

И.Б. ГАСАНОВ

### Влияние электоральных стереотипов на голосование избирателей

При изучении влияния тех или иных факторов на проведение избирательных кампаний, на само голосование избирателей и результаты выборов, представители юридической науки нередко придают слишком большое значение чисто процедурным вопросам, зачастую несколько преувеличивая возможности законодательства. С этим и в немалой мере связаны всевозможные дискуссии о совершенствовании избирательного законодательства, об уместности или своевременности тех или иных изменений в выборные законы.

Разумеется, закон должен быть как можно более совершенным и всеохватывающим. А чтобы не быть постоянным объектом изменений, как говорится, на злобу дня, он должен быть максимально готовым ответить на самые неожиданные вызовы как современности, так и все более ускользящего времени. Но это не означает, что только с помощью законодательства можно добиться организации если не идеально справедливых, то хотя бы в той или иной степени устраивающих различные слои общества выборов. Ключевое слово здесь «устраивающие», потому что между терминами «справедливость» и «закон» расстояние пока еще достаточно большое, а, если быть честным, их не так много всего связывает. Это, по большому счету, нормально, так как закон – категория более или менее конкретная, а справедливость – понятие сугубо субъективное.

Вот на этом фоне и встречаются, с одной стороны, избирательное законодательство, с другой – представления избирателей о справедливой и нужной им политической силе, которыми, к сожалению, можно относительно легко управлять. Правда, управлять этими представлениями можно опять же не всегда, о чем говорит множество примеров, когда вопреки всем предсказаниям, результатам социологических опросов и экзит-полов граждане голосуют за, казалось бы, абсолютно неизбираемых кандидатов, возводя себе в начальники людей, очень и очень далеких от политики и государственного управления: профессиональных комиков, цирковых клоунов, телеведущих, эстрадных певцов, спортсменов и так

далее. Ничего против представителей подобных профессий не имея, всего лишь констатирую, что такое электоральное поведение масс иначе как суицидальным не назовешь. Но так происходит, и причины подобных явлений лежат отнюдь не на юридической плоскости. Люди так выбирают не из-за того, что законы несовершенно. Все гораздо сложнее и глубже. И речь здесь не только об обычаях и традициях, без учета которых невозможно обеспечить честность и прозрачность выборов, и которые требуют к себе постоянного и серьезного внимания не только в периоды избирательных кампаний.

Когда классик американской журналистики Уолтер Липпман в далеком 1922 году впервые заговорил о стереотипах<sup>1</sup>, он имел в виду довольно узкий круг психологических предпочтений человека. Долгие годы эти предпочтения изучались лишь с точки зрения их использования при создании рекламных проектов. В Советском Союзе реклама по известным причинам не имела особого значения, поэтому научный интерес к проблематике стереотипов занимал весьма скромную нишу. Более или менее настоящий интерес к ним возник во времена противостояния политических систем в годы так называемой холодной войны (она вообще-то кое-где полыхала, только ее пламя не всегда достигало тех, кто ее развязал).

Этот интерес подразумевал использование стереотипов в строго прикладных, а конкретно, в военных целях (чтобы знать, с каким народом как воевать, представителей какого народа как вербовать, как вести себя на оккупированных в той или иной форме территориях и т.д.). Но речь здесь чаще шла не о психологических стереотипах, как во времена Липпмана, а этнических (у нас их называли «национальными») наряду с такими категориями, как «национальный характер», «образ врага». Опять же, не сказать, что тогда интерес к стереотипам был многоохватывающим.

Судя по количеству работ на тему стереотипов, то есть по разработанности данной темы на Западе и в Советском Союзе, у нас ей уделялось небольшое внимание. По стереотипам было защищено от силы пара-тройка диссертаций (Л. М. Дробижева, Г. У. Кцоева), издано несколько книг, хотя первые работы по этнопсихологии, иногда это были отдельные статьи работников спецслужб, совмещающих государственную службу с научными исследованиями, издавались уже в пятидесятые годы прошлого века. Стереотипы у нас изучались в основном в рамках предмета «Социальная психология», и их исследование редко выходило за пределы данной дисциплины.

Но уже в 1990 годы в России интерес к стереотипам значительно возрос. В начале особого внимания удостоились опять же негативные национальные стереотипы в связи с охватившими постсоветское пространство различного масштаба и рода межэтническими конфликтами.

---

<sup>1</sup> Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.

Хотя практически все подобные конфликты между народами бывшего Советского союза носили политический характер, а все остальные причины, включая указанные стереотипы, по крайней мере, на начальных этапах этих конфликтов являли собой внедренные или искусственные факторы. Но отечественным ученым надо было как-то ответить на относительно давно забытый и малоизученный вызов истории, тем более что при урегулировании межэтнических конфликтов правовые принципы редко срабатывали.

Затем обнаружилось, что стереотипы как сущностное явление индивидов, не только весьма важный фактор нашего существования, но и охватывают практически все сферы человеческой жизни. Это только кажется, что за этими штамповидными и клишеобразными реакциями<sup>2</sup> индивида на окружающую действительность мало что стоит. Например, тот же Липпман выделял всего четыре аспекта стереотипов: стереотипы всегда проще, чем реальность; люди приобретают стереотипы, а не формулируют их сами; все стереотипы ложны в большей или меньшей степени; стереотипы живучи<sup>3</sup>. В отношении этих аспектов мало что изменилось, исследователи во всем мире и сейчас в той или иной степени придерживаются подобной градации.

Существенно изменилось отношение к самим стереотипам и их месту в жизни людей. Оказалось, что человек только и делает, что стереотипно реагирует на все, что с ним происходит. «Стереотип – это более или менее постоянная «формула явления», это представление об объекте, низведенное до самых элементарных черт, и оно сохраняется порой без изменений на протяжении жизни многих поколений. Стереотип не требует домысливания, он воспринимается готовым»<sup>4</sup>.

К тому же, кроме психологических и этнических стереотипов существует огромная масса социальных, бытовых, гендерных, индивидуальных, массовых, поведенческих, исторических стереотипов. А есть еще гетеростереотипы, обращенные на других людей, и автостереотипы, обращенные на самого человека. Более того, стереотипы весьма живучи, от них не так-то просто избавиться. «Имея свойство экономить мышление и суммировать исторический опыт, стереотипы не могут быть абсолютно истинными, но могут основываться на близких к действительности представлениях, могут быть абсолютно ложными, одновременно могут служить основанием для возникновения новых, еще более ложных стереотипов»<sup>5</sup>. Стереотипы могут быть негативными и позитивными, то есть они однозначны: «да» или «нет», «свой» или «чужой». Более

<sup>2</sup> Кстати, стереотип (от греч. stereos – «твердый» + typos – «отпечаток») и означает монолитную печатную форму, копию с типографского набора или клише, используемых для ротационной печати многотиражных изданий.

<sup>3</sup> Липпман У. Указ. соч. С. 75.

<sup>4</sup> Феофанов О.А. Агрессия лжи. М., 1987. С. 37

<sup>5</sup> Там же.

того, стереотипы у людей можно создавать, и даже использовать в целях разной полярности.

Последнее обстоятельство на сегодня стало обычным делом для не особенно разборчивых в инструментариях политтехнологических и социологических служб, специализирующихся на внедрении в сознание масс различных стереотипов самой разной направленности в зависимости от целей своих клиентов. При наличии современных средств коммуникации (телевидение, радио, интернет, телефония), которые позволяют находиться едва ли не в буквальном смысле в постоянном контакте с объектом воздействия, подобная деятельность больших способностей не требует. Особенно с учетом того, что безграничной беспринципности и изощренности умственных способностей некоторых специалистов по разного рода «грязным» политическим технологиям позавидовал бы сам Макиавелли, и которых можно охарактеризовать, лишь перефразируя высказывание Карла Маркса о том, что нет такого преступления, на которое ради прибыли «черный» технолог не рискнул бы пойти.

Многие опросы общественного мнения по своей форме, формулировкам, направленности служат тому, чтобы создавать у граждан нужные стереотипы. «Сравнительная легкость формирования ложных стереотипов с помощью пропаганды позволяет отвлекать народные массы от злободневных вопросов и сосредоточивать их внимание на вопросах второстепенных. Когда люди находятся в неведении о проблемах и фактах, от которых зависит их судьба, и когда неоткуда черпать информацию, любая брошенная в эфир или на газетную полосу правдоподобная версия событий приобретает характер апробированного факта»<sup>6</sup>.

Всевозможные ток-шоу с множественными ссылками на реальных и псевдоавторитетов, наводнение информационного пространства определенного типа новостями (в том числе, фейковыми, то есть поддельными, фальшивыми), беспринципное и беспредельное использование самой обычной и банальной лжи в разных вариациях служат одной цели: убедить избирателя проголосовать за конкретную политическую силу посредством формирования у него мысли, что только данная политическая сила и достойна выбора. Ведь выборы могут быть безальтернативными не обязательно в прямом смысле слова – их можно сделать таковыми в одном случае просто отсекая других кандидатов как недостойных, в другом – сделав своего кандидата единственно достойным, и в третьем – используя оба метода для достижения цели. Есть тут и четвертый, пятый и так далее варианты.

Надо сказать, что и без вмешательства подобных технологий основная часть избирателей при голосовании на выборах за те или иные политические силы в значительно большей степени руководствуется различного

---

<sup>6</sup> Гасанов И.Б. Роль средств массовой информации в создании и использовании национальных стереотипов / Современная Россия: власть, общество, политическая наука. Том 1. М., 1998.

рода стереотипами, чем реальным положением дел или, хотя бы тем же здравым смыслом.

Различного рода потому, что каждый избиратель относится и относит себя к определенной референтной группе<sup>7</sup>, а нередко – ко многим референтным группам сразу, каждая из которых (семья, род, этнос, религиозная принадлежность, производственный коллектив, группы по самым различным интересам и многое другое) является источником социальных установок и норм поведения. А референтная группа зачастую склонна мыслить общими для своих членов стереотипами, вроде «мы лучше» – «они хуже», «мы правы» – «они неправы», «наш» – «не наш» и так далее. «Стереотип формируется не на основе собственного опыта, а заимствуется готовым у той социальной или национальной группы, к которой принадлежит человек. Для него не имеет значения достоверность стереотипа – он черпает в нем групповую оценку определенного явления и, чтобы соответствовать ценностям группы, строит свое поведение в соответствии с этой оценкой. Стереотип обобщает похожие явления, соединяет их в единую категорию, сокращает до предельного минимума набор его отличительных характеристик – черт, которые либо присущи данному явлению, либо могли бы быть ему присущи»<sup>8</sup>.

Человеку и так трудно выбраться из-под этих установок и норм для того, чтобы иметь возможность сформулировать и выражать собственное мнение по тем или иным общественно важным вопросам, таким, например, как выборы, электоральные предпочтения и электоральное поведение. С учетом политтехнологических «соблазнов» самостоятельный выбор и во все становится делом практически неосуществимым. В нынешних условиях эта самостоятельность чаще всего бывает кажущейся, так как избирателю приходится выбирать из слишком многих (партий, кандидатов) объектов при минимуме доступной (необходимой для выбора) информации. А чтобы избежать всякого рода внутренних колебаний у граждан, и используются электоральные стереотипы на все случаи жизни как наиболее надежные инструменты для принятия избирателем нужных, быстрых и, главное, практически бездумных, решений. Те избиратели, кто по тем или иным причинам не подвержены воздействию политических технологий (такие тоже есть), за неимением нижнего порога явки и строки «против всех» в избирательном бюллетене уходят в абсентеизм, то есть, как говорят участники и организаторы выборов, «голосуют ногами». Количество таких избирателей часто зависит от силы давления, оказываемого на них различными агентами влияния.

<sup>7</sup> Референтная группа (от лат. referens – сообщающий) – реальная или условная социальная общность, с которой индивид соотносит себя как с эталоном и на нормы, мнения, ценности и оценки которой он ориентируется в своем поведении и в самооценке.

<sup>8</sup> Гасанов И. Б. Указ. соч.

Что касается электоральных стереотипов, то их – огромное множество, более того, подобных стереотипов каждым избирательным циклом становится все больше. С одной стороны, одни стереотипы служат основанием для создания других, с другой, – благо, есть кому и для чего их придумывать и создавать. Чего стоит одно только максимально распространенное убеждение (ему подвержены практически все сегменты электората, кстати, не только российского) о том, что «от избирателя ничего не зависит». С помощью только этого стереотипа можно добиться многого: уверенности у граждан, что выборы ничего не значат; при необходимости – низкой явки избирателей; снижения уровня доверия к выборам; негативного восприятия власти (к действующей и возможной) в собственных целях; лишения поддержки неудобных партий и кандидатов; выделения из общей массы своего избирателя и точечного воздействия на него и др.

Подобной же характеристикой обладают стереотипы «все выборы фальсифицируются», «результаты выборов зависят от того, кто считает бюллетени», «как сверху скажут, так и будут считать» (или разновидность «цифры нарисуют»), «кто бы ни пришел к власти, ничего не изменится» и так далее. От того, кто и в чьих интересах считает бюллетени, наверняка, зависит немало. Но при реальной явке свыше 70 процентов избирателей технологии теряют эффективность по той простой причине, что они обычно не рассчитаны на большие сегменты граждан и способны воздействовать только на конкретные цели вроде какой-то части молодежи или возрастных граждан. При 80 процентах реальной явки только сумасшедшая власть рискнет сфальсифицировать результаты выборов, потому что такое количество людей может заставить идти на выборы только реальная цель, охватившая все общество. Она может быть направлена как на поддержку той или иной политической силы (в том числе действующей власти), так и против нее.

Организаторы выборов не могут отвечать за то, как голосуют избиратели – они лишь организуют выборы, добиваются их прозрачности и честности. У них недостаточно инструментов для противодействия как всяким «грязным» технологиям, так и различного рода административному ресурсу или тем же негативным электоральным стереотипам. Но при этом именно они едва ли не перманентно находятся в положении или «обвиняемых», или оправдывающихся. Но организаторы выборов – не инопланетяне, не пришельцы и даже не иностранцы, они такие же избиратели, как и остальные граждане. При этом большинство негативных электоральных стереотипов направлены именно на них – ведь выборы не сами по себе фальсифицируются, бюллетени не сами считаются, – и выборы кто-то фальсифицирует, и бюллетени кто-то не так считает. А тут больше не на кого думать, кроме как на членов избирательных комиссий разного уровня, то есть на своих сограждан, горожан, односельчан,

а очень часто – просто соседей, живущих той же жизнью, имеющих те же проблемы, что и основная масса избирателей.

А, может быть, мы виноватых не там ищем, может, стоит оглянуться на себя, на собственную позицию по отношению к самому себе и к собственной жизни. Может, каждому из нас просто пойти и проголосовать. Да так, чтобы нас, голосующих, было слишком много для любых неправовых вмешательств. Да и для того, чтобы у нас у самих не осталось сомнений в честности выборов. И так из раза в раз. Кстати, в этом нуждается и страна наша и государство российское, да и власть, которой просто необходим катарсис через настоящие народные выборы.

Кстати, любителям применения таких серьезных инструментов воздействия, как стереотипы, хорошо бы помнить и том, что те же негативные стереотипы, во-первых, как уже было сказано выше, долговечны, во-вторых, и это более важно, носят в некотором роде универсальный характер и прекрасно работают не только при решении узкопартийных или узкокорпоративных электоральных задач, но и при подготовке достаточно распространенных в последние десятилетия «цветных» революций, осуществляемых, как правило, в интересах внешних сил, когда на чаше весов оказывается судьба страны и государственности.

Другое дело, что стереотипы почти не работают при отсутствии соответствующей основы. Значит, чтобы от использования негативных электоральных стереотипов получить нужный эффект, необходимо подготовить почву (то есть, общество) и держать ее в соответствующем состоянии. Ведь стереотипы – это знание, и не важно, какое – правдивое, ложное, доброе, злое, но это – знание. От настоящего знания они отличаются простотой как для восприятия, так и понимания. Как все общество, так и отдельный индивид, постоянно нуждаются в получении новых знаний о тех или иных событиях, происходящих вокруг, чтобы ориентироваться в собственной жизни, а не, как говорится, «блуждать в потемках». А знания могут быть настоящими, могут быть лживыми, а могут быть, скажем так, подброшенными, то есть, теми, которые работают на определенные цели. Но все они требуют подкрепления другими знаниями, то есть некой доказательной базы. Стереотипы же не требуют объяснений или подкреплений, а тем более, доказательств. Особенно, когда они запускаются в уже основательно «удобренную» почву ненависти, ксенофобии или банального невежества.

Например, когда годами пресса, радио и телевидение твердят о том, что «все богатые воры», то достаточно сказать о конкретном кандидате, что он богатый. Даже нет необходимости уточнять, что он вор. И так всем все ясно. Или, если годами со всех экранов, страниц журналов и газет, новостных сайтов льется информация о том, что, например, «кавказцы – преступники», то кандидата-кавказца можно даже не называть преступником. То, что он – преступник, потому что кавказец, уже сидит в подкорке

у избирателя. Многим трудно понять, но в Российской Федерации практически каждому кавказцу, независимо от его национальности и того, какое он занимает место в социальной иерархии (конечно, если он не Иосиф Сталин), перманентно приходится доказывать, что он, как говорится, не верблюд. А это всего лишь стереотипы и не более того, которые можно распространить на все что угодно: от цвета кожи и волос и формы носа (самые используемые для создания негативных стереотипов) до профессий и политических или любых иных предпочтений.

Российские военные, думаю, хорошо помнят, как они в самом начале 1990-х годов стали, правда, на короткое время, чуть ли не изгоями. То же самое можно сказать и в отношении вечных виноватых – чиновников, которых в России миллионы, и огромное большинство которых не то что не имеют возможности (то есть, даже если бы захотели) брать хоть какую-то взятку, а нередко просто едва сводят концы с концами. Но долгие годы соответствующего «удобрения почвы» привели к тому, что просто само слово «чиновник» ассоциируется со словом «коррупционер». Подобных примеров можно приводить довольно много.

Есть примеры и похуже. Например, как писала газета «Комсомольская правда», в мае 2014 года «в Замоскворецкий суд был подан иск к «Большому толковому словарю». Скандал разгорелся вокруг приведенного в книге разговорного значения слова «чукча»: «наивный простодушный человек»<sup>9</sup>. Конечно же, суд чукотским активистам в иске отказал. Но, судя по тону заметки, ее автору, а вместе с ним и газете, несколько смешно. А ведь на самом деле совсем не смешно, что банальный бытовой стереотип проник в такое солидное издание, как «Большой толковый словарь». То есть, стереотип получил официальный статус знания.

Небольшая ремарка. Стереотипы это данность, от них не свободен не один человек в мире, но есть стереотипы, которые упрощают жизнь людей, есть, которые, работая как инструменты воздействия, лишают их воли, возможности мыслить, превращают в толпу, а отдельных индивидов и вовсе – в сподвижников зла и лжи. Средства массовой информации (пресса, радио, телевидение, тот же интернет-СМИ) не специально работают на создание негативных и деструктивных стереотипов, им всего лишь нужно привлекать внимание читателей, слушателей, зрителей и пользователей, а иногда просто дополнить полосу, заполнить паузу, украсить сюжет сенсацией или, например, добиться большего количества «лайков». А то, что в результате неких вроде безобидных, но в определенном контексте поданных, сообщений общество постепенно превращается в готовую почву для роста социальной, национальной розни, им и неведомо. Их никто не собирает, и не будет судить ни человеческим судом, ни государственным. Разве что результаты собственной, мягко

<sup>9</sup> <http://www.kp.ru/daily/26235.5/3117768>.

говоря, безответственности многие авторы этих средств массовой информации в той или иной мере, но обязательно почувствуют на собственной судьбе, на судьбах своих детей.

То же самое можно сказать в отношении постоянных участников политических шоу (особенно политических и многих других, где, если сказать проще, грех преподносится как норма), почему-то возомнивших себя особыми людьми, кому можно говорить перед миллионными аудиториями любую, как говорится, ересь, не задумываясь о том, что не каждое мнение можно выносить на всеобщее обозрение, да и перед экранами могут находиться (и находятся) люди с неокрепшим умом, и необремененные знаниями, для которых все, что «говорит телевизор», – правда.

Вернемся к электоральной проблематике. Стереотипы, применяемые «черными» технологами в электоральном поле особенно опасны еще и по той причине, что они сказываются на качестве власти, ответственной за саму государственность. Ведь люди, нечестными путями попадающие во власть, в результате, в том числе, использования негативных электоральных стереотипов, делают это не забавы ради. Во-первых, на эту процедуру – назовем ее «процедурой пролезания в политику» – тратятся немалые средства, что уже говорит об определенных, заведомо нечестных и, думаю, далеко идущих целях («далекость» которых, понятное дело, зависит от уровня власти, в которую человек «пролезает»). В любом случае, попадая во власть, подобные люди начинают первым делом заниматься не теми проблемами, ради которых были избраны, а приступают к решению собственных задач, как правило, носящих коррупционный характер. Иначе говоря, начинают работать против благополучия, в том числе, своих избирателей.

Но для граждан, уровень жизни которых в немалой мере зависит от этой власти, нет никакой разницы, по какой причине их благополучие никак не может состояться. Некоторая часть граждан вполне в состоянии связать качество своей каждодневной жизни с тем, как она сама за кого и как проголосовала. Но, даже в таком случае, и даже для этой части избирателей нет гарантии, что она в следующий раз не ошибется с выбором. Слишком много вокруг тех, кто способствует повторению этой ошибки, и кому подобная ошибка выгодна. И, к огромному сожалению, слишком много вокруг равнодушных.

Дело в том, что практически все «грязные» политические избирательные технологии, кем бы они ни разрабатывались, и кем бы ни применялись, основаны на двух, как говорится, «китах»: на электоральных стереотипах и на равнодушии людей. Все остальные причины их эффективности – банальное невежество, низкая правовая культура, нечестность тех или иных организаторов и участников выборов, несовершенство закона, моменты, связанные с коррумпированностью общества и государства, фальсификацией результатов голосования и многим другим – в той или

иной мере связаны именно с этими двумя «китами». Но равнодушие тоже бывает разным и, может быть, например, искусственно созданным, или равнодушием поневоле, вызванным воздействием все тех же негативных электоральных стереотипов.

Не буду говорить об активной гражданской позиции и тому подобных призывах, ставших для основной массы граждан обычными банальностями – о них много пишется и говорится, но мало кого это трогает. К тому же, активная гражданская позиция подразумевает позицию в отношении чего-либо или кого-либо и, как не удивительно, по крайней мере, внешне мало связана с индивидом, который этой позиции должен придерживаться по замыслу тех, кто призывает к ее необходимости, более того, обозначает активную гражданскую позицию, с одной стороны, как обязательство и обязанность, с другой – как некую панацею: вот если бы все и всегда придерживались подобной позиции, все было бы на самом высоком уровне. Согласитесь, что это больше похоже на лозунг или слоган, рассчитанный разве что на недолгий эффект, чем на нечто действенное.

В то же время, во-первых, откуда взяться активной позиции, когда большинство граждан просто живут свою жизнь с таким количеством забот и проблем, что им впору думать желудком, а не головой, во-вторых, активная гражданская позиция очень часто включает в себя действия, которые не входят в круг возможностей гражданина, а являются прямыми обязанностями власти и государства. Но избирать и быть избранным – конституционное право гражданина, и он сам решает: воспользоваться этим правом или нет. Здесь, скорее всего, нужно говорить о позиции избирателя по отношению к самому себе, к собственной жизни и собственному будущему. То есть, о заинтересованном отношении каждого гражданина к своему существованию, значит, о неравнодушии, при котором человек десять раз подумает, прежде чем сделать выбор в отношении той или иной политической силы или того или иного кандидата. «Если не ты за себя, то кто за тебя» говорили древние. Этот клич не устарел и вряд ли когда-либо устареет.

Да, «В системе манипулятивной пропаганды стереотипы занимают одно из центральных мест, поскольку блокируют разум, рациональные способности человека, закрепляют сложный комплекс негативных эмоций, вызывают чувство страха, ненависти, недоверия, подозрительности, враждебности. А это становится возможным благодаря тем качествам стереотипов, что они, возникая чаще всего стихийно, обязательно связаны с восприятием и не обязательно с опытом, но могут оказать непосредственное влияние на получение нового опыта. Будучи предельно устойчивыми, но в то же время изменяемыми, они отражают не действительность, а этикетку действительности»<sup>10</sup>. Вот этой этикетке нас и призывают довериться и идти

<sup>10</sup> Гасанов И. Б. Указ. соч.

за ней к «новым свершениям». Но у стереотипов есть одна очень важная особенность: их можно использовать как для разрушения отношений, так и в деструктивных целях, так и в благих, конструктивных. Видимо, это тот случай, когда, как гласит фраза, приписываемая сразу несколькими историческим персонажам от уже упомянутого Никколо Макиавелли до Блеза Паскаля, «цель оправдывает средства».

Речь здесь не о том, чтобы выдавать за истину, скажем так, «свою правду» в ответ на разнокалиберную, изощренную ложь, облакаемую в форму неких стереотипов, которая, к сожалению, очень часто используется различного рода дельцами от политики в неблагоприятных целях. Вариаций этой лжи становится все больше. Теперь в ход пошли некие «гибридные» формы технологий, в которых простому избирателю (простому, в смысле, далекому от политических технологий, а таковых – большинство) не разобраться при всем желании. Дело в том, что точно так же, как негативные (в том числе) электоральные стереотипы, весьма эффективно срабатывают и позитивные стереотипы.

Конечно, если условное «поле электорального боя» отдать в безвозмездное использование дельцам от «черных» политических технологий, то и рассчитывать надо на действия исключительно негативных стереотипов. Но существует государство, власть, гражданское общество (оно есть – безотносительно его качества и уровня зрелости), просто общественность и социум, будущее которых никак не связано и не может быть связано с дельцами от политики, нуждаются в надежной опоре в виде избирателя-гражданина, голосующего, не важно, умом ли, сердцем ли, главное, равнодушно. Следовательно, все названные институты должны быть заинтересованы в создании и закреплении в умах граждан позитивных электоральных стереотипов, объединенных предельно серьезным отношением к выборам: именно выборы есть краеугольный камень демократии, именно от них зависит уровень нашей жизни и ее качество, и именно в них заключены наша любовь к Родине, патриотизм, уважение к собственной истории, надежность настоящего и реальность надежд на будущее.