предвыборная кампания, политическая коммуникация, информационное поле.

ՄԱՐԻԱՄ ԱԼԻԽԱՆՅԱՆ - Հայաստանում նախագահական և խորհրդարանական ընտրությունների խնդրի շուրջ – Ընտրությունների ընթացքում հաղորդակցման կազմակերպման հարցը թույլ է տալիս լուծել մի շարք խնդիրներ: Դրանից էլ կախված է, թե որքան արդյունավետ կկազմակերպեն քաղաքական կուսակցությունները իրենց կապը ընտրողների հետ: Հոդվածում դիտարկվել են հաղորդակցման կազմակերպման հիմնական ձևերը, որոնք կիրառվում էին համապետական ընտրությունների ժամանակ քաղաքական ուժերի կողմից Հայաստանի անկախությունից ի վեր: Առանձնահատուկ ուշադրություն է դարձվել 2017 թվականի խորհրդարանական ընտրություններին, հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ նրանք անցնում են մի քաղաքական համակարգից մյուսին: Հոդվածում նաև դիտարկվում են բոլոր այն նոր միջոցները որոնք քաղաքական ուժերը կիրառել են 2017թ ընտրությունների ընթացքում:

Բանալի բառեր – խորհրդարանական ընտրություններ, քաղաքական գործընթաց, քաղաքական ուժեր, նախընտրական արշավ, քաղաքական հաղորդակցություն, հաղորդակցային դաշտ

MARIAM ALIKHANYAN – On the Issue of Parliamentary and Presidential Elections in Armenia. – The matter of the organization of communications during the elections provides with the solutions of several problems. It depends on how effectively political parties will organize their relations with electors. The main forms of communication which have been used by political parties in the process of federal elections since Armenia’s independence have been observed in the article. Special attention has been paid to the matter of Parliamentary elections of 2017 as they were a transition from a kind of a political system into another. The article observes the new forms of communications in the elections which were offered by the political parties in the elections of 2017.

Key words: parliamentary elections, political process, political powers, electioneering campaign, political communication, opposition, advertising video clips, voter, electorate, political parties, electioneering rallies, electioneering meetings, informational field