**Выборы в демократическом обществе**

Вам известно, что публичные выборы являются одним из существенных признаков демократии. Напомним, что они различаются по объекту, масштабам (уровням), характеру и пр. По объекту выборы бывают парламентские, президентские, в органы местного самоуправления. Они осуществляются в масштабе всей страны (федеральный уровень), субъектов РФ (региональный уровень), муниципальных образований (местный уровень). На всех уровнях проводятся выборы коллегиальных органов, например в Государственную Думу РФ, Законодательное собрание субъекта РФ, совет муниципального образования. Выбирают также и единоличные органы (должностных лиц), скажем Президента РФ.

Через выборы народ вручает своим представителям право на реализацию власти, и она приобретает легитимный характер. Происходит систематическое обновление политических элит и лидеров, граждане приобщаются к политике. Даже политически пассивные в повседневной жизни люди становятся в день выборов, по выражению немецкого философа М. Вебера, «политиками по случаю». Однако представительство народных интересов может быть достигнуто только при условии, если выборы организованы демократически. А это во многом зависит от избирательной системы.

**ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ СИСТЕМА**

**Под избирательной системой понимается порядок выборов в представительные учреждения и выборных должностных лиц, а также определение результатов голосования**. Избирательная система включает два основных структурных компонента: 1) ***избирательное право*** – комплекс правовых норм о порядке выборов; 2) ***избирательный процесс*** – комплекс действий в процессе выборов. Подчеркнем, что некоторые политологи рассматривают в составе избирательной системы, наряду с названными элементами, партийную систему, а также политические традиции и обычаи (объясните почему).

***Избирательное право*** в науке рассматривается ***в двух смыслах: узком (субъективном) и широком (объективном)***.

***В узком смысле*** избирательное право – это политическое право гражданина избирать (активное) и быть избранным (пассивное) в органы государственной власти и местного самоуправления.

В большинстве стран, в том числе и в России, право избирать имеют граждане с 18 лет. Для кандидатов, претендующих на выборные должности, установлен более высокий возрастной ценз, ибо для политического руководства необходим жизненный опыт. Например, в России депутатом нижней палаты парламента можно стать с 21 года, а Президентом РФ – с 35 лет, при условии проживания в стране не менее 10 лет.

Российские граждане, как и многих других государств, участвуют в альтернативных, добровольных выборах на основе принципов всеобщего, равного и прямого избирательного права при тайном голосовании. (В чем суть и значимость этих принципов?)

|  |
| --- |
| В Австралии за неучастие гражданина в выборах налагается штраф. В Великобритании для получения права быть избранным требуется внести крупную сумму избирательного залога. |

Нормы субъективного избирательного права в сочетании с другими нормативными правилами выборов представляют собой ***избирательное право в широком смысле***. Оно представлено в избирательных законодательствах всех государств. Наибольшей строгостью отличаются, например, законы Японии, не только запрещающие делать подарки избирателям, привлекать их обещаниями продвижения по службе, но и не разрешающие обходить дома с целью предвыборной агитации. В последние годы значительно повысились требования и к российским участникам выборов, о чем подробнее будет сказано ниже. А сейчас подчеркнем, что избирательное законодательство РФ включает довольно широкий круг источников (перечислите их). Согласно закону субъекты РФ и муниципальные образования имеют право самостоятельно решать, по какой избирательной системе проводить выборы в свои представительные органы.

На основе избирательного права реализуется ***избирательный процесс***, включающий несколько последовательно осуществляемых этапов: организационный (назначение выборов и пр.); выдвижение и регистрация кандидатов; предвыборная агитация; голосование и установление его результатов; обнародование итогов выборов и представление финансового отчета о расходовании средств на их организацию и проведение. Эти этапы характеризуют избирательный процесс как динамичную организационно-практическую составляющую избирательной системы. Не случайно избирательный процесс называют избирательной системой в действии.

Напомним, что международная политическая практика выработала ***мажоритарный, пропорциональный и мажоритарно-пропорционалъный (смешанный) типы избирательных систем***. (В чем достоинства и недостатки каждого из них?) Подчеркнем, что не существует совершенной избирательной системы, как и совершенной демократии. Каждая страна имеет свои проблемы, каждая демократия имеет свои приоритеты. В одной стране на первое место ставится стабильность, в другой – равное представительство интересов всех социальных групп, в третьей – связи между избирателями и избираемыми. Избирательные системы всегда отражают эти задачи, что неизбежно сказывается на содержании избирательных кампаний.

**ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КАМПАНИЯ**

Из курса права вы знаете, что **под избирательной кампанией понимается деятельность по подготовке и проведению выборов, осуществляемая в период со дня официального опубликования решения о проведении выборов до дня представления соответствующей избирательной комиссией финансового отчета о расходовании средств, выделенных на подготовку и проведение выборов**. Иными словами, избирательная кампания включает все этапы избирательного процесса. В этой связи понятия «избирательный процесс» и «избирательная кампания» рассматриваются как синонимы. Вместе с тем политологи отмечают, что избирательная кампания приобретает свой истинный смысл – обеспечение максимальной поддержки избирателями претендентов на власть – только с этапов их выдвижения и предвыборной борьбы.

Рассмотрим содержание избирательной кампании более подробно.

***Началом избирательной кампании*** является рещение о ***назначении даты выборов*** – дня голосования. Эта процедура обеспечивает реализацию важных принципов выборов – обязательность и периодичность. Подготовку к проведению выборов в России осуществляют гласно и открыто избирательные комиссии под руководством Центральной избирательной комиссии РФ.

***Организационный этап*** включает следующие мероприятия: образование избирательных округов и участков, составление списков избирателей. В списки избирателей вносятся граждане, имеющие право голосовать. Эти сведения направляются в территориальные избирательные комиссии. В итоге определяется общая численность избирателей на той или иной территории, что имеет большое значение для образования избирательных округов. Избирательные округа представляют собой части территорий субъектов РФ с примерно равным числом избирателей и подразделяются на избирательные участки (не более 3 тыс. избирателей, чтобы избежать перегрузки в работе комиссий в день выборов). Участки располагаются чаще всего в здании школы, где проходит голосование.

***Выдвижение и регистрация кандидатов в депутаты или на выборную должность***. Право выдвигать кандидатов для избрания в представительные органы, а также на выборные должности принадлежит преимущественно политическим партиям и отдельным гражданам. Сочетание этих вариантов наблюдается, например, на выборах Президента РФ и губернаторов. При этом самовыдвиженец на президентский пост должен собрать не менее 300 тыс. подписей избирателей, а на губернаторский – количество подписей, установленное в законах субъектов РФ. Подписные листы сдаются в соответствующую избирательную комиссию для экспертной проверки. Если обнаружится более 5% недостоверных подписей (брака), то кандидаты не допускаются к выборам. Так, на выборах Президента РФ 2012 г. регистрацию смогли пройти лишь 5 из 13 претендентов, остальным было отказано в статусе официальных участников избирательной кампании на основании нарушений тех или иных требований закона.

Кандидаты от партий имеют некоторые преимущества. Так, на выборах Президента сбор подписей (не менее 100 тыс.) предусмотрен только в случае, если партия не прошла в Госдуму текущего созыва или не представлена в одной трети региональных парламентов. Претенденты же на губернаторский пост вообще освобождаются от сбора подписей избирателей.

Выборы в Госдуму осуществляются только по партийным спискам. Кандидатом от партии может стать и беспартийный россиянин, если его кандидатуру поддержат 10 членов региональной ячейки, а затем одобрит региональная партийная конференция и съезд. Партийные списки также подлежат регистрации. Отметим, что к очередным выборам в Госдуму (2011 г.) впервые были допущены все 7 официально зарегистрированных тогда политических партий.

***Предвыборная агитация***. После регистрации претенденты на власть при содействии своих команд из доверенных лиц проводят предвыборную агитацию. Каждый стремится довести до избирателей положительную информацию о себе, своей программе и ее преимуществах по сравнению с другими, описать возможные негативные последствия в случае прихода своих оппонентов к власти, ответить на их критику. Агитация проводится на каналах телерадиовещания, в периодических печатных изданиях, посредством массовых мероприятий: собраний, шествий, публичных дискуссий, пресс-конференций.

Общей тенденцией современного мира , как вы уже знаете, является возрастание в избирательных кампаниях роли электронных средств, особенно телевидения. Удобно устроившись перед телевизором, граждане ощущают свою самостоятельность, воспринимая информацию индивидуально и, как им кажется, рационально. Этому во многом способствуют и возможности ТВ в установлении диалоговых коммуникативных связей через прямые звонки зрителей в телестудию, телеопросы и «моментальное» подведение их итогов. (Аналогичные возможности есть и в сети Интернет). Не случайно сегодня телевидение лидирует среди других СМИ по силе убеждающего воздействия на людей.

В новых условиях конкурентная борьба между политическими соперниками схожа с традиционным рынком, где индивидуальные «покупатели» (избиратели) стоят перед проблемой выбора «товара» (претендента на власть). Продажу «товара» все чаще осуществляют специальные фирмы в области дорогостоящих услуг по политическому маркетингу. Так называется комплекс мероприятий по изучению «рынка» (интересов, настроений, представлений и ожиданий) избирателей, а также приемов воздействия на них с целью обеспечения победы на выборах своих клиентов.

Вам известно, что одна из важнейших задач политического маркетинга – создание и продвижение с помощью рекламы политического имиджа кандидата, партии. Имидж кандидата – это наиболее привлекательные для публики черты и свойства его личности. Например, М. Тэтчер по совету специалистов всегда продолжала начатую фразу, не обращая внимания на попытки собеседника, перебивая ее, вставить свою реплику. Тем самым усиливалось восприятие англичанами тех личностных качеств «железной леди» (смелость, решительность, убежденность, чувство собственного достоинства), которые они хотели видеть в своем премьер-министре. Однако не всегда претендент на власть обладает необходимыми качествами, соответствующими ожиданиям граждан.

Специалисты считают, что 69% информации считывается с телеэкрана визуально (зрительно) и только 31% – вербально (воспринимается на слух). Поэтому имиджмейкеры акцентируют внимание кандидата в первую очередь на том, что ему одевать, как вести себя перед телекамерой, какие позы принимать, как жестикулировать, а на том, что и как говорить, – в последнюю очередь. (За содержание речей отвечают специалисты.) К сожалению, во всем мире широко распространились и так называемые технологии «черного пиара»: сознательная подтасовка или искажение сведений о претенденте на власть, распространение анонимной антирекламы, порочащей честь и достоинство конкурентов, подкупы, запугивание политических соперников и даже прямое насилие.

К «грязным технологиям» относятся также нарушения кандидатами принципа равных условий ведения предвыборной агитации. Так, многие партии не довольствуются тем, что государство берет на себя часть их расходов, предоставляя бесплатное время вещания и возможность бесплатных публикаций. Не устраивают эти партии и законодательно установленные финансовые ограничения: на размеры пожертвований частных лиц и организаций, на использование личных средств кандидатов, на общую сумму расходов, выделяемых на избирательную кампанию. В обход закона они создают солидную финансовую базу на покупку лучшего эфирного времени, на оплату услуг многочисленных консультантов и пр. Не случайно в прессе вспыхивают скандалы, связанные с разоблачением тайных источников финансирования партийных лидеров.

Все описанные антитехнологии, появления которых не избежала и Россия, оказывают отрицательное воздействие на избирателя.

***Голосование и подведение итогов выборов***. Предвыборная агитация прекращается за сутки до дня голосования. Наступает так называемый «день тишины», когда избиратели в спокойной обстановке могут окончательно определиться со своим выбором. В день голосования избиратель приходит в свой избирательный участок, получает бюллетень (удостоверив его подписью), заполняет его в специально оборудованной кабине и опускает в ящик для голосования.

Серьезная проблема избирательных кампаний – ***абсентеизм, т.е. уклонение от участия в выборах***. Причинами абсентеизма, как показывают исследования ученых, являются: недоверие к партиям, кандидатам и политике в целом; низкий авторитет представительных органов власти; отсутствие электоральной культуры; убежденность в том, что выборы не повлияют на изменение ситуации; сомнения в правильности подсчета голосов. Социологи отмечают, что среди абсентеистов довольно много молодежи. Установлена закономерность: электоральная активность возрастает по мере увеличения доходов, образовательного уровня и возраста.

Подсчет голосов производится открыто и гласно, в присутствии кандидатов или их доверенных лиц, наблюдателей от партий, СМИ, а нередко и международных организаций. Результаты выборов определяются, как вы уже знаете, в зависимости от избирательной системы. Так, пропорциональная система выборов в Госдуму РФ предполагает распределение депутатских мандатов между партиями пропорционально поданным за них голосам избирателей. Например, к распределению депутатских мандатов в Госдуму 2011 г. были допущены 4 партии из семи, набравшие не менее 7% голосов, т.е. преодолевшие семипроцентный барьер. (В настоящее время он снижен до 5%.) Большинство депутатских мест получила партия «Единая Россия».

Выборы Президента РФ и губернаторов осуществляются по мажоритарной системе абсолютного большинства. Если ни один кандидат не сумеет привлечь в первом туре более половины голосов, проводится второй тур. В нем борьба завершается избирательным поединком двух кандидатов, набравших в первом туре наибольшее число голосов. Отметим, что на президентских выборах 2012 г. победу одержал В.В.Путин, который завоевал уже в первом туре абсолютное большинство голосов избирателей (63%), в отличие от своих четырех соперников.

***Итоги выборов*** публикуются не позднее месяца со дня голосования соответствующей избирательной комиссией, в масштабе России – Центризберкомом. Избирательная комиссия, организующая выборы, представляет отчет о расходовании средств бюджета, выделенных на подготовку и проведение выборов.

|  |
| --- |
| Проверьте себя |

1) Что понимается под избирательной системой? 2) Как связаны между собой понятия «избирательная система» и «избирательная кампания»? Охарактеризуйте ее этапы. 3) В чем сходство и различие выборов по партийным спискам избирательных объединений и высшего должностного лица государства?