

DOI 10.17150/978-5-7253-3124-0.37

УДК 324(571.53)

ББК 66.04(253.7)

*А.Ю. МИЩУК*

**ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ:  
МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ  
НА ВЫБОРАХ ГУБЕРНАТОРА В 2020 Г.**

В настоящей статье исследуется манипуляция общественным сознанием в процессе избирательной кампании Иркутской области в 2020 г. Рассмотрена роль средств массовой информации в процессе выборов. Проанализи-

рованы основные способы, средства и технологии манипулятивного воздействия на избирателей.

**Ключевые слова:** Иркутская область, предвыборная кампания, манипуляция сознанием, избиратели, пропаганда, выборы, СМИ, управление.

*A.YU. MISHCHUK*

## THE POLITICAL PROCESS IN THE IRKUTSK REGION: MANIPULATIVE TECHNOLOGIES AT THE GUBERNATORIAL ELECTIONS IN 2020

This article examines the manipulation of public consciousness during the election campaign of the Irkutsk region in 2020. The role of mass media in the election process is examined. The main methods, means and technologies of manipulative influence on voters are analyzed.

**Keywords:** Irkutsk region, election campaign, manipulation of consciousness, voter, propaganda, elections, mass media, management.

Постсоветский период нередко называют «переходным периодом». В течение последних лет российское общество было объектом интенсивной компании по манипуляции сознанием. Благодаря этой компании и удалось произвести огромную по масштабу и глубине революцию – осуществить смену общественного строя [1].

Задача манипуляторов сознанием – скрытое управление «адресатом» (избирателями) со стороны «инициатора» (представителя «ресурса»), с целью трансформации взглядов, мнений, установок в нужном для манипулятора направлении. При этом опытный манипулятор задействует и сознательные, и бессознательные составляющие психики, что дает ему огромное преимущество [2]. В данном контексте отметим, что, согласно исследованиям, только шесть процентов наших сограждан читают и слушают предвыборные программы. Остальные – руководствуются спонтанными принципами «нравится – не нравится» [3].

Безграничные возможности современных средств массовой информации позволяют использовать манипуляцию как способ скрытого управления людьми. И этот факт настолько очевиден, что в научной среде он практически не оспаривается [2]. В современном обществе выборы немыслимы без использования широкомасштабных информационно-коммуникативных технологий, представляющих собой базу для избирательных технологий.

К избирательным технологиям относятся и политическая реклама, и технологии агитации и пропаганды, технологии защиты и контрпропаганды, методы дискредитации имиджа кандидата, создание информационных поводов, юридические технологии, привлечение внимания и под-

держания интереса избирателей к предстоящим выборам и множество других методов, направленных на достижение успеха. Довольно сложно выявить структуру избирательных технологий, так как современные приемы настолько разнообразны, что трудно найти то общее, что превращает их в нечто целое [4].

Еще А. Моль писал, что СМИ фактически контролируют всю нашу культуру, пропуская ее через свои фильтры. Они способны выделять отдельные элементы из общей массы культурных явлений и придавать им особый вес, повышать ценность одной идеи и обесценивать другую. То, что не попадает в каналы массовой коммуникации, почти не оказывает влияние на развитие общества [1].

В 2020 г. в Иркутской области и на территории России действовали ковидные ограничения, в связи с чем выборы проходили на протяжении трех дней. Были запрещены собрания большого количества людей, в силу чего возможность личной коммуникации кандидата с избирателями была ограничена. Ситуацию, сложившуюся в 2020 г., можно считать уникальной по своему характеру. Роль институтов гражданского общества в условиях ковидных запретов была резко ограничена. В этой связи роль манипулятивных технологий, транслируемых через СМИ, значительно выросла.

В связи с чем, важно отметить, что в соответствии со ст. 57 ФЗ «О средствах массовой информации» главный редактор или редакционная комиссия не несут ответственности за распространение не соответствующей действительности информации, если она содержится в авторских текстах, которые направляются непосредственно в прямой эфир. Другими словами, любое освещение избирательного процесса, будь то предвыборные дебаты, интервью и др. происходящие в прямом эфире, по сути, освобождают СМИ от осуществления принципа достоверности информации, а следовательно, и какой-либо ответственности перед обществом. При этом усугубляет ситуацию то обстоятельство, что граждане в условиях отсутствия иных источников информации, сохраняют высокий уровень доверия к российским СМИ.

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представил результаты опроса, посвященного доверию наших граждан средствам массовой информации. Как показал январский опрос в 2023 г., уровень доверия россиян к различным видам СМИ серьезно различается, но приоритет по-прежнему сохраняется за традиционным медиа — телевидением. Наибольшим общественным доверием в РФ пользуется центральное телевидение (53 %). Вторую строчку с небольшим, но статистически значимым отрывом от лидера занимает местное телевидение: региональным телеканалам доверяет почти каждый второй (47 %).

Остальные источники информации по этому показателю серьезно проигрывают телевидению. Примерно в равной степени – россияне до-

веряют следующим СМИ: новостным, аналитическим, официальным сайтам (35 %, индекс доверия – 8 п.); центральной и региональной прессе (по 33 %, индексы – 8 и 9 п., соответственно); Telegram-каналам (31 %, индекс – 8 п.). У каждого пятого опрошенного доверие вызывают региональное и центральное радио (25 и 24%, соответственно, индексы – 7 и 5 п.). В группе аутсайдеров — мессенджеры и социальные сети, блоги в Интернете. Доля тех, кто не доверяет им (35 и 43 %), превышает долю доверяющих (27 и 23 %), в результате чего индекс по обоим ресурсам принимает отрицательные значения: -8 и -20 п., соответственно. Таким образом, несмотря на высокие темпы трансформации общего медиа-ландшафта под воздействием цифровых технологий, общество продолжает доверять наиболее привычному формату получения информации [5].

С учетом того что, в 2020 году ковидные ограничения как никогда ранее позволяли СМИ широко использовать методы подсознательного стимулирования общественного мнения, когда отношение граждан к тем или иным явлениям окружающей среды формируется с помощью стереотипов, мифов, слухов, которые внедряют в СМИ, в качестве «организованных» новостей, автоматически вызывая в массовом сознании либо отрицательную, либо положительную реакцию на конкретное событие [6].

В ходе избирательной кампании в Иркутской области в 2020 г. использовались разнообразные технологии для поддержания интереса избирателей к предстоящим выборам, формирования и сохранения их интереса к предвыборной кампании. Применяемые манипулятивные приемы, направленные на мобилизацию электората, всегда содержат и определенные цели, которые манипулятор стремится донести до избирателей.

К наиболее распространенным направлениям манипулятивного воздействия на общественное сознание следует отнести дискредитацию имиджа кандидата. Еще в преддверии выборов Губернатора Иркутской области, против назначенного главы области в социальных сетях активно развернулась информационная кампания. Недоброжелатели распространяли видео, на котором запечатлены «нетрадиционные» утехы неких мужчин, один из которых одет в форму сотрудника МЧС. Инициаторы информационной атаки утверждали, что именно он является героем видео, хотя еще в 2017 году целый ряд Telegram-каналов указывали на то, что человек на видео не имеет никакого отношения к кандидату в губернаторы.

Данный пример является сочетанием таких манипулятивных приемов, которые называются «серая пропаганда» и «черная пропаганда». Обычно, использование таких техник заключается в том, что дается ложное сообщение из неопределенных источников (в нашем случае,

из неофициального телеграмм канала). Как правило, затронутое этим сообщением лицо или организация моментального его опровергают, но вброс уже сделан. А опровержение или подтверждение становится уже вопросом дискуссий. Если вброс оказался достаточно «сильным» и внес резонанс в обществе, то данное событие может стать основной повесткой и будет отвлекать от действительно важных вещей.

В преддверии данной избирательной кампании не стали исключением и так называемые «юридические технологии». 20 мая 2020 года врио губернатора Иркутской области Игорь Кобзев подписал поправки в закон «О выборах Губернатора Иркутской области», вводящие порядок самовыдвижения кандидатов. Были внесены изменения, значительно расширившие возможности финансирования избирательной кампании со стороны независимых кандидатов. После этого Игорь Кобзев выдвигался как самовыдвиженец, поддерживаемый партией «Единая Россия»

Широкое применение получил также прием, называемый специалистами в области проведения избирательных кампаний «присоединением аудитории». В данном случае с целью расширения своей электоральной базы и привлечения внимания избирателей была актуализирована проблема о самодостаточности Иркутской области. Основным тезисом этой технологии являлось внедрение в общественное сознание идеи о том, что регион может стать одним из богатейших регионов страны. На этом строил свою избирательную кампанию М.В. Шапов. С этой целью одним из лозунгов избирательной кампании являлся тезис о «борьбе с центром» [7]. При этом речь шла о том, что данную борьбу ради процветания региона может возглавить коренной житель области. Поэтому тезис о борьбе с центром сопровождался лозунгом «Будь сибиряком». В рамках такой технологии коренной иркутянин М.В. Шапов должен был выглядеть предпочтительнее москвича И.И. Кобзева.

Серьезным манипулятивным информационным поводом в ходе избирательной кампании являлись низкие тарифы на электроэнергию в Иркутской области. Исполняющий обязанности главы региона И. Кобзев публично заявлял, что повышения тарифов не будет. Его противники утверждали, что тарифы неизбежно повысят после ухода Левченко, что удержать тарифы сможет только тот, кто родился в Иркутской области.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что, средства массовой информации практически полностью вытеснили личное общение как источник новой информации. Из процесса получения информации был исключен «диалог», который создает важнейшую защиту против манипуляции сознанием [8].

В условиях ковидных ограничений СМИ использовались в качестве основного инструмента политической борьбы на выборах губернатора Иркутской области в 2020 г. Политические партии активно пользуются

данным инструментом, задавая ту или иную повестку в рамках определенной технологии. На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что манипуляция общественным сознанием в процессе выборов является одним из ключевых способов воздействия на избирателя, а СМИ являются главным инструментом их реализации. При этом роль СМИ резко возрастает в условиях вводимых ограничений на прямые контакты с избирателями.

### Список использованной литературы и источников

1. Кара-Мурза С. Г. / Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – Москва : Родина, 2021. – 432 с.
2. Пеструилов А. С. Психологическое манипулирование сознанием избирателя как угроза демократии / А. С. Пеструилов, Л. В. Рудаков // Мир науки. – 2016. – № 4. – С. 1–5.
3. Шейнов В. П. Скрытое управление человеком / В. П. Шейнов. – Харвест : Республиканский институт высшей школы, 2006. – 816 с.
4. Ковалева Т. В. Манипулятивные и контрманипулятивные технологии в современных избирательных компаниях : автореф. дисс. ... канд. социол. наук / Т. В. Ковалева. – Тюмень, 2007. – 62 с.
5. Россияне рассказали о своем доверии к СМИ // Санкт-Петербургские Ведомости. – 2023. – 12 янв. – URL: [https://spbvedomosti.ru/news/country\\_and\\_world/rossiyane-rasskazali-o-svoem-doverii-smi/](https://spbvedomosti.ru/news/country_and_world/rossiyane-rasskazali-o-svoem-doverii-smi/) (дата обращения: 26.02.2023).
6. Суханова Т. Н. Влияние СМИ на формирование общественного мнения / Т. Н. Суханова // Актуальные проблемы развития человеческого потенциала в современном обществе. – 2015. – № 2. – С. 1–3.
7. Щапов М. Шансы на губернаторство, взаимоотношения с Левченко и борьба с центром / М. Щапов // Youtube.com. – 2020. – 29 июля. – URL: <https://youtu.be/82vAYqLsAQ8> (дата обращения: 09.01.2023).
8. Иванов А. Информационная атака: в сети разоблачили фейк про замминистра МЧС Игоря Кобзева / А. Иванов // Life.ru. – 2019. – 12 дек. – URL: <https://life.ru/p/1260908> (дата обращения: 09.01.2023).

### Информация об авторе

*Мищук Александр Юрьевич* – аспирант, кафедра международных отношений и таможенного дела, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: [aleksandr.mishchuk@mail.ru](mailto:aleksandr.mishchuk@mail.ru)

### Author

*Alexander Yu. Mishchuk* – Postgraduate Student, Department of International Relations and Customs Affairs, Baikal State University, 664003, Irkutsk, Lenin str., 11, e-mail: [aleksandr.mishchuk@mail.ru](mailto:aleksandr.mishchuk@mail.ru)