УДК 327

ИЗБИРАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПОЛИТИКЕ КАК СРЕДСТВО ЮРИДИЧЕСКОЙ ТЕХНИКИ

С.Н. Болдырев

Исследуются проблемы теоретического и практического характера, касающиеся избирательных технологий в политике как средства юридической техники, их роль и место в избирательном процессе. Анализируются различные подходы к пониманию этого теоретико-правового феномена, а также необходимость использования технико-юридических средств и способов в процессе выборов.

Ключевые слова: избирательные технологии, юридическая техника, юридическая конструкция, право.

S.N. Boldyrev

Elective technologies in politics as means of judicial technique

It is investigated the problems of theoretical and practical character concerning elective technologies in politics as means of judicial technology, their role and place in the elective process. It is analyzed different approaches to the comprehension of this theoretical-and-law phenomenon, and also the necessity to use technical and judicial means and ways during elections.

Key words: elective technologies, judicial technology, judicial construction, law.

Литература

1. Политология: Рабочая книга преподавателя и студента: Учебное пособие для студентов вузов / Под ред. А.В. Миронова, Ю.А. Северова. М., 1998.
2. Социологический энциклопедический словарь. На русском, английском, немецком, французском, чешском языках / Под ред. Г.В. Осипова. М., 2000.
3. *Анохин М.Г.* Политические технологии // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Политология. 2000. № 2.
4. *Соловьев А.И.* Политология: политическая теория и политические технологии. М., 2001.
5. *Сморгунов Л.В.* Сравнительная политология: теория и методология измерения демократии. СПб., 1999.
6. Очерки по истории выборов и избирательного права: Учебное пособие Центральной избирательной комиссии Российской Федерации / Под ред. Ю.А. Веденеева, Н.А. Богодаровой. М., 1997.
7. *Соловьев А.И.* Политология: политическая теория и политические технологии: Учебник для студентов вузов. М., 2001.
8. *Ильясов Ф.Н.* Политический маркетинг: искусство и наука побеждать на выборах. М., 2000.
9. *Щуринов С.В.* Технологии и антитехнологии // Рабочая тетрадь «Политический маркетинг». Краснодар, 2000.
10. *Жмыриков А.Н.* «Черный» пиар сдает позиции // Вестник политической психологии. СПб., 2002. № 1 (2).
11. *Блек С.* Паблик релейшнз. Что это такое? // Новости, 1990.
12. *Барыгин И.Н.* Политические избирательные кампании: анализ, ресурсы, технологии. СПб., 2003.
13. Пиар белый и черный с последующим сеансом разоблачения // Эксперт. № 45. 1−7 декабря 2003.