

9. Савенков, А.Н. Государство и право в период кризиса современной цивилизации / А.Н. Савенков – М., 2020. –448 с.

10. Heatwaves to impact almost every child on earth by 2050: UNICEF report. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ungeneva.org/en/news-media/news/2022/10/heatwaves-impact-almost-every-child-earth-2050-unicef-report> (Дата обращения: 27.10.2022).

11. Human Development Report 2021/2022. [Электронный ресурс]. – URL: <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2021-22> (дата обращения: 21.09.2022).

12. United Nations Secretary-Generals Report «Our common agenda» // [Электронный ресурс]. – URL: [https://www.un.org/en/content/common-agenda-report/assets/pdf/Common\\_Agenda\\_Report\\_English.pdf](https://www.un.org/en/content/common-agenda-report/assets/pdf/Common_Agenda_Report_English.pdf) (дата обращения: 27.10.2022).

## **УЧЕТ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ФАКТОРА ПРИ ПРИМЕНЕНИИ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

*Е.С. Викторovich*

*Минск, Республиканский институт высшей школы*

В любой стране можно говорить о так называемом «региональном менталитете», т.е. о совокупности стереотипов сознания, традиций и привычек, образа мысли, ценностей, присущих жителям определенной местности. «Региональный менталитет» влияет на восприятие окружающей действительности, и, например, одно и то же событие может вызвать разные реакции у жителей города или села, Полесья или восточного региона Беларуси. Многие регионы Беларуси имеют специфические экономические, производственные, социальные, ландшафтные и историко-культурные особенности.

Среди объективных причин, оказывающих влияние на электоральный выбор, современные политические географы и социологи называют территориальный фактор. «Географическая общность избирателей, – отмечает А. Ковлер, – политические традиции регионов, политический микроклимат в городе, районе имеют существенное значение при формировании политических позиций большого числа избирателей» [1, с. 23].

Территориальный фактор может проявляться как в региональном, так и в социокультурном измерениях. Если первое предполагает изучение влияния на голосование географического положения территории, то второе – ее социальных и этнокультурных характеристик. Разделение труда и управленческих функций в регионе ведет к формированию различных и зачастую противоречивых политических интересов, связанных с отдельными социальными группами. Этнокультурный состав территории (этнические и конфессиональные группы) имеет исключительное значение для понимания специфики поведения электората. Как указывает И. Охременко, при определенных обстоятельствах принадлежность к национальной группе может оказывать большее воздействие на политический выбор, чем социальный статус [3, с. 31–32]. Региональное и этнокультурное измерения тесно взаимосвязаны.

В отечественных реалиях избирательные технологии должны учитывать объективные условия проведения выборов: правовое пространство, практику избирательных кампаний, национально-политические традиции, организационные и материальные возможности государства. Следует также помнить, что каждая избирательная кампания имеет общие и специфические черты. К общим относятся единая законодательная и инструктивная база, правовое регулирование создания и деятельности избирательных комиссий, действия в рамках законодательства претендентов на выборные должности и т.д.

Однако зачастую субъекты избирательного процесса прибегают только к использованию традиционных общих технологий, не адаптированных под местную специфику. А между тем, особенности тех или иных избирательных гонок составляет, в том числе и региональная специфика. Она включает количественные и качественные показатели участников соревнований, электората, характеристики и масштаб территориального округа. Профессиональная нацеленность на округ позволяет в ходе избирательной кампании эффективно использовать избирательный фонд, заручиться поддержкой лидеров общественного мнения и элиты региона и, самое главное, выбрать наиболее оптимальные способы воздействия на местный электорат. Поэтому объективная оценка электорального поля является важной составляющей и современным требованием к построению успешной избирательной кампании.

Внедрение избирательных технологий должно ориентироваться, прежде всего, на удовлетворение желаний и ожиданий избирателей, на оценку потребностей, целей и реальных возможностей отдельных приоритетных групп избирателей. Выявление данных адресных групп во многом определяется региональной спецификой: уровнем социально-экономического развития, рынком труда, сложившимися традициями, менталитетом и другими факторами.

Скажем, выдвигая кандидата в том или ином округе, организаторы кампании должны учесть, что из себя этот округ представляет: является ли он однородным (прежде всего в социальном отношении, т.е. живут ли здесь люди преимущественно одного и того же достатка) или дифференцированным; какие социально-демографические, культурно-политические и прочие характеристики здесь доминируют. Суть этой процедуры заключается в том, что, исследуя рынок, то есть совокупность потребителей товара, «нужно ориентироваться не на первого попавшегося покупателя, а только на того, кто может заинтересоваться товаром и в перспективе его купить» [2, с. 87].

Существует своя специфика поведения селян и горожан в период избирательных кампаний. Деревенский уклад определяет, с одной стороны, тесную социально-психологическую зависимость селян друг от друга, высокий уровень социального контроля в сообществе, где все друг друга знают и жизнь каждого проходит на виду у всей общины, с другой – слабость

коммуникационных связей между жителями различных поселений. Нередко сословная принадлежность, фактор землячества, биографические данные претендента играли большую роль в электоральном выборе, чем его политические предпочтения.

Учет территориального фактора означает, что применять избирательные технологии ко всем избирателям нельзя. Поэтому необходимо выделить определенную группу, которой необходимо уделить приоритетное внимание, не оставляя вне поля зрения и остальных избирателей. Выбор адресной группы помогает выработать лозунги, т.к. если известно, к кому апеллируют, то известно, что и как сказать. Также это помогает более эффективно использовать имеющиеся средства с максимальной отдачей и дает возможность, особенно на местном уровне, выдвигать лозунги, отражающие нужды потенциального избирателя.

Итоги избирательных кампаний в нашей стране, которые показывают, что электоральные предпочтения отдаются тем претендентам на депутатский мандат, которые реализовали себя в сфере, представляющей интерес для жителей конкретной местности, либо те, кто с помощью авторитета и возможностей неоднократно решал конкретные проблемы и реагировал на просьбы избирателей до начала кампании.

Одним из основных факторов формирования позитивного восприятия избирателями выборной кампании является стабильная социально-политическая обстановка в регионе, отсутствие точек социального напряжения, позитивная динамика экономического развития, результативное решение имеющихся местных проблем, стабильность на рынке труда своевременность выплаты заработной платы, пенсий и пособий, выполнение государственных социальных гарантий.

Таким образом, при применении избирательных технологий в период проведения общественно-политических кампаний, необходимо выявлять, анализировать и учитывать региональную специфику и социальные запросы конкретных поселенческих общностей и регионов, осуществлять поиск эффективных форм и методов работы с людьми. Недоучет социокультурной дифференциации различных регионов страны, приводит, как правило, к упрощенным, стандартизированным подходам к решению задач регионального развития, в том числе в политической и идеологической сферах.

#### *Список литературы:*

1. Ковлер, А.И. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт / А.И.Ковлер. – М.: УРСС, 1995. – 115 с.
2. Колесников В.Н., Семенов В.А., Политический менеджмент: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. Для бакалавров. – СПб.: Питер, 2013. – 336 с.: ил. – (Серия «Учебное пособие»).
3. Охременко, И.В. Электоральное поведение: теория вопроса: Учебное пособие: в 2 ч. Ч.1 / И.В. Охременко. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2002. – 52 с.