

Российский государственный педагогический  
университет им. А. И. Герцена



А. В. Шевцов

# ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЯ

МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА  
«СОЦИОЛОГИЯ ПОЛИТИКИ  
И МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ»

*Допущено Учебно-методическим объединением  
по направлению «Педагогическое образование»  
Министерства образования и науки РФ  
в качестве учебно-методического пособия  
для студентов высших учебных заведений,  
ведущих подготовку по направлению  
«44.04.01 — Педагогическое образование»*

Санкт-Петербург  
Издательство РГПУ им. А. И. Герцена  
2016

*Рецензенты:* доктор социологических наук, заслуженный работник высшей школы, профессор **В. Д. Виноградов** (заведующий кафедрой политических и социальных процессов факультета социологии СПбГУ); доктор социологических наук, профессор **Г. И. Грибанова** (заведующая кафедрой политологии факультета социальных наук РГПУ им. А. И. Герцена)

**Шевцов А. В.**

Ш 37 Электоральная социология: Магистерская программа «Социология политики и международных отношений»: Учебно-методическое пособие. — СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2016. — 263 с.

ISBN 978-5-8064-2222-5

Учебно-методическое пособие предназначено обеспечивать учебный процесс подготовки магистров социологии по магистерской программе «Социология политики и международных отношений». Материал носит проблемный характер, тем более что речь идет о сравнительно новой научной дисциплине, предмет которой окончательно не «устоялся». Автором привлечено значительное число печатных источников социологического, политологического и правоведческого характера, позволяющих представить перед начинающими учеными («магистрантами») всестороннюю картину современного состояния науки о политических выборах в целом и роли социологии в изучении данной области в частности.

Пособие предназначено для магистрантов и их преподавателей. Надеемся, что оно заинтересует аспирантов, бакалавров, специалистов и всех читателей, интересующихся проблемами электоральной социологии.

**ББК 60.56 я73**

ISBN 978-5-8064-2222-5

© А. В. Шевцов, 2016

© Л. Б. Смилга, оформление обложки, 2016

© Издательство РГПУ им. А. И. Герцена, 2016

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<i>Введение</i> .....	4
<i>Тема 1. Предмет электоральной социологии</i> .....	8
<i>Тема 2. Теоретические основания политических выборов</i> .....	24
<i>Тема 3. Социологическое сопровождение избирательного процесса: организа- ция и методы</i> .....	43
<i>Тема 4. Избирательный процесс и избирательная система</i> .....	91
<i>Тема 5. Избирательная кампания</i> .....	167
<i>Тема 6. Практика электоральных исследований</i> .....	197
<i>План практических аудиторных занятий</i> .....	259
<i>Список тем для письменных творческих работ</i> .....	262

---

## ВВЕДЕНИЕ

Учебно-методическое пособие предназначено обеспечивать учебный процесс подготовки магистров социологии по магистерской программе «Социология политики и международных отношений». Это обстоятельство определяет содержание и структуру произведения. Материал носит проблемный характер, тем более что речь идет о сравнительно новой научной дисциплине, предмет которой окончательно не «устоялся». Автором привлечено значительное число печатных источников социологического, политологического и правоведческого характера, позволяющих представить перед начинающими учеными («магистрантами») всестороннюю картину современного состояния науки о политических выборах в целом и роли социологии в изучении данной области в частности.

Углубленная проработка научных и профессиональных проблем, насыщенность современным научным материалом, ориентация на современные электоральные практики — вот что отличает, на наш взгляд, данное издание от уже существующих пособий, обращенных к уровням бакалавриата и специалитета.

Вкратце охарактеризуем основные из них. Учебное пособие А. В. Зимина представляет особый интерес с точки зрения описания социально-политической коммуникации и рассмотрения феномена общественного мнения [Зимин А. В. Социология выборов: Учеб. пособие для студентов / Тамб. гос. ун-т. Тамбов: Изд-во ТГУ, 2005. 142 с.]. Работу В. Ф. Коврова выгодно отличает проработка проблематики электорального поведения и организации избирательной кампании [Зимин А. В. Социология выборов: Учеб. пособие для студентов / Тамб. гос. ун-т. Тамбов: Изд-во ТГУ, 2005. 142 с.]. В учебном пособии, составленном коллективом авторов Саратовской государственной академии права под руководством С. Б. Суорова, детально рассмотрены методики и технологии прикладной социологии, применяемые в электоральных исследованиях [Электоральная социология: Учеб. пособие / С. Б. Суоров, И. О. Кузнецова, Е. С. Григорьев и др.; под ред. С. Б. Суорова. Саратов: Изд-во ГОУ ВПО «Сарат. гос. акад. права», 2009. 214 с.].



Материал разделен на шесть тем, имеющих ключевое значение для понимания проблематики электоральной социологии и всего комплекса исследований, связанных с политическими выборами. Особое внимание уделяется сюжетам, связанным с российским избирательным процессом и становлением российской электоральной социологии.

Первая тема традиционно посвящена предмету молодой научной дисциплины. Во второй теме речь идет о теоретических основаниях политических выборов, что является особенно актуальным в свете современного кризиса неолиберальной идеологии. В следующей теме описаны организация и методы социологического сопровождения избирательного процесса. Особое внимание уделено узловым спорным проблемам, волнующим современное научное и профессиональное сообщества. Четвертая тема содержит краткое изложение истории и современности избирательного процесса и избирательной системы. Без знания основных исторических фактов и политико-правовых проблем, на наш взгляд, эффективная работа социолога невозможна. В пятой теме рассмотрены вопросы организации и проведения избирательной кампании, эпицентра и кульминации избирательного процесса, причем особое внимание уделяется социологическому аспекту (анализу предвыборной ситуации и мониторингу избирательной кампании). Наконец, в последней теме говорится о практике электоральных исследований, в первую очередь в США («родине» электоральной социологии) и Российской Федерации (месту приложения усилий большинства будущих магистров).

Относительно учебно-методического обеспечения пособия. Каждая тема снабжена обширным списком использованной литературы (книгами и статьями отечественных авторов и переводами работ зарубежных исследователей на русский язык, при необходимости даются ссылки на электронные источники). Также при темах имеются контрольные вопросы и учебные задания. В конце работы содержатся «План практических аудиторных занятий» (традиционные семинары, специальные семинары и диспуты) и «Список тем для письменных творческих работ» (для реализации курсовых и дипломных проектов).

### **Цель учебной дисциплины**

Изучить проблематику института политических выборов и избирательного процесса с позиций социологии.

### **Задачи учебной дисциплины**

Освоение учебной дисциплины должно привести к формированию устойчивых и всесторонних представлений о социологической составляющей политических выборов и избирательного процесса. Учащиеся также должны освоить принципы и методы социологии политики.

В процессе изучения данной дисциплины студенты **должны**

*иметь представление:*

- о содержании и назначении электоральной социологии;
- о специфике социологического изучения мира политики;
- о месте и роли социологии в избирательном процессе;
- об объекте и предмете электоральной социологии;
- о категориально-понятийном аппарате электоральной социологии;
- о методиках и техниках, применяемых при изучении политических выборов и избирательного процесса;
- об основных проблемах электоральной социологии;

*знать:*

- предысторию и предпосылки формирования электоральной социологии;
- основные этапы становления и развития электоральной социологии;
- междисциплинарные связи и принципы демаркации между социологией политики и смежными научными дисциплинами;
- теоретические обоснования необходимости института политических выборов в философском, социально-культурном и политическом ракурсах;
- принципы формирования и функционирования избирательной системы в контексте функционирования социальной системы;
- способы и формы выборов ответственных лиц и политических представителей с точки зрения социологических теорий;
- типы и индивиды избирателей и избираемых как участников социологического процесса;
- формы и способы социологического сопровождения избирательной кампании;
- основные проблемы, возникающие при организации социологического сопровождения избирательного процесса;

*уметь:*

- охарактеризовать институт политических выборов и избирательный процесс с точки зрения социологических теорий;
- охарактеризовать специфику социальных отношений, складывающихся в процессе осуществления избирательного процесса;
- описывать и различать различные избирательные системы;
- представлять место и роль социологии в избирательном процессе;
- анализировать различные избирательные кампании и интерпретировать их результаты;
- представлять стратегию и тактику избирательной кампании с позиций различных социальных сил и политических игроков;

- определять степень соответствия проведения избирательной кампании требованиям законодательства и социально-политическим традициям данного общества;
- разрабатывать и представлять программу социологического сопровождения конкретной избирательной кампании;
- прогнозировать результаты конкретных политических выборов;

*владеть:*

- навыками институционального, процессуального и системно-структурного подходов при анализе социальных и политических явлений;
- навыками анализа и синтеза материала, относящегося к содержанию электоральной социологии;
- навыками самостоятельного творческого поиска в сфере социологии политики и электоральной социологии;
- навыками моделирования при построении эффективных моделей социологического сопровождения избирательных кампаний;
- навыками применения теоретических знаний при решении практических задач из области современной социально-политической жизни.

## Тема 1

### ПРЕДМЕТ ЭЛЕКТОРАЛЬНОЙ СОЦИОЛОГИИ

**Начнем с позиционирования дисциплины.** Надеюсь, вы помните из содержания учебных курсов теоретико-методологического характера («Методология социального познания», «Теоретическая социология» и т. п.) о существовании основных подходов, на основании которых формируется структура науки. В первую очередь речь идет о макросоциологии (исследование обществ и социумов как единого целого «извне») и микросоциологии (исследование отдельных интеракций и связей «изнутри»). Между ними расположена мезосоциология, занимающаяся особыми состояниями, институтами, процессами («фрагментами социальной жизни», изучаемыми, так сказать, «сбоку»). Последнюю, в рамках российской социологической традиции, чаще всего называют отраслевой социологией.

С другой стороны, проблемами политических выборов занимается целый ряд крупных и устоявшихся наук (политология (политическая наука), философия, история, психология и т. д.). Социология занимает в исследовании данной проблематики значительное место. *В качестве основных объектов чаще всего выделяются 1) институт политических выборов как один из социальных институтов, 2) избирательный процесс как процесс социальный, 3) корпуса кандидатов и избирателей как социальные общности, 4) электоральное поведение как разновидность поведения социально-политического характера.* В зависимости от того, что мы понимаем под социологическим аспектом изучения, то и будет пониматься нами под предметом электоральной социологии. *Причем в современной отечественной науке предпринимаются попытки развести «социологию выборов» (занимающуюся институтом политических выборов) и собственно «электоральную социологию» (занимающуюся преимущественно поведением избирателей)* [См.: Ковров В. Ф., 2005. С. 7–8; Салмин Л. М., 1998. С. 491–493]. На наш взгляд, говорить о таком разделении явно преждевременно. Возможно, по мере накопления материала такая необходимость и возникнет, но явно для этого должно пройти достаточно много времени.

Также можно выделить наличие двух крайних подходов к структурированию отраслевой социологии. *Первый особенно распространен в англосаксонской социологии (условно назовем этот подход номинально-предмет-*

ным). Раз есть некий поименованный предмет исследования, значит можно создать социологическую дисциплину («Социология семьи», «Социология труда», «Социология управления»). Как данные дисциплины взаимосвязаны друг с другом, не имеет особого значения, все они достаточно самостоятельны и автономны, то есть подчиняются собственным нормам и закономерностям. Основное достоинство этого подхода: не надо беспокоиться по поводу соотношения отдельных дисциплин и выстраивать сложные типологические схемы. Основной недостаток: относительная неразбериха в структуре отраслевой социологии, так, несколько дисциплин могут заниматься одним и тем же предметом (дублировка).

*Второй является «реликтом» классической социологии и преимущественно сохранился в национальных школах континентальной Европы (условно назовем этот подход иерархически-систематическим).* Раз существует раздел социологии, он должен иметь четкую структуру. Все отдельные дисциплины должны иметь четкие границы и должны быть связаны родовидовыми отношениями («кто кому подчиняется» и «что является частью чего»). Главный плюс: четкое представление об устройстве науки социологии, главный минус — необходимость постоянного изменения структуры в связи с появлением одних и исчезновением других дисциплин.

*В данном случае электоральная социология рассматривается 1) или как раздел политической социологии (социологии политики) (иногда политическая социология позиционируется в качестве раздела политологии [Подробнее см.: Шевцов А. В., 2009. С. 24–47], 2) или как автономная дисциплина, тесно связанная с политической социологией, но имеющая ярко выраженную специфику.* В последнем случае в предметное поле электоральной социологии включаются выборы, носящие неполитический характер (выборы в коммерческих и гражданских ассоциациях и корпорациях, а также выборы в муниципальные органы, признаваемые большинством исследователей «общественными» и даже «дополитическими»).

Чем большую роль играют выборы в социальных системах и политических подсистемах, тем большее внимание уделяют им социологи. Наиболее ярко внутридисциплинарные связи проявляются в следующих областях:

– *методологии (методы и технологии политической социологии)* — именно в области электоральных исследований чаще всего проходит проверку на «прочность» методический инструментарий как прикладной, так и теоретической социологии;

– *социально-политической динамики (социальные изменения и процессы)* — избирательный процесс как значимая (если не основная) часть социальной составляющей политического процесса;

– *социально-политической структуры (социумы и группы, страты и классы)* — выборы как канал социальной мобильности, как способ политического рекрутирования, как средство для обновления правящего класса и/или политической элиты;

– общественного мнения и социальной коммуникации (ментальная составляющая общественной жизни) — выборы как один из эффективных способов реализации общественных настроений и взглядов, способ налаживания общения в политической сфере.

В последней области прослеживается тесная связь электоральной социологии с двумя другими отраслевыми дисциплинами: 1) социологией общественного мнения (собственно, изучение общественного мнения по поводу политических предпочтений населения и занимает внимание специалистов по электоральным исследованиям), и 2) социологией коммуникаций (исследование избирательного процесса как наиболее яркого проявления политической коммуникации). Во всяком случае, «выборная составляющая» занимает значительное место в содержании указанных дисциплин.

**Теперь перейдем к рассмотрению проблемы дисциплинарных связей вне предметного поля социологии.** Как уже было сказано, различные аспекты политических выборов входят в сферу интересов различных социально-гуманитарных наук и дисциплин. Так, по версии саратовских исследователей, «в состав объекта электоральной социологии включается проблематика, лежащая на стыке с политологией, политической социологией и социологией права: выборы как политическое явление, политическая культура и политические установки избирателей, предпосылки и мотивы участия в политической жизни, особенности избирательных систем, политические механизмы и предвыборные технологии, изучение общественного мнения и методы обработки электоральных статистических данных и т. д. Сердцевинной социологии выборов служат социально-политические исследования. Именно вопросы изучения общественного мнения, электоральных предпочтений, получение объективной, достоверной и оперативной информации об особенностях конкретного избирательного округа и его населения составляют основное направление социально-политических исследований в выборных кампаниях» (курсив мой. — А. Ш.) [Электоральная социология, 2009. С. 3].

*Псефология.* Вполне понятно стремление исследователей создать специальную дисциплину, занимающуюся исключительно проблемами выборов. Однако и здесь возникают затруднения. Как отмечал О. Б. Подвинцев, «в современных условиях часто сначала придумывают название для новой науки, и лишь потом возникает (или не возникает) она сама. Применительно к науке о выборах ситуация прямо противоположная — хотя эту науку уже можно считать состоявшейся, общепринятого наименования у нее нет до сих пор» [Подвинцев О. Б., 2005. С. 142]. Впрочем, он же указывает на термин «псефология», введенный британским ученым Ф. Гарди и «наполненный содержанием» Д. Е. Батлером. Причем если для Батлера псефология есть просто «ответвление истории, социологии, географии, статистики и политической науки», то для Подвинцева это — специальная политологическая дисциплина, включающая в свой предмет: 1) теорию выборов (их природа);

2) теоретические и практические аспекты влияния выборов на функционирование различных политических институтов; 3) электоральное поведение и технологии воздействия на него; 4) теоретические и практические аспекты деятельности действующих в выборах политических сил; 5) анализ связанных с выборами политических ситуаций, предвыборное и поствыборное прогнозирование и выработку соответствующих мер [См.: Подвинцев О. Б., 2005. С. 144–146]. Непосредственно к социологической проблематике относятся, на наш взгляд, третий и пятый пункты (электоральное поведение и прогнозирование).

Таким образом, выявление взаимосвязей электоральной социологии с псефологией затруднительно по причине неопределенного статуса последней. Имеем ли мы дело с междисциплинарной областью или с чисто политологической дисциплиной? Охватывает ли она всю «выборную проблематику» или ограничивается только решением магистральных вопросов политических выборов?

Современная отечественная профессиональная среда предлагает такие заменители родовой науки, как «электоральная политология» [См.: Электоральная политология, 1998] и «электоральное управление». Если первая из этих дисциплин явно относится к предметному полю политологии и является эквивалентом «псефологии», то вторая, рассматриваемая как отрасль политического управления [См.: Политический менеджмент, 1999. С. 3], может быть отнесена как к политологии, так и к менеджменту (теории управления). Так, В. Ф. Ковров специально выделяет проблему политического менеджмента избирательной кампании [См.: Ковров В. Ф., 2005. С. 63–65].

Причем зачастую очень сложно однозначно определить конкретную работу как «политологическую» или «социологическую». Так, может ли относиться к предмету электоральной социологии исследование влияния введения пропорциональной избирательной системы в Госдуму в декабре 2007 г. на трансформацию авторитарного режима президентской власти («президентализма») в сторону «демократизации»? [См.: Анохина Н. В., 2007. С. 8–24].

Достаточно устойчивое место в изучении количественной составляющей избирательного процесса занимает *электоральная статистика*, являющаяся составной частью социальной статистики и основой для проведения социологических исследований. Зачастую в качестве «связующего звена» между статистикой и социологией общественного мнения (см. выше) называется *демоскопия*, определяемая ее создательницей, немецкой исследовательницей Э. Ноэль-Нойман как «квазистатистика». Причем опросы по электоральной проблематике играют значительную роль в демоскопии [Подробнее см.: Ноэль-Нойман Э., 1996].

Сама профессиональная деятельность по организации и проведению выборов, как бы мы ее ни назвали и как бы ни структурировали, имеет четко выраженный социологический сегмент. Так, согласно проводимым в 1997–2002 гг. в США опросам, полстеры («опросчики») выделяются в один из ос-

новых типов (наряду с «дженералистами» (общими консультантами), «файндрайзерами» (сборщиками денег), «медиа-консультантами») и составляли 16–17% от общего состава политконсультантов. Причем в ведении этой «шестой части» находились как классические социологические исследования, так и фокус-группы [См.: Марченко Г. И., 2005. С. 72–73].

*Избирательное право.* В рамках правоведения изучение проблем избирательного права (рассматриваемого или в качестве отдельной отрасли права, или раздела конституционного (государственного) права) имеет многовековую историю. Демаркация с социологией осуществляется по вполне очевидной линии «должный / сущностный» (в данном случае: «как должно быть — как осуществляется на практике»). Правоведы занимаются преимущественно формальными проблемами, а социологи — содержательными. Так, в подготовленной Российским центром обучения избирательным технологиям при ЦИК РФ системе профессионального обучения руководителей избиркомов присутствует и «Социология выборов» [См.: Сборник материалов по организации учебно-консультационной работы в области избирательного права и процесса, 2002. С. 202–240].

*Социальная и политическая психология* (политическая психология чаще всего рассматривается как раздел социальной (коллективной) психологии). Электоральное поведение является предметом изучения как социологии, так и психологии. Напомним об идее близости и даже тождественности социальной психологии и микросоциологии, особенно в номиналистической интерпретации (отрицающей холизм — наличие у целого свойств, несводимых к свойствам его частей).

Так, И. В. Охременко, описывая изыскания представителей Чикагской и Франкфуртской школ, выделяла «солидарность» как базовую теорию для социологических и социально-психологических теорий. «Различие между теориями состоит лишь в том, что согласно первой из них избиратель, голосуя, выражает солидарность с социальной группой, к которой принадлежит, а согласно второй — он солидаризирует непосредственно с партией. При этом социально-психологический подход не отрицает значимости социально-экономических характеристик, рассматривая их в качестве фактора, влияющего на формирование партийной идентификации. Кроме того, и выбор, мотивированный социально-экономическим статусом, и голосование на основе партийной идентификации относятся к экспрессивным типам поведения» [Охременко И. В., 2002. Ч. 1. С. 10–11].

Соответственно в качестве основного подхода к исследованию электорального поведения, наряду с социально-психологическим и рационально-инструментальным, выступает подход социологический (он же социально-культурный или социально-экономический), ведущий отсчет от работ П. Лазарсфельда и Б. Берельсона [Подробнее см., напр.: Ваньков В. А., 2003. С. 88–103; Голосов Г. В., 1997. С. 44–56; Охременко И. В., 2002; Сысоева Н. А., 2001].



Так, А. П. Страхов ставит знак равенства между социологическими и социально-экономическими теориями и моделями, в рамках которых «главным фактором считается солидарность индивида со своей социальной группой: избиратель поддерживает ту партию или кандидата, которые, по его мнению, выражают интересы его группы. Поэтому исследователи обращают внимание на образование, уровень доходов, профессию, служебное положение, место проживания, половозрастные и другие социальные характеристики избирателей» [Страхов А. П., 2000. С. 90].

По мнению Г. В. Пушкаревой, именно основные принципы социологического подхода легли в основу более динамичных контекстуальных теорий, в рамках которых не просто констатировалось воздействие социального окружения на электоральный выбор, но и описывалась информационно-сетевая природа такого воздействия. Важную роль в становлении новых идей сыграли работы Р. Хакфелда и Дж. Спрага. «Изучая электоральное поведение, исследователи обнаружили, что на его направленность влияет не столько формальная принадлежность к определенной социальной группе, сколько характер складывающихся вокруг индивида межличностных отношений и коммуникаций» [Пушкарева Г. В., 2003. С. 125].

*Электоральная география* (как явствует из названия, она относится к области политической географии, хотя иногда ее включают в предметное поле политической науки). По определению В. А. Колосова и Н. А. Бородулиной, данная дисциплина представляет собой «сопряженное изучение политических предпочтений избирателей на разных территориальных уровнях» [Колосов В. А., 2004. С. 70]. Различия с электоральной социологией достаточно очевидны: 1) география — ориентация на территорию; 2) социология — ориентация на социальные общности, проживающие на этих территориях.

Также можно выделить «целый букет» дисциплин, имеющих скорее «профессионально-прикладной», нежели научный характер.

*Социальные и политические технологии* (если политические технологии преимущественно относят к предметному полю политологии (политических наук), то социальные технологии могут определяться и как методический инструментарий прикладной социологии, и как методический инструментарий всей совокупности социальных наук). Как пишет С. В. Везиницына, «с точки зрения социально-инженерного подхода избирательная кампания и выборы вообще являются, выражаясь терминологией К. Поппера, «поэлементной» социальной технологией» [Везиницына, 2001. С. 167]. Она выделяет два направления использования социальных технологий в избирательных кампаниях: 1) воздействие на общественное мнение избирателей; 2) изучение электоральных предпочтений (социологическое обеспечение избирательных кампаний). На местном уровне добавляется третье направление: технологии активизации электоральной активности.

По мнению специалистов по политическим технологиям, социология используется в избирательных кампаниях в трех разных «аспектах»: 1) прог-

ноз результатов выборов и получение данных, необходимых для оптимального построения агитации («информационный»); 2) конкурирующие кандидаты публикуют данные (часто взятые из головы), которые, по их мнению, будут способствовать их победе (вдохновят и мобилизуют сторонников; деморализуют противников; привлекут на их сторону колеблющихся), в этом смысле каждое социологическое исследование дает информационный повод для агитации в СМИ («агитационно-информационный»); 3) ряд агитационных мероприятий кампании проводится под видом социологических опросов, они так и называются — формирующие (то есть опросы, призванные не выявить, а сформировать мнение респондента) («агитационный»).

Только первая группа исследований имеет отношение к социологии как науке, и при помощи социологов в избирательных кампаниях обычно решаются три комплекса задач: 1) «пристрелка к округу» (комплекс социологических исследований, предназначенный для определения конфигурации кампании); 2) «моделирующие исследования» (с целью отладки конкретных агитационных материалов); 3) «социологический мониторинг» (отслеживание хода и эффективности кампании и ее отдельных мероприятий) [См.: Малкин Е. Б., 2008. С. 305; См. также: Субботина Т. В., 2007. С. 55–63].

В целом же, стратегия политического манипулирования, лежащая в основе рационально спланированной избирательной кампании, на первом этапе предполагает сбор всевозможной информации об округе [См.: Богачева Е. А., 2005. С. 121–122].

«Связи с общественностью» (PR) (область, на Западе (преимущественно в Великобритании и США) относимая к журналистике (филологии), а в России — к предметному полю социальной психологии). Соответственно и использование PR в избирательных кампаниях связано с изучением общественного мнения и его формирования [См., напр.: Кайманов, 2001. С. 193]. Так, И. В. Попова предметом своего исследования избрала «избирательные кампании как особый вид политической деятельности, психологическое взаимодействие их объекта и субъекта, проявляющееся в том числе через избирательные PR-технологии» [Попова И. В., 2003. С. 4].

*Политический маркетинг* (по своему названию имеющий прямое отношение к экономической науке). Соотношение «общего» и «частного» нагляднее всего проявляется на примере позиционирования «политического маркетинга» (термин, по-видимому, введен американцем С. Келли в 1957 г.), также претендующего на новое слово в избирательном процессе. Так, О. О. Смирнова выделяет две основные модели избирательных кампаний: 1) «устаревшую» административную, предполагающую наличие властной, административной вертикали в регионе, округе, городе; 2) «потмодернистскую» маркетинговую, предполагающую «в идеале» свободную конкуренцию кандидатов на политическом рынке, то есть в пространстве, где происходит обмен голосов избирателей на предвыборные обещания и акции кандидатов («продаваемых избирателям товаров») [См.: Смирнова О. О.,

1999. С. 4]. Ковров прямо указывает на все более широкое проникновение стиля коммерческой рекламы в область политики (в первую очередь, заметная на примере трансформации избирательных кампаний в СМИ) [См.: Ковров В. Ф. С. 82].

Причем в узком смысле весь политический маркетинг сводится именно к «продаже кандидатов избирателям» [См., напр.: Холодилин М. С., 2007. С. 39–42]. Впрочем, исследователи не могут до конца разобраться даже с используемыми экономическими аналогиями. Например, кому уподобить избирателя: 1) покупателю, реагирующему на рекламную кампанию разных фирм (предвыборные программы политических партий, блоков и отдельных кандидатов); 2) продавцу, предлагающему свой голос (свои голоса) в обмен на определенные услуги (предвыборные обещания); 3) вкладчику, рассчитывающему умножить свой «виртуальный капитал» с помощью вышеназванных «финансовых учреждений» (соединение индивидуальных интересов посредством политических институтов) [См. подробнее: Нечаев В. Д., 2001. С. 40–50.]. И не является ли более адекватной аналогией «грандиозный политический аукцион»? [См.: Лапкин В. В., 2000. С. 81–82]. Да и сама метафора рынка применительно к современным российским реалиям является сомнительной, во всяком случае, с точки зрения классической интерпретации рыночных отношений [См.: Дилигенский Г. Г., 2000. С. 105].

С одной стороны, возникает соблазн вписать политический маркетинг в предметное поле социологии, с другой — он создает серьезные проблемы для применения социологического инструментария. Так, И. Л. Недяк одновременно определяет политический маркетинг и как междисциплинарную область знаний, и как субдисциплину политической социологии. Причем, по ее мнению, «в новом тысячелетии «маркетизация» политики вышла «маршем победителя» за пределы электорального поля в домен politics, а изучение ПМ продолжает оставаться на периферии обществоведческого дискурса» [Недяк И. Л., 2010. С. 144].

В области проведения прикладных исследований проявлялась общая тенденция последних десятилетий: социолог незаметно для себя превращался в маркетолога, что негативно сказывалось на его репутации. «Избирательные кампании — так же как и кампании по продвижению товаров на рынке, в которых в последние годы все активнее участвуют социологи, — ставят последних в двойственное положение. С одной стороны, методики исследования, анализа и прогнозирования становятся «ноу-хау» группы социологов, то есть рыночным товаром, и тем самым скрываются от коллег-конкурентов. С другой стороны, расхождения в публикуемых прогнозах, особенно политических (маркетинговые просто значительно реже предаются огласке), резко снижают доверие к возможностям социологии, а не только конкретных социологов» [Дубицкая В. П., Татарухина М. И., 1998. С. 118].

**Несколько слов о методологии и функциях.** Без преувеличения можно сказать, что в электоральных исследованиях используются практически все

методы прикладной социологии, как самостоятельно разработанные, так и заимствованные из других наук. Поэтому во вводной теме ограничимся кратким экскурсом о специфике их применения.

Так, Ю. С. Колесников видит специфику данных исследований прежде всего *в требованиях к профессионализму исполнителей*. Это связано и с темпами проведения (короткий временной отрезок от формулировки выводов до их верификации), и со значимостью результатов для всех участников избирательного процесса. Отсюда особые требования к организации данного рода исследований (большой коллектив, обширный и разнообразный методический инструментарий, «жесткий оперативный режим»). «Не случайно предвыборные исследования являются своеобразным состязанием, формой конкурентной борьбы за последующие выгодные заказы и предложения» [Колесников, 2001].

Говоря о технологическом арсенале электоральной социологии, необходимо обратиться к функциональному аспекту. «Появление электоральных социологических исследований в ходе избирательной кампании преследовало целью получение объективной, надежной, непрерывной информации о функционировании политического поля. Однако с течением времени назначение электоральных социологических исследований трансформировалось. В частности, помимо указанной выше цели, опросы населения в ходе предвыборной кампании сегодня стали использовать в корректирующих, прогностических и даже пропагандистских целях» [Крылова М. А., 2004. С. 18].

Тот же Колесников выделил наиболее часто упоминаемые специалистами функции, определяя, как каждая из них реализуется в процессе проведения конкретного социологического исследования. 1) *Информационная* — направлена на обеспечение заказчика достоверными сведениями обо всех сторонах электоральной ситуации. 2) *Корректирующая* — нацелена на изучение эффективности осуществляемой избирательной кампании, внесение в нее корректив и дополнительных мер. 3) *Прогнозная* — позволяет оценить реальные шансы участников предвыборной борьбы. 4) *Пропагандистская* — призвана ознакомить электорат с результатами работы социологов.

«В добротном электоральном исследовании всегда присутствуют все эти функции, однако их значимость в зависимости от этапа работы может варьироваться» [Колесников Ю. С., 2001]. Те же функции выделяет белорусский социолог Д. Г. Ротман [См.: Ротман Д. Г., 1998. С. 64].

Саратовские исследователи Е. С. Григорьев и И. О. Кузнецова, описывая электоральный мониторинг избирательных кампаний, расширяют список, перечисляя следующие функции: 1) *информационную* (направлена на обеспечение участников выборного марафона достоверными сведениями обо всех сторонах электоральной ситуации); 2) *диагностическую* (заключается в возможностях методов электорального мониторинга на основе собранной информации давать анализ электоральных ситуаций); 3) *корректирующую* (нацелена на изучение эффективности осуществляемой избирательной кам-

пани, внесение в нее корректив и дополнительных мер); 4) *прогностическую* (связана со способностями электорального социологического исследования на основе изучения и анализа электоральных ситуаций предвидеть способы и направления их развертывания); 5) *контрольную (обратной связи)* (методы электорального мониторинга позволяют отслеживать ход реализации стратегии избирательной кампании); 6) *экспертную* (социально-политической экспертизы) (позволяет оценивать избирательные технологии на степень их приемлемости, адекватности и реализуемости в конкретной социальной среде); 7) *социально-технологическую* (комплексная функция, реализуемая через осуществление всех перечисленных ранее функций, связанная с возможностью разработок различных социальных технологий); 8) *пропагандистскую* (призвана ознакомить электорат с результатами работы социологов) [См.: Электоральная социология, 2009. С. 7–9].

Таким образом, исследователи выделяют функции, связанные с информированием и прогностикой, диагностикой и экспертизой, контролем и коррекцией.

Сам инструментарий различается в зависимости от типа исследования, определенного по хронологически-событийному критерию:

– *предвыборное исследование* — сбор информации в двух основных плоскостях: а) выявление групп населения с разными моделями избирательного поведения в сочетании с картографированием избирательного округа, и б) выяснение структуры электората;

– *в день выборов* — прогнозирование итогов, подготовка информации для СМИ, общественный контроль за деятельностью избирательных органов;

– *послевыборное* — выясняются мотивы голосования в пользу того или иного кандидата, причины неучастия в выборах, время принятия решения и другие факторы: а) создание определенного «задела» для подготовки к последующим выборам и б) способствование поиску глубинных закономерностей и взаимосвязей, построению моделей электорального поведения.

В первом случае используются опросы различных видов, анализ документов, экспертные оценки, проведение фокус-групп, включенное наблюдение на собраниях и митингах, различные специфические прогнозные методы. Во втором — к ним добавляется опрос на выходе (exit poll). В третьем — усиливается значение аналитических методов. В первую очередь Ю. С. Колесников выделяет значение рейтингов (при использовании методов «укол», «весы» и «сито» — подробнее см. ниже) и прогнозов (напр., «железнодорожный тест» Э. Ноэль-Нойман, имитационные методы и т. д.) [См.: Колесников Ю. С., 2001].

С аналогичных позиций выступают и саратовские ученые. Несмотря на отстаиваемую ими концепцию электорального мониторинга, предусматривающую непрерывность проведения комплексного исследования, они разделяют «мониторинг» на три этапа. Так, на первом этапе «наиболее часто используются: опросы общественного мнения, анализ статистических данных,

исследование вторичных источников информации, экспертные исследования, включенное наблюдение, контент-анализ, индивидуальные и групповые интервью, различные виды анкетирования, другие методы экспресс-диагностики. Иногда для выявления скрытых взаимосвязей применяют методы математического шкалирования и ранжирования. В последнее время в практику избирательных кампаний все чаще вносятся агентурные методы, используемые для сбора компромата на соперников.

Для повышения достоверности результатов электорального мониторинга и согласования мнений экспертов иногда применяются методы групповой работы, которые целесообразно рассматривать как самостоятельный класс электоральных социально-политических исследований. К ним можно отнести методы «мозговой атаки», морфологических матриц, «Дельфи», некоторые виды деловых игр и т. д.» [Электоральная социология, 2009. С. 16–17].

В зависимости от целей выделяются следующие «сквозные» (проходящие через все этапы) типы исследований:

– *проективный мониторинг* (выделение реальных целевых групп избирателей, выявление специфических и локальных, в том числе и динамично изменяющихся, проблем в данном электоральном поле, определение личностных характеристик идеального для избирателей этого округа кандидата);

– *зондажный (зондажно-контрольный) мониторинг* (как правило, применяется до начала «горячей фазы» избирательной кампании и дает информацию не столько о реальном раскладе сил перед избирательной кампанией, сколько о потенциальных возможностях всех наиболее вероятных участников предстоящего предвыборного марафона, а главное — о точках роста, на которые следует воздействовать потенциальному кандидату до начала избирательной кампании);

– *мониторинговые исследования электоральных предпочтений* (определение процента избирателей, принявших решение проголосовать за того или иного кандидата в сочетании с оценкой результативности предвыборных акций разных участников (своих и конкурентов), технологического воздействия на общественное мнение и провокационного воздействия на штабы конкурентов) [См.: Электоральная социология, 2009. С. 16–17].

Необходимо также сказать несколько слов о **категориально-понятийном аппарате электоральной социологии**. Давно сложился набор терминов, используемых всеми науками, занимающимися означенной проблематикой. Также используется весь аппарат социологии, в особенности отраслевой дисциплины, занимающейся политическими проблемами.

Зачастую используется способ «предикатизации» — добавления к известному термину прилагательного «выборный», «избирательный» или «электоральный» (напр., «(пред)выборные технологии», «избирательная культура», «избирательная социализация», «электоральное исследование», «электоральный мониторинг» и др.).



Можно выделить ряд наиболее часто используемых категорий, содержание которых не нуждается в особых разъяснениях («абсентизм» («абсентеизм»), «избирательная система», «предвыборная кампания», «рейтинг», «электоральное поведение», «электорат» и др.). Другой крайностью является ряд специфических терминов, относящихся преимущественно к методическому инструментарию, своего рода «электоральный жаргон» («парадокс Р. Лапьера», «спираль молчания» и «фургон с оркестром» Э. Ноэль-Нойман, «сдвиг последней минуты») [Подробнее см.: Ковров В. Ф., 2005. С. 8–12; Колесников Ю. С., 2001; Электоральная социология, 2009. С. 5–7, 34–35].

Проблема выделения **основных направлений исследований** тесно связана с проблемой генезиса и периодизации (как электоральной социологии, так и электоральных исследований в целом).

Теория политических выборов разрабатывалась философами Античности, Средних веков и Нового времени. Иное дело эмпирические и/или прикладные исследования, появившиеся сравнительно недавно.

Как отмечает В. Ф. Ковров, «с 60–80-х гг. XIX в. стали появляться отдельные работы, посвященные анализу выборов и поведению избирателей (Э. Эннеля в Германии, О. Фокарди в Италии, Н. В. Святицкого в России и др.). В то же время следует отметить, что *начальной точкой в эмпирическом исследовании выборов многие специалисты считают 1883 г.*, когда сотрудниками американской газеты «Бостон глоб» были проведены так называемые «соломенные опросы» — система подсчета голосов в день выборов для предсказания результатов голосования. Впоследствии эта система стала совершенствоваться и получила широкое распространение в демократических государствах, что нашло отражение в «exit poll» — опросы на выходе с избирательных участков» [Ковров, 2005. С. 6].

Выделение же в особую социологическую дисциплину началось в 1920–1930-х гг. В зарубежной науке были сформулированы два классических направления развития электоральной социологии.

1) *Экологический анализ* — выявление «экологических зон» (территорий с ярко выраженными электоральными субкультурами) при преобладании статистических методов. Ведет свое происхождение от положений, выдвинутых А. Зигфридом в работе «Политическая картина Западной Франции в период III Республики» (1913), усовершенствован в 1950–1960-е гг. швейцарским социологом М. Доганом в рамках «комбинированного метода анализа электората» (выявление наиболее по религиозным и политическим ориентациям типичных промышленных, аграрных и «смешанных зон»).

2) *Бихевиористское направление* — исследование поведения избирателей (выявление а) элементов выбора голосующих, б) факторов, определяющих выбор, в) способов, мотивирующих выбор электората). Отсчет ведется от деятельности групп П. Лазарсфельда и Б. Берельсона («Колумбийская школа», социологическое направление) (с 1940 г.) и А. (Э.) Кемпбелла (Университет штата Мичиган, социально-психологическое направление) (с

1952 г.). Если для первой характерно сосредоточение на исследовании «*социальных препозиций*» (социальный статус, тип вероисповедания, место жительства, тип ориентации на СМИ и межличностные связи), мало меняющихся в течение жизни, то для второй — проблема формирования эмоциональной привязанности к определенной партии, формирующейся в процессе политической социализации (*политическая идентификация*).

В 1960-е гг. начинает усиливаться *экономическое направление*, опирающееся на модель рационального выбора (Э. Даунс) — каждый избиратель оценивает предвыборные программы с позиций выгод и издержек (последствия победы того или иного кандидата) [См.: Ковров, 2005. С. 6, 14–16; Колесников Ю. С., 2001; Наумова С. И. С. 112–116].

**Узловые проблемы.** Содержание электоральной социологии легче всего описать через предлагаемые учеными позитивные дефиниции предмета дисциплины. Стремление к наиболее полному отображению последнего приводит к появлению целого списка (номенклатуры) проблем, входящих в сферу интересов исследователей.

Е. С. Григорьев и И. О. Кузнецова включают в предмет социологии выборов: исследование проблем, связанных с поведением населения в период избирательных кампаний. Сюда входят *электоральные предпочтения, ориентации социальных общностей и отдельных граждан; анализ факторов, влияющих на участие в выборах и голосовании, мотивов участия или неучастия в них; изучение структуры электората, особенностей восприятия им предвыборных мероприятий, партий и личностей баллотирующихся кандидатов; оценка эффективности деятельности средств массовой информации и коммуникации, уровней их воздействия на позиции избирателей, прогнозирование итогов выборов* и т. д. [См.: Электоральная социология, 2009. С. 6–7].

По версии Ю. С. Колесникова, данная отрасль изучает комплекс проблем, связанных с поведением населения в избирательных кампаниях, в том числе *исследование электоральных ориентаций социальных общностей и отдельных граждан; анализ факторов, влияющих на участие в выборах и голосовании; мотивы участия или неучастия в них; изучение структуры электората; особенностей восприятия им предвыборных мероприятий, партий и личностей кандидатов; оценка эффективности деятельности СМИ и уровней их воздействия на позиции избирателей; прогнозирование итогов выборов* и др.

«Иногда в состав объекта социологии выборов включается проблематика, лежащая на стыке с политической социологией и социологией прав: выборы как политическое явление, политическая культура и политические установки избирателей, особенности избирательных систем, политические механизмы и предвыборные технологии и т. д. В целом же следует признать, что ядром социологии выборов является социология избирателей, социология электората. Именно эти вопросы составляют основное направление в со-



циологическом обеспечении избирательных кампаний, привлекают особое внимание заказчиков» [Колесников Ю. С., 2001].

Перед нами два варианта определения предметного поля электоральной социологии: 1) «простой», в котором перечисляются узловые проблемы, связанные преимущественно с поведением населения в период избирательных кампаний, и 2) «сложный», в котором выделяется три круга проблем:

– «широкий круг» — пограничные или смежные с другими дисциплинами (феномен политических выборов, политическая культура и политические ориентации, специфика избирательных систем, предвыборные технологии и т. д.);

– «средний круг» — основной корпус электоральной социологии (проблемы, связанные с поведением населения в избирательных кампаниях);

– «узкий круг» — специфические («ядро социологии выборов»), связанные непосредственно с социологией электората.

От избранной позиции исследователя зависит не только умозрительное представление о предмете и узловых проблемах дисциплины, но и чисто практические вопросы постановки и формулировки темы исследования, формирования методического инструментария, целей и результатов прикладного социологического исследования и т. п.

### Использованная литература

*Анохина Н. В.* Пропорциональная избирательная система и опасности президентализма: российский случай / Н. В. Анохина, Е. Ю. Мелешкина // Полит. исслед. 2007. № 5. С. 8–24.

*Богачева Е. А.* Политическое манипулирование в условиях электоральных кампаний: региональный аспект // Глобальное versus локальное: рос. провинция в условиях глобализации (философ., социол., социокультур. и полит. проблемы). Невинномысск, 2005. С. 117–128.

*Ваньков В. А.* Поселенческая структура в электоральном поведении (По материалам парламентских выборов в России) // Полит. исслед. 2003. № 6. С. 88–103.

*Везиницына С. В.* Социальные технологии на выборах в органы местного самоуправления // Социально-экономическое и политическое развитие общества: актуальные пробл. Саратов, 2001. С. 167–168.

*Голосов Г. В.* Поведение избирателей в России: теоретические перспективы и результаты региональных выборов // Полит. исслед. 1997. № 4. С. 44–56.

*Дилигенский Г. Г.* О политическом рынке и рациональном выборе в российских условиях: Структура и динамика российского электорального пространства: Круглый стол // Полит. исслед. 2000. № 2. С. 105.

*Дубицкая В. П.* Какого политика можно «продать»? / В. П. Дубицкая, М. И. Татарухина // Социол. исслед. 1998. № 10. С. 118–127.

*Зимин А. В.* Социология выборов: Учеб. пособие для студентов / Тамб. гос. ун-т. Тамбов: Изд-во ТГУ, 2005. 142 с.

*Кайманов А. А.* Паблик рилейшнз и его значение для избирательных кампаний // Социально-экономическое и политическое развитие общества: актуальные проблемы. Саратов, 2001. С. 193–195.

Ковров В. Ф. Электоральная социология: Учеб. пособие. Уфа: РИО Баш. гос. ун-та, 2005. 176 с.

Колесников Ю. С. Электоральная социология [2001] // Псифактор [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/socis1.htm> (дата обращения: 21.02.2012).

Колосов В. А. Электоральные предпочтения избирателей крупных городов России: типы и устойчивость / В. А. Колосов, Н. А. Бородулина // Полит. исслед. 2004. № 4. С. 70–79.

Крылова М. А. Электоральные социологические исследования в ходе избирательной кампании // IX Державинские чтения. Тамбов, 2004. С. 18.

Лапкин В. В. Возможности количественного описания электоральной динамики: Структура и динамика российского электорального пространства: Круглый стол // Полит. исслед. 2000. № 2. С. 81–82.

Малкин Е. Б. Политические технологии / Е. Малкин, Е. Сучков; Ин-т избират. технологий. 2-е (7-е) изд., стер. М.: Рус. панорама, 2008 (2007). 678 с.

Марченко Г. И. Социологический портрет политических консультантов в США // Социол. исслед. 2005. № 5. С. 71–80.

Наумова С. И. Социология выборов: к вопросу электорального поведения // Новые формы и государственная служба. М., 1996. С. 112–116.

Недяк И. Л. Политический маркетинг: Особенности развития науч.-исслед. направления // Полит. исслед. 2010. № 3. С. 144–155.

Нечаев В. Д. Избиратель: покупатель, продавец или вкладчик? // Полит. исслед. 2001. № 6. С. 40–50.

Нозль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: Пер. с нем. / Общ. ред. и предисл. Мансурова Н. С. М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. 351 с.

Охременко И. В. Электоральное поведение: теория вопроса: Учеб. пособие: В 2 ч. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2002.

Подвицнев О. Б. Псефология как наука о выборах // Полит. исслед. 2005. № 5. С. 142–147.

Политический менеджмент: электоральный процесс и технологии: [Сб. ст.] / Под ред. Л. В. Сморгунова. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1999. 194 с.

Попова И. В. PR-технологии в избирательных кампаниях / Моск. открытый социал. ун-т. Социал.-психол. фак. Каф. полит. психологии. М., 2003. 133 с.

Пушкарева Г. В. Изучение электорального поведения: контуры когнитив. модели // Полит. исслед. 2003. № 3. С. 120–130.

Ротман Д. Г. Электоральные исследования: сущность и технология // Социол. исследования. 1998. № 9. С. 63–68.

Салмин Л. М. Социология выборов (электоральная социология) // Рос. социол. энциклопедия / Под общ. ред. Г. В. Осипова. М., 1998. 672 с.

Сборник материалов по организации учебно-консультационной работы в области избирательного права и процесса: Учеб. прогр. и рекомендации / Сост. Ю. А. Веденеев и др.; Рос. центр обучения избират. технологиям при Центр. избират. комис. Рос. Федерации, Ин-т повышения квалификации гос. служащих Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации. М.: РЦОИТ, 2002. 287 с.

Смирнова О. О. Прямой маркетинг — стратегия успеха в избирательных кампаниях. М.: Диалог-МГУ, 1999. 55 с.

Страхов А. П. Изучение электорального поведения россиян: социокультурный подход // Полит. исслед. 2000. № 3. С. 90–96.

Субботина Т. В. Социологическое рейдерство в избирательных кампаниях // Социол. власти. 2007. № 2. С. 55–63.

Сысоева Н. А. Электоральное поведение: американ. теории и рос. практика / Н. А. Сысоева, А. В. Новокрещенов, А. З. Фахрутдинова. Красноярск: Б. и., 2001. 256 с.

*Холодильни М. С.* Особенности становления регионального политико-избирательного маркетинга в России // *Власть.* 2007. № 5. С. 39–42.

*Шевцов А. В.* Политическая социология и современная Россия: основные пробл. и понятия: Учеб.-метод. пособие. СПб.: Изд-во РГПУ, 2009. 361 с.

Электоральная политология: теория и опыт России: Материалы Второй студенч. политол. конф. / Редкол.: проф. Л. Сморгун (отв. ред.) и др. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1998. 203 с.

Электоральная социология: Учеб. пособие / С. Б. Суоров, И. О. Кузнецова, Е. С. Григорьев и др.; под ред. С. Б. Суорова. Саратов: Изд-во ГОУ ВПО «Сарат. гос. акад. права», 2009. 214 с.

### **Контрольные вопросы и учебные задания**

– Специальная социологическая дисциплина, изучающая проблемы политических выборов а) необходима, б) не нужна. Аргументируйте свою позицию;

– Охарактеризуйте предмет электоральной социологии в целом. Особое внимание уделите вопросам отбора и обоснования используемых вами позиций;

– Опишите внутрипредметные связи электоральной социологии. Какое место, по вашему мнению, она занимает в структуре социологии;

– Опишите межпредметные связи электоральной социологии. Выделите критерии демаркации (отграничения) и определите характер связей с другими науками и научными дисциплинами;

– В чем лично вы видите назначение и специфику электоральной социологии? С какими утверждениями исследователей вы согласны, а с какими — нет? Аргументируйте свою позицию;

– Перечислите известные вам термины, используемые в электоральной социологии. Постарайтесь найти определения (желательно несколько вариантов). Попробуйте выстроить иерархию понятий, выделив области их применения;

– Опишите основные направления исследований электоральной проблематики. Попробуйте определить роль социологии в развитии научных направлений;

– Охарактеризуйте узловые проблемы электоральной социологии. Разделите их по степени важности. Какие из них можно «снять» (решить, придя к консенсусу среди ученых), а какие — нет? Аргументируйте свою позицию.

## Тема 2

### ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ВЫБОРОВ

**«Социальное» и «политическое»: классические трактовки.** Изучая «политику», любой автор неизбежно описывает все многообразие социальных отношений. В эпохи Античности и Средневековья понятия «социальное» (термин латинского происхождения) и «политическое» (термин древнегреческого происхождения) практически не различались. Например, «полис» мы можем перевести и как «город-государство», и как «самоуправляющееся общество». Недаром Аристотель в «Политике» определяет *главный предмет своего сочинения (собственно «политику»)* как *общение полноправных жителей полиса (граждан) по поводу дел, касающихся их всех*. Это и есть общественные дела, отличающие публичную сферу от сферы частной (приватной, партикулярной), в которую входят дела, относящиеся к интересам отдельных граждан и их семей («ячеек государства»). Только осуществляющий политическую коммуникацию гражданин-эллин является собственно человеком («человек — животное политическое»).

*Государство представляет собой такое состояние общества, в котором осуществляется политика, то есть общество развитое, члены которого четко осознают свои интересы и способны ответственно решать общественные дела («государство — это мы»)*. Форма политического устройства является делом второстепенным. Главное, чтобы правители (при единоличной власти (монархия), власти благородного меньшинства (аристократия) или власти мелких собственников (полития) заботились об общественных нуждах и интересах и придерживались принципов права (будь то позитивное право или право обычное). Это и есть правильные формы правления, в отличие от форм неправильных (тирания, олигархия, демократия), при осуществлении которых преимущественно эти принципы не соблюдаются.

Иную версию функционирования политики дает в теории государственного суверенитета французский юрист и философ XVI в. Жан Боден («Шесть книг о государстве»). *Государство (республика) есть правое (правовое, справедливое) правление, в отличие от преследующих частные интересы самоchinных объединений (владений феодалов, корпораций, разбойничьих шаек и т. п.)*. Свободный человек одновременно является субъектом (гражданином

государства) и объектом (подданным государственной власти) политики. Суверенитет есть сочетание внешней и внутренней независимости государства, он является признаком государства и носит постоянный характер. Переданная на определенных условиях ограниченная власть не является суверенной. Суверенная власть надзаконна, она связана только божественным и естественным правом, а также общечеловеческими принципами (собственность, семья, мир, правопорядок, справедливость). Суверенитет неделим, поэтому наиболее развитой формой правления является наследственная монархия, которая наиболее приспособлена для крупных государств и лучше, чем демократия и аристократия, способна справиться с опасностями материального (имущественная поляризация) и духовного (религиозные распри) порядка.

С этой точки зрения государство является и частью общества (государственный аппарат — властвующие и исполняющие их волю чиновники), и чем-то внешним по отношению к обществу («государство — это я»). Эту особенность бытования государства подчеркивал современник Бодена, итальянец Никколо Макиавелли. Он ввел термин «стато» («stato», от латинского «status» — положение, состояние) для обозначения «государства вообще», включающего как политическое состояние общества, так и форму правления и систему права.

Таким образом, политика «располагается» между правом и обществом. Недаром Георг Гегель определял государство как «воплощенное право».

Ключевыми категориями, соединяющими юридическое и социальное содержание политической жизни, являются «государство» и «власть». Особенно ярко это сочетание проявляется при описании феномена государства при помощи уже известных вам терминов «социальный институт» и «социальная организация».

*Основным признаком государства чаще всего называют публичность (наличие органов публичной власти). Однако в других признаках государства проявляются не столько социальные, сколько правовые характеристики:*

– *принудительность (по определению М. Вебера, современное государство характеризуется способностью монопольно использовать насилие);*

– *суверенность (1 — суверенное государство обладает наивысшей властью по отношению к любым субъектам, действующим в пределах ее границ; 2 — способность представителей государства обеспечить обществу независимое существование);*

– *всеобщность (государство охватывает своим влиянием всех людей, находящихся на его территории, в том числе и граждан других государств);*

– *территориальность (в отличие от общества, государство не может существовать без своей пространственной основы — территории).*

Основной концепцией происхождения является социально-экономическая (начиная с Платона), согласно которой государство появилось в результате разделения труда и обособления властно-управленческой деятельности.

*Власть чаще всего определяется как отношения господства и подчинения. По определению Р. Даля, власть соответствует ситуации, когда «А» (индивид или группа) может заставить «Б» делать то, что последний (последние) не мог(ли) или не намеревался(лись) делать. Поэтому основными методами осуществления власти являются принуждение и убеждение.*

Властные отношения являются одной из разновидностей отношений социальных. Осуществляться они могут при наличии следующих элементов: 1) наличие не менее двух субъектов (собственно социальная характеристика); 2) выражение властной воли по отношению к подвластному(ным) (приказ, сопровождающийся угрозой применения санкций в случае неповиновения); 3) готовность подвластного(ных) подчиниться властной воле [Подробнее см.: Шевцов А. В., 2011. С. 270–273].

**Проблемы смены и преемственности органов власти.** В связи с вышесказанным очевидна «двойственность» взаимосвязи общественных структур и органов власти. *С одной стороны, форма — политическая система и персональный состав властвующих — это дело всего общества или хотя бы наиболее активной ее части. С другой стороны, политическая система самодостаточна, властители по своему усмотрению решают, кто и как должен решать общественные вопросы. Эти несоответствия придают особое значение вопросам смены и преемственности органов власти, дилемме насильственной или мирной передачи власти.*

Как отмечает Э. А. Попов, «сама идея социального порядка, понимаемого как система социальных институтов, то есть устойчивых форм социальной практики, отвечает прежде всего адаптивным целям экономического и политического выживания. А потому идея социального порядка предполагает поиск форм, ориентированных на мирное и бескризисное разрешение конфликтов и на стабильный характер изменений за счет осознания общих интересов, ценностного согласия и институтов политической власти, обладающей монополией на средства принуждения (Т. Гоббс, Д. Юм, Ж. Руссо, О. Конт, Э. Дюркгейм, М. Вебер, Т. Парсонс, П. Сорокин, Ю. Хабермас и др.)» [Попов Э. А., 2001. С. 21].

Здесь мы выходим **на проблему обоснования власти.** Причем существующий режим может получить санкцию как со стороны потусторонних сил («сверху»), так и со стороны общества — «народа» («снизу») (вспомним латинское изречение «глас народа — глас божий»).

«Легитимность» и «легальность» имеют в правоведении значение «законность» (лат. *lex* — закон). *В социологии и политологии легитимность чаще всего определяются не как формальное соответствие власти требованиям закона, а как способность властных органов обеспечить себе общественную поддержку, то есть речь идет о субъективном измерении власти.* Так, М. Вебер в соответствии с тремя основными источниками (формами) права выделил три идеальных типа легального господства: 1) традиционный, опирающийся на обычай; 2) харизматический, опирающийся на

прецедент; 3) рационально-легальный, опирающийся на закон как основу позитивного права.

Сравним с типологией Д. Истона, имеющей, на наш взгляд, более выраженный «социальный оттенок»: 1) идеологическая легитимность, в основе которой лежит убежденность в ценности политической идеологии, на которую опирается политическая система; 2) структурная легитимность, опирающаяся на доверии конкретному политическому режиму; 3) персональная легитимность, сводящаяся к вере в личностные качества определенного политического лидера [Подробнее см.: Шевцов А. В., 2011. С. 273].

Легитимность власти — степень согласия между управляющими и управляемыми. Власть легитимна, если управляемые признают за управляющими право управлять вообще и именно так, как они это делают. Это признание осознается и теми и другими. Управляемые признают, если и не справедливыми и желательными, то, по крайней мере, естественными и саму власть, и связанные с ней институты, и ритуалы. Управляющие ждут от управляемых подчинения, а также одобрения их действий по подавлению и осуждению диссидентов, не желающих подчиняться и оказывающих вербальное или действенное сопротивление [См.: Пантелеев А. Ф., 2004. С. 17–18].

В любом случае проблема выбора в широком смысле этого слова (как выбор адекватной окружающей реальности политической формы, так и выбор конкретных политических руководителей и лидеров) играет значительную роль в организации политической жизни. Причем это обстоятельство характерно практически для любой формы правления и любого политического режима. *И в этом отношении институт выборов не сводим к политической форме «народовластия».* Представим две крайних позиции по этому вопросу:

1) «Выборы — это испытанный способ обретения правительством доверия и поддержки народа. Правительство управляет всегда, кроме единственного периода, когда оно оказывается в зависимом положении от народа, его волеизъявления. Во время выборов или референдума власть в буквальном смысле слова переходит к народу, идущему на избирательные участки выбирать своих представителей в органах власти. А претенденты на место в представительных органах власти в этот судьбоносный для них период с замиранием сердца ждут конца избирательной кампании, чтобы узнать свой «приговор»: «да» или «нет», поверили или не поверили, доверили или не доверили...

Итак, «демократия» и «выборы» — тесно связанные между собой понятия» [Никитин А. Ф., 2000. С. 10–11].

«Выборы являются средством выражения политической воли народа, способом формирования органов государственной и муниципальной власти в демократических странах.



Это историческая аксиома, то есть вывод, подтвержденный веками <...> Выборы — традиционный, проверенный веками механизм свободного, гласного, открытого и справедливого решения народом политических проблем, организации власти» [Михалева Н. А., 2007. С. 11].

2) «Выборы и демократия взаимозависимые, но не совпадающие категории. Историческая практика знает множество примеров использования выборов в ситуациях, не предполагающих ротацию и передачу власти по итогам голосования. Демократические, свободные, открытые и конкурентные выборы — итог длительной эволюции социальных, политических и правовых институтов» [Евдокимов С. В., 2003. С. 6; Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации, 1999. С. 11; Политические институты, избирательное право и процесс в трудах западноевропейских мыслителей XVII — начала XX в., 2003. С. XXI].

*То есть избирательная кампания выступает в качестве одной из распространённых форм легитимации в смысле «узаконивания», «приобретения легитимности». При этом в роли стороны, выносящей приговор власти, выступает:*

1) «гражданское общество» (понимаемое в данном случае как организация политически активной части граждан). «Государство в процессе исторического развития приобретает различные формы: автократическую, олигархическую, демократическую. Продуктом поступательного движения последней является избирательная кампания, которая по своей политической природе представляет собой процесс: легитимации представительных органов власти посредством всенародного волеизъявления (всеобщих, свободных, равных выборов), идентификации электората с различными политическими силами; осуществления добровольного согласия народа о передаче своих властных полномочий избранному им представительному органу; вовлечения широких слоев населения в систему властных отношений; обеспечения гражданского согласия <...> В процессе избирательной кампании происходит непосредственное соединение, взаимодополнение гражданского общества и государства, осуществляется переход одной противоположности в другую, учредительной власти народа в представительную. Избирательная кампания в той или иной степени активизирует деятельность гражданских и государственных институтов» [Анциферова И. В., 1994. С. 9, 13].

В рамках данного подхода предложен даже критерий «демократичности»: 1. выборы, при которых гражданское общество подчинено государству; 2. выборы при неустойчивом равенстве сил государства и гражданского общества; 3. выборы при развитии процесса подчинения государства гражданскому обществу [См.: Устименко С. В., 1996. С. 17].

2) «народ в целом» (большинство граждан). «Почему же необходимы выборы? В любом государстве существуют отношения власти и подчинения, а значит, неизбежно возникает вопрос: почему одни люди имеют право



управлять, а другие обязаны подчиняться. Ответ на этот вопрос зависит от формы государства.

В недемократических государствах, как правило, дается два варианта ответа: люди, стоящие у власти, могут управлять либо потому, что такое право дано им Богом (так считается в абсолютных монархиях), либо потому что они сильнее (при диктаторских режимах).

В демократических государствах ответ на этот вопрос может быть только один: те, кто управляет страной, имеют на это право лишь постольку, поскольку их уполномочили на это большинство граждан. Один из важнейших принципов демократии гласит, что граждане не обязаны подчиняться власти, в установлении которой они не могли принимать участия. При этом граждане должны иметь возможность менять власть, если она не пользуется поддержкой и доверием большинства. Вот почему регулярные выборы являются важнейшим элементом функционирования демократической политической системы, которая установлена в Российской Федерации действующей Конституцией» [Молодежи об избирательном праве, 1999. С. 4–5].

Разумеется, выборы не являются единственным способом обновления властных структур. Главное — достижение хотя бы относительного консенсуса (согласия, единогласия) в деле законодательного оформления преемственности. Для этого в разных политико-правовых системах создавались различные **политические ритуалы**. Так, процесс наследования ведет к появлению действий, удостоверяющих личность наследника и правителя:

- определение соответствующего статуса будущей матери (невесты и/или жены);
- регистрация зачатия и/или рождения наследника(цы);
- выбор/«удостоверение» наследника(цы) компетентным для этого органом (жрецами, представителями знати и т. п.), акты признания наследника(цы), усыновления (удочерения);
- провозглашение соправителем(льницей);
- провозглашение отречения от власти или смерти правителя («король умер, да здравствует король»);
- введение в должность (иногда растягивающееся на несколько лет и требующее многочисленных процедур одобрения нового правителя от представителей светских и духовных корпораций).

Соответственно институт выборов должен содержать не меньшее число ритуалов (а на практике — значительно большее, по причине более широкого круга активных участников).

Обратим внимание только на «магию» избирательной урны. «Она воспринимается как: материализованный терминал электоральных раздумий и колебаний (урна в этом смысле есть Рубикон демократического волеизъявления — вернуть опущенный бюллетень невозможно); «святая святых» честности и конфиденциальности волеизъявления (урне доверия больше, чем лю-

бым конкретным персонам, не важно при этом, кто и как *post factum* вскрывает избирательные урны); жертвенный алтарь, на котором по воле простого большинства караются «грешники» и возносятся на престол «праведники» (урна выступает своего рода сосудом высшего суда над «смертными политиками»); чистилище для всего политического сообщества (урна выступает высшим нравственным авторитетом в ситуации любого политического конфликта); капище нравственного очищения для избирателя (урна компенсирует отчужденность человека от политики, сохраняя ощущение справедливости и компенсационной эффективности формулы «сказал и тем самым облегчил душу») и т. п.

Несложно обнаружить, что в приведенном выше списке находят свое выражение наиболее архаичные сакральные культы, ритуалы, верования и предрассудки. Контакт с урной — магический момент для избирателя, при том, что далеко не всегда он испытывает от этого контакта магический трепет и очищение...» [Феномен российского избирателя: рабочая гипотеза и программа проекта, 1996. С. 14–15].

Существует масса способов смены состава властных органов, как альтернативных (чаще), так и безальтернативных (гораздо реже). Причем выбор из какого-то числа претендентов и отбор наиболее подходящих кандидатов осуществляется по весьма разнородным критериям, как рациональным, так и интуитивным.

В любом случае мы имеем дело с теми, кто проводит селекцию (от одного человека до всего гражданского коллектива), и теми, кто может претендовать на вакантный пост. В случае претендентов также существует множество вариаций: от одного «безальтернативного» кандидата до значительного множества лиц, вовсе не обязательно принадлежащих к данному коллективу.

Можно выделить основные элементарные формы (от менее вариативных в отношении селекционеров и претендентов, к более вариативным):

– *наследование* — пост(ы), как и любое другое имущество, передается лицу (лицам) по наследству. Селекция или отсутствует (реализуется в соответствии с обычным или позитивным правом), или осуществляется самим владельцем, возможно, при участии относительно узкого круга лиц (родственников, уполномоченных на то представителей «общественности» — см. выше);

– *кооптация* — «дополнительное избрание», «избрание сверху», включение кандидатов в состав уже существующих структур по решению членов последних (они и осуществляют селекцию);

– *избрание* — назначение по итогам выборов (селекцию осуществляют избиратели, сколько бы их ни было, и на основании каких бы цензов они ни отбирались сами);

– *жеребьевка* — случайный выбор (селекция нецеленаправленна, если не считать вмешательства потусторонних сил — «на кого Бог пошлет»).

На их основании может возникать *бесконечное число реально действующих комплексных форм*. Каждая из них обладает своими преимуществами и недостатками. Разбор их проводился политическими мыслителями на протяжении тысячелетий. Можно выделить два основных направления: данная форма / данные формы наиболее 1) *эффективны в любых обстоятельствах*; 2) *адекватны данной системе общественного устройства*. В обоих случаях речь шла о возможности как замещения должностей достойными кандидатами, так и достижения политической стабильности.

Проблема «достоинств» претендентов (положительных личных качеств), на наш взгляд, вообще не имеет сколько-нибудь «вменяемого» решения из-за своей яркой субъективности. Мы пытаемся «подтянуть» к идеалу людей, вынужденных действовать в отнюдь не «идеальной обстановке». А длительная политическая стабильность в истории является скорее исключением, нежели правилом.

В целом **общественная поддержка политической подсистемы** базируется на нескольких достаточно неопределенных положениях.

В первую очередь речь идет о *феномене политического представительства*. В соответствии с принципами синергии это явление характерно для любой усложняющейся социальной системы (появление иерархии и подсистемы управления). Группа делегирует полномочия своим представителям (вспомним теорию «общественного договора»). Складывается парадоксальная ситуация, когда несколько лиц или даже один человек заменяет собой тысячи и даже миллионы людей. Как отмечает П. Бурдьё, «когда акт делегирования осуществляется одним лицом в пользу другого, то все относительно ясно. Но когда одно лицо получает полномочия от множества лиц, оно может оказаться облеченным полномочиями, трансцендентными по отношению к каждому из доверителей. Тем самым оно становится как бы воплощением того, что последователи Дюркгейма нередко называли трансцендентностью социального».

Но и это еще не все, и отношение делегирования рискует затемнить истинный смысл отношения представительства, а также парадокс ситуации, когда группа не может существовать иначе, как делегируя свои полномочия какому-либо одному лицу — генеральному секретарю, папе и т. д., — способному действовать как юридическое лицо, то есть как субститут группы. Во всех этих случаях, согласно установленному канониками уравнению: Церковь — это папа — по внешней видимости группа продуцирует человека, выступающего вместо нее и от ее имени (если мыслить в терминах делегирования), тогда как в действительности было бы <...> правомерно говорить, что представитель группы продуцирует группу. Ибо именно потому, что представитель существует и представляет (акт символический), представляемая и символизируемая им группа существует и <...> обеспечивает своему представителю существование в качестве представителя группы.

В этом замкнутом круговом отношении легко увидеть корни иллюзии, в силу которой в предельном случае представитель может восприниматься другими и сам воспринимать себя в качестве *causa sui*, так как он сам является причиной того, что составляет его власть. Ведь группа, инвестирующая его полномочия <...> существовала бы не в полной мере в качестве представляемой группы, не будь он ее воплощением» [Бурдые П., 2005. С. 147–148].

Другая проблема связана с характером самовыражения общества, «упирающимся» в довольно размытую категорию «*общественное мнение*». Каким образом формируется этот, по выражению А. С. Пушкина, «общий глас», осуждающий или одобряющий действия власти и ее отдельных представителей? Вместо четко структурированной схемы отношения к власти отдельных социальных групп, институтов и организаций мы имеем дело с неким общим посланием («месседжем»), с которым легко согласиться, но которому трудно, а подчас невозможно противоречить.

По мнению Э. Ноэль-Нойман, «50 определений общественного мнения в книге Г. Чайлдза «Общественное мнение: природа, формирование, роль» с трудом можно упорядочить, разделив на две группы. Одна — это обозначение общественного мнения как давления в сторону конформизма, как социальный контроль, «неписанные законы», и другая — общественное мнение как хорошее, ответственное суждение политической элиты.

Элитарная и интегративная концепции в описании отношений между общественным мнением и правительством не очень различаются; обе концепции предполагают необходимость связи, игнорирование которой в течение длительного периода приведет к свержению правительства. Собственно различие лежит в области отношений между индивидом и общественным мнением. Элитарная концепция общественного мнения — мнение компетентных людей, готовых взять на себя ответственность, — основана на политическом участии. От индивида зависит, захочет ли он участвовать или предпочтет уклониться от участия в общественном мнении. Индивид может ретироваться в сферу частной жизни, ему не нужно участвовать в обосновании, проверке мнений, даже если его к тому обяжут как гражданина. Интегративная концепция предусматривает вовлечение всех в процесс общественного мнения, и речи нет о свободном решении — участвовать или воздержаться. Социальная природа человека, побуждающая его дорожить своим именем и бояться изоляции, подчиняет всех людей давлению конформизма, называемому общественным мнением. Каждому, кто не учитывает его, угрожают санкции» [Ноэль-Нойман Э., 1996. С. 336].

Е. Г. Андриющенко рассматривает данную парадоксальность на примере российской социально-политической практики. Он отмечает, что общественное мнение — сложное многогранное социальное явление как с точки зрения структуры, функций, выполняемых в обществе, так и способов его фиксации.

«Существовало ли общественное мнение при Романовых, Сталине, Хрущеве, Брежневе, Горбачеве, Ельцине, Путине? Если понимать его как институт, который устойчиво и эффективно участвует в осуществлении власти, один из узаконенных механизмов процесса принятия решений на всех уровнях жизни общества, ответы будут различны. И многих не собьют с толка унижительные маскарады «всеобщего одобрения». Но если понимать общественное мнение как совокупное суждение, разделяемое различными социальными общностями по поводу тех или иных событий, явлений действительности, ответ будет однозначно утвердительным» [Андрющенко Е. Г., 2003. С. 6].

И третья важная проблема — *степень участия в общественных делах*. До каких пределов «консенсус по умолчанию» способен поддерживать допустимый уровень легитимности политической системы? Относительно всеобщих политических выборов эта проблема приобретает следующую форму: насколько «общенародное волеизъявление» является действительно «общенародным»?

В. Ф. Ковров, говоря о росте абсентеизма в большинстве стран мира, отмечает тревожащую специалистов тенденцию: чем ниже удельный вес участвующих в выборах избирателей, тем меньше степень легитимности власти [См.: Ковров В. Ф., 2005. С. 41].

Ю. И. Бушенева в 2007 г. указывала на устойчивое падение уровня явки в России. Абсентеистский тип поведения существует в любом обществе, однако его рост свидетельствует о кризисе легитимности политической власти, недоверии людей к властным институтам. В настоящее время в выборах различного уровня не участвует от 40 до 70% граждан, наделенных активным избирательным правом. Причинами данного явления могут служить несовершенство современной политической системы, рост недоверия к демократическим институтам, нарастание социальной напряженности в обществе [См.: Бушенева Ю. И., 2007. С. 23].

Сочетание делегативного представительства, директивного общественного мнения, массового уклонения от участия в политических делах и многие другие (менее очевидные) факторы вынуждают поставить под сомнение действенность провозглашаемых принципов. В первую очередь это относится к **подконтрольности властных структур**.

Сомнения в «стержне» демократии ведут к сомнениям в реальности существования общества данного типа.

«Демократическое общество» является виртуальной категорией. В чистом виде демократии нигде и никогда не существовало и не могло существовать. Власть народа отрицает саму идею власти, а потому и государства. Весь народ не может осуществлять управленческие функции по определению. От его имени по той или иной процедуре делегируются чиновники. Но, выступая от имени народа, они не являются самим народом, претворяя в жизнь собственные корпоративные интересы. Исторически демократия вы-

ступает не как политическая реальность, а идеомиф, психологически деструктурирующий имперские организмы. Авторитаризму и иерархичности противопоставляется идеал демократии. Но через погружение в хаос анархии восстанавливаются лишь новые авторитаризм и иерархичность, ибо вне данных начал ни одно государство существовать не может» [Багдасарян В., 2007. С. 33].

Отсюда рассуждения о практике современной либеральной демократии в духе знаменитой сентенции У. Черчилля о «лучшей из худших» политических форм.

*Финансовый аспект.* Активное избирательное право требует значительных финансовых, административных и информационных ресурсов, что по плечу единицам. Таким образом, в выборах незримо, подспудно присутствует имущественный ценз. «Политическая рулетка избирательной кампании накручивает колоссальные суммы» [Анциферова И. В., 2006. № 1. С. 97].

*Манипулятивный аспект.* Народ принуждают проголосовать за того или иного кандидата посредством психотропной обработки его подсознательного уровня. Для реализации глобального избирательного имиджмейкерства требуются колоссальные затраты. Побеждает тот, кто купит более дорогостоящую электронную технологию [См.: Багдасарян В. Э., 2007. С. 38].

Но дело не только в постоянно выявляемых фальсификациях и массовом манипулировании выбором избирателей со стороны властных и оппозиционных политических организаций.

В рамках «виртуального представительства» народный представитель сам решает, какое решение наилучшим образом отвечает интересам его избирателей («непредвзятое мнение депутата, зрелость его суждений, его просвещенное сознание не должно приноситься в жертву кому бы то ни было... даже мнению избирателей» — Э. Бёрк [Цит. по: Тузиков А. Р. Идеи демократии, 2005. С. 35]).

В рамках же «актуального представительства» депутат обязан принимать решения в соответствии с волей большинства избирателей.

Какой способ решения законодательных вопросов преобладает в большинстве демократических государств, судить читателю. Во всяком случае, относительно постоянного учета интересов избирателей возникают сильные сомнения.

«Наверное, поэтому в настоящее время так популярна трактовка демократии, во-первых, как расширения числа людей, имеющих право претендовать на осуществление власти на всех уровнях, а во-вторых, демократия интерпретируется как право «народа» на выбор властей. В конце концов, именно это признается единственно возможным и практически реализуемым из широкого набора демократических идеалов. Однако, таким образом, «народу» предоставляют не право решать, какая политика должна проводиться, а право выбирать тех, кто будет решать от имени и во имя интересов

«народа», какая же политика должна проводиться и какие решения приниматься» [Тузиков А. Р. Идеи демократии, 2005. С. 35].

Зато значительным преимуществом современных выборов остается отказ от вооруженного насилия, **перевод политической борьбы в «смягченные» мирные формы.**

«На рубеже XXI в. мир не знает, несмотря на многие недостатки выборного механизма — цивилизованной альтернативы демократическим выборам. Там, где их нет, где они не вошли в политическую культуру общества, там господствуют насилие и страх, там процветают дворцовые интриги и перевороты, заговоры, путчи и политические убийства. Поэтому, наряду с ростом задач и функций власти, все больше назревает потребность в цивилизованных формах функционирования политической системы. Внедрение демократических выборов, овладение культурой выборов — необходимая перспектива для многих и многих народов в XXI в.» [Тер-Газарян А. В., 1995. С. 11].

Разумеется, не стоит, вслед за апологетами современной либеральной демократии, абсолютизировать выборный механизм, представляя освоивших его режимы как «царство политической гармонии», а их альтернативы — как «царства зла и хаоса». Однако лучше предвыборный турнир, чем гражданская война.

Эта сентенция выводит нас на **проблему роли политической культуры в обострении и смягчении политической борьбы.** Но и здесь не все так однозначно. В первую очередь речь идет не о «развитости» или «недоразвитости» политической культуры определенной страны/государства/нации, сколько о готовности признания действующих норм и механизмов за «действенные» и «полезные». И в этом отношении современный политический порядок ничем не отличается от «старого политического порядка» времен сословно-представительной и абсолютной монархии. Как и в те времена, ради достижения стабильности путем смягчения политической борьбы необходимо закрывать глаза на явную имитационность и несправедливость ритуалов.

В теоретических построениях также можно выделить несколько специфических черт. «Недаром в западной политической науке, особенно в американской, понятие «электоральная культура» используется редко и неохотно — как правило, применительно к странам «транзита» (Россия, Украина, Нигерия, Казахстан и др.). Иногда его относят и к относительно маргинальным политическим силам в странах «старой» демократии. Так, Д. Ортон рассуждает об электоральной культуре канадских «зеленых» с их эгоцентричным сознанием, отличающимся от традиционного антропоцентричного видения мира.

Что же касается собственно электоральных исследований, то западные ученые говорят не об электоральной культуре, а об электоральном поведении, электоральных ориентациях» [Фадеева Л. А., 2010. С. 32].



Соответственно «непросвещенные» государства должны усваивать именно модели западного электорального поведения с присущими им электоральными ориентациями. Так, Г. Л. Кертман выдвинул три варианта реагирования российской политической культуры на «имплантацию» альтернативных выборов: 1) отторжение, неприятие, при котором выборы воспринимаются как вредная или, как минимум, бесполезная для страны инновация; 2) освоение и усвоение новой практики, сопровождающееся интeриоризацией ее мировоззренческих оснований, то есть демократических ценностей и релевантных им политических установок, что означает постепенную трансформацию фундаментальных характеристик самой российской политической культуры; 3) реинтерпретация этой практики, ее смысла и политического предназначения, позволяющая «вписать» институт выборов в традиционный для российского социума ценностно-нормативный контекст и на этой основе выработать органичные для российского избирателя мотивации электорального поведения. Причем на практике речь идет об одновременной реализации сразу всех трех вариантов (тенденций) [Кертман Г. Л., 2005. С. 73].

**Место избирательных процедур в развитии политических процессов.** Подведем предварительные итоги. *Избирательные процедуры занимают важное, если не определяющее, место в развитии современных политических процессов, во всяком случае в теории.*

Именно в системе демократических выборов находят свое адекватное выражение предпочтение и мнения гражданского общества, легитимация законодательной и исполнительной властей. Более того, выборы дают в руки общества своеобразный механизм согласования интересов всех социальных групп и политических сил, без которого было бы трудно найти приемлемый управленческий консенсус ради обеспечения будущего российской демократии.

Присущая демократии большая свобода выбора требует и большей компетенции от граждан, определенной способности к критическому мышлению, желания и умения пользоваться преимуществами новой политической системы с ее высоким потенциалом самоуправления и самовоспитания [См.: Воробьев Ю. Л., 1997. С. 3].

Политическое содержание обеспечивается в настоящее время *отработанными юридическими механизмами, опирающимися на нормы и принципы, закрепленные в международных соглашениях.*

«Юридическая природа выборов заключается в том, что народ, выбирая своих представителей, уполномочивает их на осуществление принадлежащей ему государственной власти.

Смысл выборов состоит в том, чтобы все граждане могли выразить свою волю, а государственная власть — быть созданной и действовать в соответствии с этой волей» [Старостенко К. В., 2008. С. 9]. Речь идет о принципах, закрепленных во Всеобщей декларации прав человека (ООН, 1948), в Документе Копенгагенского совещания Конференции по человеческому измере-



нию СБСЕ (1990), в Декларации Межпарламентского союза о критериях свободных и справедливых выборов (Париж, 1994), в Конвенции о стандартах демократических выборов, избирательных прав и свобод в государствах — участниках Содружества Независимых Государств (Кишинев, 2002) и других документах [Подробнее см.: Там же; Мерло П., 1995. С. 123–130].

В целом, содержание выборов определяется специалистами в следующих позициях:

1. Выборы — это особое волевое явление общественно-политической жизни. Выборы, во-первых, призваны выявить волю избирателей, то есть их сознательное стремление к определенным политическим, экономическим, социальным и иным ценностям, а во-вторых, узаконить эту волю, чтобы на ее основе строилась повседневная деятельность органов государственной власти. Причем воля по своей сущности всегда свободная воля. В самом широком смысле свобода означает возможность для избирателя поступать так, как ему хочется: голосовать за того или иного кандидата либо против всех кандидатов, вообще отказаться от участия в выборах;

2. Выборы — это особый вид юридической деятельности как совокупности действий и операций (поступков), направленных к единой цели. Такой целью применительно к выборам в субъектах Российской Федерации является образование легитимных органов государственной власти на соответствующей территории;

3 Выборы — это совокупность особых правовых отношений политического характера (ибо политика в практическом ее понимании означает активное участие граждан в государственной жизни): а) правоотношения между народом и государством общего характера, возникающие на основе конституционных норм-принципов о народе как единственном источнике власти; б) правоотношения между народом и государством, юридическое содержание которых конкретизировано в точно определенных правах и обязанностях граждан, с одной стороны, и государства и его органов — с другой;

4. Выборы — сложное явление, подготовка и проведение которых требует соблюдения особых правовых процедур, состоит из расположенных в определенной последовательности стадий и проходит в законно установленные сроки. Система этих процедур, правил и сроков образует избирательный процесс;

5. Выборы представляют собой своеобразный общественно-политический договор поручения между избирателями, с одной стороны, и органами государственной власти — с другой. Выборами следует называть поручение лицу или лицам выполнения определенной государственной работы, производимое либо непосредственно избирателями (при системе прямых выборов), либо выборщиками (при системе многостепенных выборов). Через систему договоров поручения между избирателями и кандидатами в органы государственной власти обеспечивается сложный процесс перевода волевых политических намерений граждан-избирателей в конституционно-правовые

формы существования народного суверенитета [См.: Матейкович М. С., 1999. С. 49–55].

И наконец, наиболее интересующий нас *социологический аспект*. В первую очередь необходимо обратить внимание на *поддержание стабильности социальных структур, достижение относительной целостности общества*.

«Будучи демонстрационным табло избирательного процесса, выборы по своей внутренней сути — это серьезнейшее социальное действие, стимулирующее развитие демократии. На альтернативной основе и достаточно последовательно, хотя не всегда безболезненно, на период проведения они передают функции создания федеральных, региональных и местных структур управления непосредственно населению, самим фактом голосования связывают судьбу носителей госполномочий с волеизъявлением народа. И за этим нельзя не увидеть предпосылки к реальному союзу между электоратом и властью, гражданским обществом и государством, конструктивной работе на сегодня, имеющей проекции в будущее.

Избирательный процесс демонстрирует, на наш взгляд, весьма востребованную сейчас способность собирать воедино и естественным путем сопрягать пусть поначалу и разрозненные цели своих участников — баллотирующихся кандидатов на выборные посты, голосующих граждан и как бы находящихся над схваткой государственных институтов. И мера объединения таких целей — первый повод говорить о демократичности или недемократичности, эффективности или неэффективности выборов» [Усманов Б. Х., 2009. С. 33].

Некоторые исследователи даже называют институт выборов одним из самых древних институтов человеческого общества [См., напр.: Евдокимов С. В., 2003. С. 4].

М. В. Желтов описывает процесс *длительной трансформации института выборов*. «История выборов — это история непрекращающейся борьбы за расширение круга лиц, обладающих избирательным правом. Понятие «демократические выборы» в середине XIX в. значило совершенно другое, чем сегодня. Изменения в обществе ведут и к изменению понимания выборов.

В XVII в. выборы считались аристократическим способом определения персонала власти в противоположность демократическому жребию. Сегодня подобное заявление вызовет как минимум непонимание. Сегодня выборы стали символом демократии, ее отличительной чертой. Результатом демократизации общества стало использование выборов не только в политической сфере, но и в рамках общественных организаций (партий, профсоюзов), коммерческих организаций (акционерные общества), учреждений (университеты). И здесь выборы считаются лучшим способом определения руководства» [Желтов М. В., 2003. С. 3].

Итак, идеал афинской демократии с непосредственным участием граждан в суде и политическом управлении, возродившись в эпоху Просвещения, получил «прививку» в лице средневековой сословно-представительной си-

стемы (парламентариев, представляющих граждан в рамках жесткой цензовой системы). В эпоху Великой Французской буржуазной революции идеи «народовластия» и «парламентаризма» причудливо соперничали и сочетались друг с другом. Недаром конституционный проект всеобщего избирательного права так и не был реализован на практике.

В XIX в. лидеры социалистического и рабочего движения развернули борьбу за предоставление избирательных прав низам общества. Классический либерализм, достаточно «скептически» относившийся к данной идее, под влиянием критики «слева», на рубеже XIX–XX вв. трансформировался в неолиберализм, соединивший идеи свободы и демократии. Мало того, «народовластие» и было сведено к реализации процедуры «свободных и ответственных выборов». В качестве социальной основы данной формы правления были названы мелкие собственники («средний класс»), по версии Аристотеля являющиеся основой не демократии, а политики. Недаром Р. Даль предложил термин «полиархия» для определения «новой демократии». Соответственно политические системы с неконкурентными избирательными системами и доминированием одной партии были определены как «тоталитарные», то есть явно недемократические.

Критики либеральной демократии чаще всего указывают на плутократическую (плутос — богатство) олигархическую основу существующих политических режимов и на фиктивность англосаксонской двухпартийности, когда конкуренция консерваторов/лейбористов и демократов/республиканцев представляет собой «схватку нанайских мальчиков» с известным исходом. Как отмечает британский социолог К. Крауч, «при этой модели, несмотря на проведение выборов и возможность смены правительств, публичные предвыборные дебаты представляют собой тщательно срежиссированный спектакль, управляемый соперничающими командами профессионалов, которые владеют техниками убеждения, и ограниченный небольшим кругом проблем, отобранных этими командами. Масса граждан играет пассивную, молчаливую, даже апатичную роль, откликаясь лишь на посылаемые им сигналы. За этим спектаклем электоральной игры разворачивается непубличная реальная политика, которая опирается на взаимодействие между избранными правительствами и элитами, представленными преимущественно деловыми кругами. Эта модель, как и максимальный идеал, также является преувеличением, но в современной политике достаточно элементов, которые позволяют поднять вопрос о том, какое положение на шкале между ней и максимальной демократической моделью занимает политическая жизнь наших стран, а также определить, в каком направлении она движется. Я утверждаю, что нас все сильнее сносит в сторону постдемократического полюса» [Крауч К., 2010. С. 18–19].

Насколько далеко нас «снесет» в сторону от культа избирательных процедур, покажет время.

М. В. Желтов предлагает весьма обширный список **социальных функций** политических и неполитических выборов: 1) *формирования представи-*

тельных органов и определения кандидатов на выборные должности; 2) легитимации политической власти; 3) селекции политической элиты; 4) политического воспитания; 5) мирного урегулирования социальных и политических конфликтов в обществе; 6) рекрутирования политической элиты и организации взаимодействия между национальной и региональными политическими элитами; 7) давления на власть; 8) рационализации процесса борьбы за политическую власть; 9) мобилизации избирателей и повышения уровня их политического участия — как самая распространенная и доступная форма политического участия; 10) поддержки и защиты (оппозиционных политиков); 11) политико-информационная; 12) поддержки процесса становления и развития многопартийности в обществе; 13) символическая; 14) регулирования социальных отношений в обществе (для неполитических выборов) [См.: Желтов М. В., 2003. С. 13–48].

Как видим, в социально-политической сфере избирательный процесс если не «всё», то «почти всё». Тем большая ответственность налагается на лиц, исследующих и информационно обеспечивающих этот процесс.

#### Использованная литература

*Андрющенко Е. Г.* Общественное мнение и прогнозирование выборов // Россия: центр и регионы. М., 2003. Вып. 11. С. 5–24.

*Анциферова И. В.* Избирательная кампания как способ реализации народовластия: социал.-управл. аспект: Автореф. дис. ... канд. социол. наук / Рос. акад. упр. Центр гос. кадровой политики и социал. упр. М., 1994. 19 с.

*Анциферова И. В.* Избирательный процесс как соревнование социальных и политических сил // Социология власти. М., 2006. № 1. С. 97–103.

*Багдасарян В. Э.* Феномен квазидемократии: критика процедуры политических выборов в исторической ретроспективе // Власть: общенац. науч.-полит. журн. 2007. № 5. С. 33–38.

*Бурдые П.* Делегирование и политический фетишизм // Социология власти. 2005. № 5. С. 147–163.

*Бушенева Ю. И.* Какое дело гражданам до выборов? // Власть: общенац. науч.-полит. журн. 2007. № 6. С. 23–27.

*Воробьев Ю. Л.* Электоральное поведение как фактор политической социализации россиян: Автореф. дис. ... канд. социол. наук. / Ин-т молодежи. М., 1997. 22 с.

*Евдокимов С. В.* Избирательная система и избирательное право России: Учеб. пособие / Нижегород. правовая акад. Н. Новгород: НПА, 2003. 55 с.

*Желтов М. В.* Институт выборов: становление, социал. функции, роль в политике. Кемерово: Кузбассвузиздат, 2003. 253 с.

Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации: Учеб. для вузов / Авакьян С. А., Алехичева Л. Г., Альхименко В. В. и др.; Отв. ред. А. В. Иванченко. М.: НОРМА, 1999. 841 с.

*Кертман Г. Л.* Статус выборов в российской политической культуре // Социологические наблюдения, 2002–2004 / Сост. А. А. Ослон и др.; Фонд «Обществ. мнение». М., 2005. С. 73–81.

*Ковров В. Ф.* Электоральная социология: Учеб. пособие. Уфа: РИО Баш. гос. ун-та, 2005. 176 с.

*Крауч К.* Постдемократия / Пер. с англ. Н. В. Эдельмана. М.: Изд. дом Гос. ун-та — Высшей школы экономики, 2010. 192 с. (Политическая теория).

*Матейкович М. С.* Правовое регулирование выборов в органы государственной власти субъектов Российской Федерации. Тюмень: Изд-во Тюмен. гос. ун-та, 1999. 183 с.

*Мерло П.* Электоральная практика, права человека и общественное доверие к демократической системе // Полит. исслед. 1995. № 4. С. 123–130.

*Михалева Н. А.* Парламентские и президентские выборы в России: (В вопросах и ответах). М.: Формула права, 2007. 206 с.

Молодежи об избирательном праве: (Учеб. пособие) / Лосев С. А., Мокрый В. С., Носков И. А., Садчиков Ф. В.; Избират. комис. Сам. обл., Гл. упр. образования Администрации Сам. обл., Сам. ин-т повышения квалификации и переподгот. работников образования. Самара: Изд-во СИПКРО, 1999. 53 с. (Право. Выборы. Демократия).

*Никитин А. Ф.* Избирательное право: Доп. материалы к учеб. «Право и политика», «Основы государства и права»: 9–11 кл.: Пособие для учащихся общеобразоват. учеб. заведений. 3-е изд., стер. М.: Дрофа, 2000. 60, [2] с.

*Нозль-Нойман Э.* Общественное мнение. Открытие спирали молчания: Пер. с нем. / Общ. ред. и предисл. Мансурова Н. С. М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. 351 с.

*Пантелеев А. Ф.* Электоральная интеграция: Учеб. пособие для студентов отделения психологии / Саратов. гос. ун-т. Саратов: Изд-во СГУ, 2004. 82, [3] с.

Политические институты, избирательное право и процесс в трудах западноевропейских мыслителей XVII — начала XX в.: Хрестоматия / Центр. избират. комис. Рос. Федерации, Рос. центр обучения избират. технологиям при Центр. избират. комис. Рос. Федерации, Калуж. фонд возрождения ист.-культур. и дух. традиций «Символ»; Сост.: Ю. А. Веденеев и др.; Отв. ред.: А. А. Вешняков; Авт. вступ. ст. Л. А. Поляков, Ю. А. Веденеев. Калуга; М.: Фонд «Символ»-РЦОИТ, 2003. XXIV, 881 с.

*Попов Э. А.* Институционализация российской демократии // Социол. исследование. 2001. № 5. С. 21–26.

*Старостенко К. В.* Проблема выборов в контексте политического многообразия в России // Власть. М., 2008. № 3. С. 9–12.

*Тер-Газарян А. В.* Выборы как политический институт в условиях современного российского общества: Автореф. дис. ... канд. филос. наук / Ин-т молодежи. М., 1995. 28 с.

*Тузигов А. Р.* Идеи демократии: социол. интерпретация // Социол. исслед. 2005. № 3. С. 35–38.

*Усманов Б. Х.* Социальный конструктивизм выборов // Науч. труды Моск. гуманитар. ун-та. 2009. Вып. 110. С. 33–41.

*Устименко С. В.* Сущность и формирование отношений политического представительства в современной России: (Полит.-филос. анализ): Автореф. дис. ... д-ра филос. наук / Моск. гос. социал. ун-т. М., 1996. 49 с.

*Фадеева Л. А.* «Электоральная культура»: теорет. конструкт или очередная концептуал. натяжка? // Рос. электор. обозрение. 2010. № 1. С. 32–37.

Феномен российского избирателя: рабочая гипотеза и программа проекта // Российский избиратель: Сб. ст. / Соред. В. И. Бакштановский, В. А. Чурилов. Тюмень; М.: Центр приклад. этики: Фин.-инвестиц. корпорация «Югра», 1996. С. 5–16.

*Шевцов А. В.* Политическая социология: Гл. 14 // Социология: Учеб. для вузов / А. Ф. Борисов, А. В. Воронцов, И. А. Громов и др.; под ред. А. В. Воронцова. М., 2011. С. 266–278.

## Контрольные вопросы и учебные задания

- Охарактеризуйте основные подходы к определению феноменов политики и власти;
- Опишите роль и место избирательных процедур в процессе смены и преемственности органов власти;
- Сформулируйте ваше отношение к роли избирательных процедур в общественной поддержке политической подсистемы. Укажите на сильные и слабые стороны данных процедур в политических подсистемах конкретных обществ;
- Определите ваш взгляд на место института выборов в политической коммуникации;
- Опишите известные вам политические ритуалы, тем или иным способом связанные с избирательным процессом;
- Охарактеризуйте соотношение понятий «демократия» и «политические выборы»;
- Перечислите аргументы сторонников и противников решающей роли всеобщих политических выборов в современной политической подсистеме социальной системы. Укажите на сильные и слабые стороны этой аргументации.

## Тема 3

### СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ИЗБИРАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА: ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДЫ

**Избирательный процесс и социология.** Вначале постараемся конкретизировать положения относительно содержания электоральной социологии, изложенные во вводной теме. Так, немецкий ученый Б. Зондерман полагает, что социология выборов изучает определяющие факторы индивидуального политического участия в выборах. Цель социологического анализа выборов заключается в описании, объяснении и прогнозировании участия в выборах, формирования индивидуальных избирательных решений, распределения партийно-политических, персональных (в отношении отдельных кандидатов) и тематических предпочтений в избирательном корпусе в целом, а также в различных социальных, культурных, территориальных сегментах электората.

Различаются структурные и ситуативные детерминанты электорального поведения. Социальная структура, система политических институтов, структура общественных интересов на макроуровне, а также социоструктурная укорененность избирателей в своей социальной среде, культурном и организационном окружении и др. относятся к структурным условиям партийно-политической избирательной конкуренции. Число и виды избирательных альтернатив (партий или кандидатов), вопросы внутренней и внешней политики, экономические перспективы или особенности проведения избирательных кампаний относятся к факторам ситуативного влияния. Стойко закрепленные привычки, нормы и стереотипы поведения, вытекающие из процесса политической социализации, рассматриваются как личностные факторы избирательного поведения [См.: Зондерман Б., 2002. С. 6–7].

В. Г. Зарубин, описывая задачи исследования элективного действия российского избирателя, выделяет узловые моменты, относящиеся, на наш взгляд, к проблематике дисциплины в целом:

– лишенное идеологической ангажированности, с одной стороны, и надличностного формализма — с другой, социологическое виденье способствует обогащению нашего знания о политических реалиях;



– исследование явных и латентных функций элективных действий, определение принципов типологии элективных групп и механизма рационального выбора, реконструкция транзитивной модели корпуса избирателей — только часть проблем, которые могут привлечь внимание социолога;

– социальная мобильность элективных групп, специфика политического участия избирателей и представителей политической элиты в выборах разных уровней, своеобразие самоидентификации граждан на различных стадиях социализации и ресоциализации предполагают исследование включенности акторов в границах конкретных политических пространств;

– своеобразие технологий организации избирательных кампаний, специфика использования материальных, финансовых ресурсов, значение и роль средств массовой информации нуждаются в изучении природы социальной мобилизации в элективном процессе;

– специфика отношений в целевых аудиториях избирателей, роль информационного и рекламного воздействия, соотношение между имиджем и действиями его носителей и создателей предполагают исследование коммуникативной природы элективного действия [См.: Зарубин В. Г., 1997. С. 126].

*Как видим, исследователи особо подчеркивают ориентацию электоральной социологии на базовые социальные структуры: социальное действие, социальные структуры, групповое и индивидуальное электоральное поведение. Не меньшее значение имеет интерес социологии к реальному (как оно происходит в действительности), а не нормативному (как оно положено по правилам и законам) функционированию избирательных органов и развитию избирательных процессов.*

Эти обстоятельства повышают роль электоральной социологии, в том числе и в нашей стране. «Без преувеличения можно констатировать, что в нашей стране социология выборов как самостоятельная отрасль социологического знания вполне сложилась и оказалась востребованной не только акторами (субъектами) избирательного процесса, но и рядовыми избирателями, проявляющими интерес к политике и участвующими в голосовании» [Зимин А. В., 2005. С. 106].

*С другой стороны, процесс развития электоральной социологии «натывает» на целый ряд проблем теоретико-методологического характера, оказывающих влияние не только на весь корпус отраслевой социологической дисциплины.*

Как полагает В. А. Пилипенко, изучение института выборов и других демократических институтов в современной России затрудняется состоянием методологии политической социологии и политологии. Он выделил следующие проблемы:

– отсутствие общепризнанных теоретических подходов, в том числе и на уровне «теорий среднего ранга», в которых выборы как социально-политический институт являлись бы специальным предметом социологического или политологического анализа;

– чрезвычайная подвижность границ и содержания основных понятий в политических науках и социологии;

– господство в исследовательской практике описательного подхода к рассматриваемым проблемам, вследствие чего вопросы теоретической обоснованности используемых методов сбора и анализа эмпирической информации остаются на втором плане;

– проблема «эмпиризма» и ситуативности существующих теорий выборов, не позволяющих определить основные тенденции эволюции выборов как социального института в современных обществах.

Отсюда следует увлечение ученых исследованиями чисто прикладного характера в таких областях, как PR, социальные и политические технологии и т. п.

«Подавляющее большинство подобных работ имеют весьма отдаленное отношение к жанру научных исследований и чаще всего представляют собой «рецепты» по воздействию на общественное сознание и на индивидуальное сознание избирателя, сопровождаемые примерами из практики, советы по аналитическому обеспечению предвыборных кампаний. При этом стихийно господствующий эмпиризм разработок подобного рода ведет не только к «размыванию» критериев научности в определении, описании и анализе проблемы, но и к экспансии псевдонаучности в общественных науках.

Апелляции к возможностям практического использования таких разработок нередко подменяют собой аргументацию научной достоверности выводов, ссылки на эмпирические материалы используются вне элементарных правил и логики их научного обобщения и анализа. В результате складывается ситуация, в которой начальным звеном является господство так называемого теоретического плюрализма в общественных науках, конечным — безраздельное господство научного инструментализма, рассматривающего научную деятельность как средство практической деятельности» [Пилипенко, 2000. С. 98–99].

Большое значение имеет формирование адекватного теоретическим, эмпирическим и прикладным исследованиям **категориально-понятийного аппарата** (см. вводную тему). В. Ф. Ковров, опираясь на разработки В. Л. Савичева, О. А. Самаркина, А. И. Соловьева, а также А. Б. Курлова, В. М. Суханова и С. Н. Шкеля, предложил следующую схему. Перед нами иерархическая конструкция («матрешка»): «политическая система» — ее составная часть «электоральное поле» — такие составные части последнего, как «электорат», «электоральная культура», «электоральное поведение».

Основное место занимает понятие «электоральное поле», в рамках которого и происходит распределение властных полномочий между различными политическими силами в ходе открытого политического состязания (избирательной кампании и сопутствующих ей процедур). В качестве компонентов поля выступают: 1) определенная территория с ее ландшафтными и урбанистическими особенностями; 2) «социальный универсум», в котором роли

объекта и субъекта играют индивидуальные и коллективные социальные агенты.

Под «*электоратом*» понимается 1) в широком смысле — группа лиц, обладающая правом голоса при выборах в органы государственной власти и местного самоуправления (юридическая характеристика); 2) в узком — группа избирателей, голосующих за определенного кандидата или определенную партию (социально-политическая характеристика).

Аналогично «*избирательная кампания*» есть: 1) период со дня официального опубликования о назначении выборов уполномоченным на то лицом или органом до дня официального опубликования результатов / регламентированный законом и организуемый избирательными комиссиями набор мероприятий по организации свободного волеизъявления граждан; 2) действия кандидата (партии) и его команды, направленные на обеспечение желательного результата выборов.

«*Электоральное поведение*» в свете наиболее распространенного подхода — это показатель изменения динамики в поведении избирателей от одной избирательной кампании до другой («количественный индикатор выборов»).

А «*электоральная культура*» является составной частью политической культуры, включающей в себя способ деятельности и поведения политических лидеров, организаций и отдельных групп электората [См.: Ковров В. Ф., 2005. С. 8–12]. Она относится к изучению относительно узкой сферы общественной жизни — проблемы выбора субъекта политической власти электоратом в ходе избирательной кампании. «Электоральную культуру можно представить в качестве непосредственного активного компонента политической культуры, так как вне периода выборов политическая активность населения практически не проявляется либо носит эпизодический немассовый характер.

Особенность электоральной культуры в отличие от политической заключается в том, что ее наличие в любом обществе совсем не обязательно» [Ковров В. Ф., 2005. С. 122].

Разумеется, существует масса спорных моментов, по поводу которых ведутся научные дискуссии. Приведем один пример. В. И. Пантин указывал на то обстоятельство, что термины «электоральное пространство» и «структура электорального пространства» являются отчасти дискуссионными по причине аналогий с пространством физическим. В качестве замены он предлагал словосочетание «система (структура) электоральных позиций и предпочтений».

Неадекватными современной реальности (как западной, так и российской) являются традиционные модели электоральных и политических предпочтений («левые — центр — правые», «консерваторы — либералы», «коммунисты — демократы»). Структура политического пространства слишком сложна, чтобы можно было ограничиться наклеиванием данных ярлыков.

«Говоря об иерархических моделях структурирования электоральных позиций и предпочтений, о взаимоотношениях между политическими установками, типами поведения, «политическим рынком» и «структурой пространства политики», следует, как мне кажется, иметь в виду, что единая универсальная модель или схема, описывающая и объясняющая все взаимосвязи между перечисленными и другими подсистемами, для любой политики скорее всего не существует. Каждая модель (схема), по-видимому, соответствует определенной исследовательской задаче и вне рамок этой задачи во многом утрачивает свое эвристическое значение. В любой модели (схеме), описывающей сложные эволюционирующие системы, некоторыми «второстепенными» связями и элементами пренебрегают; но что именно «второстепенно» — определяется как раз целями анализа.

В связи с этим, на мой взгляд, при моделировании структуры «электорального пространства» в условиях информационного общества важно учитывать (наряду с такими группами факторов, как институциональный дизайн, политические традиции и политические установки) также «информационный дизайн», включающий роль государства в организации информационной политики, характер и нормы взаимодействия СМИ с политическими институтами и т. п. Кроме того, для многих исследовательских задач следует принимать во внимание степень (уровень) политической модернизации общества и доминирующие способы ее осуществления, которые во многом определяют характер институционального дизайна, политических традиций и установок» [Пантин В. И., 2000. С. 83–84].

**Теоретико-методологический уровень.** Разумеется, сложно осветить в одной работе учебного характера *все аспекты воздействия социально-гуманитарного знания и социологических теорий на содержание электоральной социологии*. Поэтому ограничимся самыми очевидными и принципиальными, на наш взгляд, проблемами.

В первую очередь необходимо отметить *влияние внешних факторов на формирование теоретических обоснований и объяснительных схем в области социологии выборов*. Проще говоря, надо выяснить, какими способами социологи подстраиваются под действующую парадигму.

Начнем со столь популярной идеи *рациональности электорального выбора*. В основе построения моделей как в прикладной политологии, так и в электоральной социологии, лежат аксиомы (исходные истины, не требующие доказательств), формулированием которых занимаются теоретики.

Как отмечает А. С. Ахременко, в самом общем виде пространственное моделирование электорального выбора можно представить как процедуру соотнесения политических позиций партий/кандидатов с политическими позициями избирателей. Обе позиции изображаются как объекты в  $n$ -мерном политическом пространстве. Измерениями последнего в классической модели выступают вопросы политической повестки дня и/или общие идеологии (левые — правые, консерваторы — либералы и т. д.), а в неклассической —

шкалы интенсивности поддержки общих идеологий и/или конкретных политических курсов. Ориентированное на объяснение и прогнозирование результатов голосования в конкретных электоральных системах, пространственное моделирование строится на четко эксплицированном концептуальном фундаменте, затрагивающем принципиальные проблемы политической теории, прежде всего проблему электорального (и, шире, политического) выбора как такового, его механизмов, мотивации и т. д. [См.: Ахременко А. С., 2007. № 1. С. 153].

Соответственно теория рационального выбора, недаром называемая также позитивной политической теорией, ориентируется на принципы естественных наук и математики: совокупность простых аксиоматических положений — теоремы — сложные теоретические конструкции — формирование гипотез (предположений) дедуктивным способом — сопоставление гипотез с фактами эмпирической реальности — подтверждение или опровержение теории — в последнем случае создание новой теории.

«В позитивной политической теории ключевым концептом «аксиоматического» уровня выступает утверждение о рациональности индивида. Содержание понятия «рациональность» требует некоторых пояснений. Считается, что, выстраивая свое поведение, индивид выбирает из нескольких альтернатив, руководствуясь собственными предпочтениями. Другими словами, индивид способен ранжировать альтернативы с точки зрения своих предпочтений <...>. Важной чертой позитивной теории является методологический индивидуализм, то есть представление о том, что коллективные социальные решения можно смоделировать путем агрегирования решений индивидуальных. Теория рационального выбора принимает во внимание случайный компонент в индивидуальном поведении, но исходит из того, что интегрально социальные системы ведут себя как коллективные рациональные сущности (с определенной погрешностью, связанной с отдельными индивидуальными отклонениями от рациональности).

Чтобы решение, принятое индивидом в соответствии со своими предпочтениями, считалось рациональным, необходимо соблюдение двух дополнительных условий — полноты (сопоставимости) и транзитивности. Первое из этих условий означает, что для любой пары альтернатив возможно установить отношение предпочтения или индифферентности. Второе предполагает, что если  $A$  предпочитает альтернативу  $x$  альтернативе  $y$  (« $xPAz$ »), а альтернативу  $y$  альтернативе  $z$  (« $yPAz$ »), то  $x$  для него предпочтительнее, чем  $z$  (« $xPAz$ »). (То же самое и в случае отношения индифферентности: если  $xIAy$  и  $yIAz$ , то всегда  $xIAz$ .)» [Ахременко А. С., 2007. № 1. С. 154–155].

Противоположная тенденция связана с повышенным вниманием ученых к *условным и ритуальным аспектам избирательного процесса*. В этой удачно сочетаются наработки социальной антропологии и философские теории постмодерна с символическим интеракционизмом.

По утверждению К. В. Бандорина, область электоральных социологических исследований традиционно делится между академическими социологами и бихевиористски ориентированными политологами. В качестве последних выступают уже упоминавшиеся «классики-американцы» П. Лазарсфельд и Б. Берельсон, а также англичане Д. Батлер и Д. Стоукс, Р. Маккензи и А. Сильвер, Дж. Голдторп и Д. Локвуд.

«Большинство публикаций, посвященных теоретическим и технологическим вопросам избирательных кампаний, написано людьми, непосредственно принимающими участие в работе с командами кандидатов, политическими консультантами, экспертами по имиджу партий и политических акторов, социологами-полевыми, исследующими особенности электорального поведения социально-демографических или социально-территориальных групп. Солидный опыт избирательных технологий, институционализированный в ритуалах и риторике политических кампаний, накоплен в США. Методы ведения выборной кампании основываются здесь на разработках социальных ученых, занимающихся социально-антропологическими исследованиями культуры, психологии и социальных институтов (М. Абельс, М. Новак, Д. Керцер, Дж. Маклеод, Х. Херцог, Р. Бэрк). Дж. Маклеод применяет антропологическую метафору, рассматривая предвыборные публичные действия кандидатов как политическую драму с особыми ритуалами и риторикой. Отечественные ученые признают важность исследования политических ритуалов, символов, ригорики и мифологии для понимания современного управления (Е. М. Акимкин, А. Г. Здравомыслов, П. В. Романов). Ритуальный характер официальной и массовой идеологии в современной России отмечают С. И. Барзилов, А. П. Новиков, Е. И. Федосеев. С. А. Шандыбин рассматривает сферы применимости современной социокультурной антропологии, В. В. Ильин, А. С. Панарин разрабатывают направления политической антропологии. Т. В. Евгеньева, И. Н. Ионов, В. Д. Нечаев специально анализируют мифологическую составляющую политической культуры. О. Ю. Рыбаковым дана социально-антропологическая характеристика политического поведения» [Бандорин К. В., 1999. С. 2–3].

Не меньшее воздействие на формирование объяснительных схем электоральной социологии оказывает *доминирующая политическая идеология*. Об этом уже говорилось ранее, поэтому приведем один пример, связанный с принципиальным для современной политики вопросом об «альтернативности и обоснованности выбора».

Так, в рамках либерально-демократической теории предлагается следующая схема основных идеальных типов (моделей):

1) демократические выборы — политические акторы (прежде всего партии) артикулируют свои позиции по имеющим публичное значение вопросам. Эти позиции конкурируют в публичном пространстве, и ожидается, что именно на этом основании избиратели делают выбор между партиями/кандидатами. Таким образом, происходит согласование и превращение

в норму взаимных ожиданий. При условии, что победившая на выборах политическая сила будет проводить тот курс, который был ею заявлен в ходе выборов, можно считать, что граждане оказывают влияние на политику органов власти. Такая разновидность института выборов корреспондирует с коммунитаристской традицией, с республиканской (или «делиберативной») концепцией демократии и с пониманием политики в духе Х. Арендт. Для реализации данной модели необходимы классические массовые политические партии, которые, в отличие от групп интересов, основываются на общих политических ценностях и идеологических ориентациях, что позволяет им формулировать политические позиции по всему кругу публичных проблем. Партийно-идеологическая «карта» дает гражданам возможность ориентироваться в политическом пространстве и делать обоснованный выбор;

2) безальтернативные выборы («выборы без выбора») — здесь избирателю предлагается голосовать за единственного кандидата. Очень близко к этой категории стоят «псевдоконкурентные» выборы, в которых участвуют несколько кандидатов, но реальные шансы на победу имеет только один, а остальные призваны лишь обозначать «конкуренцию», и их роль ни для кого не является тайной. Ни кандидаты, ни избиратели не ожидают, что голосование будет сопровождаться реальным выбором и влиять на будущую политику. Следовательно, электоральные практики здесь имеют совсем иное значение, чем в предыдущем случае. Участие в выборах является, например, демонстрацией политической лояльности по отношению к власти, инструментом воспроизводства «единения» всего общества и т. д.

Промежуточные модели:

3) «партикуляристские девиации» — выборы со стороны кандидатов и избирателей превращаются в возможность продвинуть частные интересы на публичный уровень. Так как поставленные на повестку дня вопросы не были предметом избирательной кампании, вряд ли можно говорить о существенном влиянии граждан на политический курс партии/кандидата;

3.1) выборы, на которых кандидаты соревнуются за голоса избирателей, не столько представляя позиции по вопросам, имеющим публичное значение, сколько апеллируя к интересам отдельных групп населения. Именно этого ожидают от них избиратели, а кандидаты, в свою очередь, ожидают, что выбор избирателей будет основываться на их групповых (партикулярных) интересах (например, практика «персонального голосования» (personal vote) на выборах в Конгресс США: кандидаты соревнуются, кто из них в большей мере удовлетворит интересы избирателей данного округа или определенной группы избирателей);

3.2) покупка/продажа голосов избирателей (vote buying или vote selling) — здесь избиратели получают плату «напрямую» и «вперед», тогда как персональное голосование лишь камуфлирует отношения между продавцом и покупателем;



4) «конкурентные выборы без выбора» — электоральные практики, в которых наличествует имеющая «примордиальную» (изначальную) природу интенсивная социальная связь между избирателями и определенным(ой) кандидатом/партией. Такая связь — не результат рационального политического выбора избирателя (как это бывает, например, в случае идентификации себя с партией), а следствие фрагментации политического целого на отдельные сегменты, представляющие собой замкнутое сообщество с четко определенными границами и сильной идентичностью. «Внешне» конкуренция может быть весьма высокой, но фактически результаты выборов предопределены соотношением численности избирателей в разных сообществах либо клиентелах. Соответственно никакого влияния на будущие политические курсы избиратели оказать не могут. Выборы оказываются не более чем демонстрацией лояльности «своей» группе и одновременно — инструментом поддержания воспроизводства групповой общности;

4.1) этнокультурные и/или религиозные многосоставные сообщества, выдвигающие на выборах своих кандидатов либо организующиеся в свои политические партии;

4.2) клиенталистские электоральные практики — предполагающие наличие персонального доверия и солидарности между партнером и клиентом, связанных с персональной идентичностью и особенно с понятием «чести» и персональных обязательств [См.: Панов П. В., 2008. С. 102–104].

	<i>«Демократические выборы»</i>	<i>«Партикуляристские девиации»</i>	<i>«Конкуренция без выбора»</i>	<i>«Выборы без выбора»</i>
Конкуренция	+	+	+	–
Выбор избирателя	+	+	–	–
Основания для выбора	Публичные вопросы	Частные интересы	Частные интересы	Нет
Влияние на политические курсы	+	–	–	–

Источник: [Панов П. В., 2008. С. 103].

В другой работе П. В. Панов предлагает сходную таблицу «некоторых электоральных моделей». Все модели, кроме «выбора политики» (голосование за альтернативные политические программы), относятся к партикуляристским электоральным практикам, однако все они различаются природой социальных связей между политиками и избирателями. За рамками классификации остались, например, электоральные практики, которые основываются на 1) персональной солидарности (клиентелизме); 2) солидарности с группой («примордиальное голосование» (primordial voting), ярко проявляющееся в сильно фрагментированных по религиозному или этнокультурному признаку обществах).

	«Выбор политики» (policy-based voting)	«Борьба за клубные блага» (club goods — based voting)	«Покупка голосов» (vote buying)	«Контролируемое голосование» (controlled voting)
Основания для голосования	Публичные интересы, политические ценности	Групповые интересы (получение «клубных благ»)	Индивидуальный интерес	Эффективность мониторинга за голосованием
Природа социальных связей	Гражданские	Групповые инструментальные	Рыночные	Персональные инструментальные
Природа благ	Публичные	«Клубные»	Индивидуальные	Групповые или индивидуальные (если вообще есть)
Особенности обменов	Непрямые, необусловленные, продолжительные	Непрямые, необусловленные, продолжительные	Прямые, обусловленные, «сиюминутные» («last-minute»)	Прямые, обусловленные, продолжительные
Конкурентность выборов	Да	Да	Возможно	Возможно
Свобода выбора избирателя	Да	Да	Да	Затруднена
Влияние на политику правительства	Да	Частично	Нет	Нет

Источник: [Панов П. В., 2009. С. 47].

Решение теоретических проблем неразрывно связано с вопросом *выбора пути исследования, то есть методологией*.

И. А. Безрукавников определил три основных подхода к определению выборов как социально-политического контекста поведения избирателей:

– инструментальный — выборы рассматриваются как многомерный процесс, имеющий измерение политическое (субъекты политической конкуренции и контекст текущих политических процессов), измерение социальное (комплекс социальных характеристик избирателей), измерение временное (хронологические рамки предвыборной кампании) и измерение пространственное (где определяющее значение имеет уровень выборов — местных, региональных или общенациональных);

– институциональный (традиционный для политической социологии) — выборы как институт, продуцирующий демократические ценности и нормы, систему статусно-ролевых отношений, отличающихся устойчивостью и способностью к самовоспроизводству. Кандидаты и партии, с одной стороны, и

избиратели, с другой, являются в таком контексте прежде всего социальными ролями, которые могут быть описаны набором функций. Именно по этой причине выборы достаточно часто сравниваются с игрой, имеющей свои правила, которые могут часто меняться, если политическая система еще не устоялась (недостаток — абсолютизация игровых моментов);

– делегирования полномочий — видение выборов как некоторой социально-политической ситуации — совокупности объективных свойств субъектов социальных отношений (численности, структуры социально-демографических групп, общественных организаций, политических партий, органов власти) и субъективных характеристик избирателей (мотивов поведения, социальных и политических ожиданий, структуры и содержания ценностных ориентаций), рассматриваемых в определенных хронологических и территориальных рамках (недостаток — избиратель представляется как преимущественно рационально мыслящий и действующий) [См.: Безрукавников И. А. Участие, 1999. С. 9–10].

Как уже упоминалось во вводной теме, исторически первым направлением считается «экологический анализ», в котором преобладали статистические методы анализа выборов. Суть его сводилась к выявлению «экологических единиц», под которыми понимались специфические электоральные зоны, в пределах которых своеобразное сочетание природных, экономических, социальных, политических, социокультурных и других факторов обеспечивает относительную устойчивость специфического распределения электоральных ориентаций. По данному направлению классической является работа французского географа, историка и социолога А. Зигфрида «Политическая картина Западной Франции в период III Республики» (1913). Сфера использования «экологического анализа» в классическом виде с 1920-х гг. стала сужаться, что связано, с одной стороны, с развитием практики опросов общественного мнения, сочетание двух видов индикаторов давало возможность выделять электоральные зоны, в которых устойчиво преобладал определенный тип участия в выборах и голосовании; а с другой — усилением социальной и географической мобильности населения [См.: Ковров В. Ф., 2005. С. 14].

Исправить эти недостатки в середине XX в. взялся швейцарский исследователь М. Доган. С помощью «комбинированного метода» выделялись типические зоны (промышленная, аграрная, смешанная), определялись доминирующие в них типы политической и религиозной ориентации. Опросы помогали выявить реально существующие субкультуры. Метод позволял снять недостатки экологического анализа относительно исследования индустриальных районов.

Ориентированное на всестороннее исследование поведения избирателя и электората в целом так называемое «бихевиористское направление», в отличие от опирающегося на изучение территории экологического анализа, изначально не могло обойтись «без применения специально разработанных про-

грамм опросов общественного мнения» [Ковров В. Ф., 2005. С. 15]. Отсюда разработка панельного метода группой П. Лазарсфельда и Б. Берельсона (президентская кампания США 1940 г.) с особым вниманием к коммуникационным факторам (воздействие СМИ и межличностного общения), программа А.(Э.) Кемпбелла по исследованию факторов мотивации избирателей-горожан по их идентификации с определенной партией и/или кандидатом («воронка причинности»), совершенствование Дж. Гэллапом выборочного метода, использование Э. Ноэль-Нойман (ФРГ) «железнодорожного теста».

Здесь мы опять вынуждены обратиться к механизму взаимовлияния политической идеологии и научной методологии. Как отмечала Н. А. Сысоева, «общая методология исследования электорального поведения связана с выявлением и критическим анализом модели избирателя, неявно присутствовавшей в классической теории демократии. С точки зрения последней избиратель — это лицо, свободно осуществляющее свой выбор на основе достоверной и полной информации о политических лидерах, их программах и адекватно оценивающее последствия своего выбора для себя лично и общества в целом. Такое, прямо скажем, наивное представление об избирателе формировалось и в российском общественном сознании в конце 80-х — начале 90-х годов, когда само слово «демократия» представляло собой некую тайну. Очевидно, эта модель достаточно уязвима при сопоставлении с реальностью. Первое, что бросается в глаза, — это абсолютизация момента свободы и явное преувеличение способности человека к рациональному познанию и действию. Подобная модель легко подвергается критике с позиций социологии, ибо детерминация человеческого поведения на основе объективных факторов обнаруживает ограниченность человеческой рациональности» [Сысоева Н. А., 2001. С. 12].

Ответом на классический рационализм явился социологический подход, представленный в первую очередь исследованиями отделения прикладных социальных исследований Колумбийского университета П. Лазарсфельда (Лазерфельда). Электоральное поведение в основе своей не рационально, а экспрессивно. Выбор детерминируется принадлежностью избирателя к большой социальной группе, а сам акт голосования фиксирует факт этой принадлежности.

Именно для конкретизации механизма социальной детерминации С. М. Липсет и С. Роккан впоследствии выделили основные конфликты, раскалывающие современное общество и определяющие структуру поддержки партий и кандидатов: 1) раскол между центром и периферией; 2) государством и церковью; 3) городом и селом; 4) собственником и рабочими. «Наиболее существенный тип раскола для западных стран — дифференциация на рабочий класс и буржуазию. Для других типов обществ, например для общества, разделенного по религиозному или этническому признаку, доминирующими становятся соответственно конфессиональные или этнические признаки» [Сысоева Н. А., 2001. С. 13].

Теперь перейдем к **внутридисциплинарному уровню** (так сказать, «отраслевому» или «среднему»). Здесь корневой проблемой, на наш взгляд, является *разработка объяснительных схем электорального поведения*.

В большинстве исследований применяются *уже отработанные ранее теории*, позволяющие подобрать адекватный инструментарий, отработать известные процедуры и прийти к вполне очевидным выводам.

Так, используя основные модели, Ю. В. Гудина делает следующий вполне ожидаемый вывод относительно перспектив явки на выборы: «чем больше в регионе доля городского русского населения трудоспособного возраста и чем выше там благосостояние жителей, тем ниже будет явка на выборы. При этом социально-демографические факторы (такие, как место жительства, возраст, доход и образование избирателей) не только важны сами по себе, но и влияют на значимость других переменных. Кроме того, на уровне абсентеизма сказываются институциональные и политические факторы. Наличие ресурсов, позволяющих контролировать электоральный процесс в регионе и воздействовать на институциональный и политический контекст выборов, делает возможным «регулирование» уровня явки» [Гудина Ю. В., 2003. С. 123].

Эта «социологическая очевидность», основанная на сочетании внешних (контроль за электоральным процессом) и внутренних (состав избирателей, определяющих их политическую культуру) факторов, вполне приемлема для заказчиков и читателей отчетов исследований.

Здесь мы наталкиваемся на вполне понятные для любого исследователя вопросы: 1) какие положения лежат в основе этих теорий; 2) как сформированные в одних социальных и эпистемологических условиях положения можно адаптировать к условиям, значительно отличающимся от «материнских»; 3) при каких обстоятельствах мы вынуждены будем отказаться от одной теории и обратиться к другой.

Как уже говорилось, серьезные проблемы возникают *с применением западных теорий в условиях «посткоммунистических обществ»*, в том числе и России. По мнению исследователей из г. Благовещенска:

– не подходит «стандарт», созданный для обществ с устойчивыми и хорошо изученными социальными структурами и устоявшимися связями между социальным положением индивида и его политическими установками. Выявленные связи между выбором избирателя и уровнями его доходов и образования носят неустойчивый и часто непредсказуемый характер;

– не прослеживается наиболее популярный в западных электоральных исследованиях «раскол» между собственниками и рабочими;

– расколы по религиозному и этническому признакам, разумеется, сохраняют свое значение, однако они наблюдаются далеко не везде;

– зато актуален раскол между городским и сельским населением, давно уже отошедший на второй план как фактор электорального поведения в большинстве западных стран;

– место «партийной идентификации» в связи с организационной нестабильностью новых партий и крайней неустойчивостью избирательских предпочтений занимают более широкие и расплывчатые «политические тенденции», имеющие эмоциональную подоплеку (желание выразить солидарность или протест) (напр., «правлящие демократы» и «оппозиционные коммунисты» в России 1990-х).

«Некоторым специалистам по электоральному поведению в посткоммунистическом мире выбор «экономической» теории голосования представляется наиболее разумным. Одна из проблем, связанная с применением такого подхода, состоит в том, что первая фаза экономических реформ в Восточной Европе практически повсеместно сопровождалась ухудшением положения в экономике и падением уровня жизни населения, однако электоральный успех часто сопутствовал поборникам продолжения или даже радикализации преобразований» [Электоральное поведение амурчан, 2006. С. 12].

О преимуществах рационального экономического подхода при изучении обществ на Западе говорит В. Ф. Ковров. Он выделяет следующие требования западных избирателей: решение проблем качества жизни, окружающей среды, прав женщин, национальной безопасности. Снижается влияние долгосрочных факторов формирования политических предпочтений и усиливается влияние факторов краткосрочных, таких как влияние кандидата и позиции избирателей по отдельным проблемам. «Исходя из вышеизложенных фактов, можно сделать вывод, что повышается роль теории рационального выбора в объяснении электорального поведения населения стран западной демократии и происходит снижение значения влияния социологической и социально-психологической теорий» [Ковров В. Ф., 2005. С. 109].

Напротив, И. В. Охременко отмечает недостатки рационально-инструментальной теории, основывающейся на экономическом выборе электората. Противоположностью ей являются «экспрессивные теории», к которым он относит социологическую (выбор избирателя определяется принадлежностью к большим социальным группам) и социально-психологическую (избиратель солидаризируется с партией, воспринимаемой в качестве референтной группы) интерпретации. Большое преимущество данных теорий — объяснение того, почему граждане вообще приходят на избирательные участки.

Соответственно в плоскости социально-психологической выделяются осознанные (целерациональные и ценностно-рациональные, по М. Веберу) и неосознанные (аффективные) мотивы. В рамках качественно-количественного анализа электорального поведения эти общие положения переводятся в систему «критериев — показателей»:

– интерес к выборам (критерий) — знание законодательства о выборах; знакомство с биографиями и программами кандидатов; участие в предвыборных мероприятиях; знакомство с информацией СМИ (показатели);

– компетентность выбора — знание законодательства о выборах; знание политической ситуации; знание программных положений партии; информированность о предвыборной кампании; политическая активность;

– отношение населения к политическим институтам общества — демократичность проведения выборов; степень свободы действия; социально-классовая принадлежность избирателей;

– ответственность избирателей — степень гражданского долга избирателей; иерархия выбираемого органа представительной власти в политической системе страны.

В социально-политической плоскости учитывают следующие факторы, оказывающие решающее значение на характер электорального поведения:

– объективные: социальное происхождение избирателей; социальная принадлежность тех или иных групп избирателей (их социально-экономический статус); социальное окружение (влияние неформальных и формальных групп); пол, возраст избирателей; национальный состав избирательного корпуса; религиозность; внутренняя и внешняя политическая обстановка страны; географические условия;

– субъективные — специфика политической культуры, манипуляторское воздействие партий и организаций, выражающих их социальную и политическую стратегию; психологическое давление СМИ [См.: Охременко И. В., 2002. Ч. 1. С. 40–43].

Разумеется, не все исследователи «зацикливаются» на дилемме рациональный / нерациональный, предлагая более сбалансированные подходы. Так, В. З. Измайлов предлагает следующую схему. Субстанциональной характеристикой электорального поведения является мотивация, включающая две различные по своей природе составляющие:

1) субъективно-рациональную — ценностно-мировоззренческие, политико-идеологические и даже рационально-научные образования;

2) аффективно-эмоциональную — бессознательные психические аффекты и реактивные состояния, эмоциональные предпочтения, экспектации (ожидания) и даже иррационально-психологические составляющие.

В структуре мотивации выделяются два своеобразных архетипа, позволяющих использовать суггестивных технологий.

1) Дивергентный — фиксирует бинарное отношение «полиморфная партия» — «мономорфная электоральная группа». В этом случае различные социальные слои избирателей характеризуются ярко выраженным одним доминирующим признаком. Они апеллируют к тому электоральному объединению, чей образ имеет несколько сущностных равноценных характеристик, что обеспечивает этой партии возможность гибкого маневра между политико-мировоззренческими интересами различных групп избирателей. На практике поддержка партий с таким имиджем заставляет однородные группы выступать в различных политико-идеологических образах, поскольку пред-



ставляющее их электоральное объединение ориентировано на различные роли в предвыборной конкуренции.

Разновидности архетипа: а) «сильный слой» (отчетливо ориентированный на социальное доминирование) — слой избирателей, склонных самостоятельно принимать решения и брать на себя ответственность за свое положение, поддерживает гибкую, многоролевою партию; б) «слабый слой» (избиратели, склонные к социальному конформизму, избегающие ответственности и принятия решений) — слой поддерживает «сильную», но достаточно терпимую в политико-идеологическом плане плюралистичную партию.

2) Конвергентный — фиксирует бинарное отношение «мономорфная партия» — «полиморфные группы избирателей», то есть цельное, однородное, с явным преобладанием одной характеристики электоральное объединение поддерживается макрогруппами избирателей, которые сочетают несколько равноценных отличительных характеристик по различным параметрам.

Разновидности: а) «слабый агрессивный» и «слабый демократический» слой, ориентированный на социальный конформизм, поддерживает партию с «сильным» образом, партию-лидера, бескомпромиссного борца за прокламируемые идеологические приоритеты; б) «сильный агрессивный» и «сильный демократический» социальный слой поддерживает «сильную» партию.

На практике эти «чистые типы» по-разному реализуются в конкретных избирательных кампаниях. Как отмечает автор, в России «дивергентный архетип в большей мере характеризует деятельность партий реформаторского типа, тогда как национал-патриоты и коммунисты чаще формируют свои отношения с избирателями по конвергентному архетипу» [Измайлов В. З., 2004. С. 158].

Второй способ выхода за пределы «трех сосен» — это предложение новой версии электорального выбора. Так, Г. В. Пушкарева указывает, что в политологии, наряду с традиционными основными теоретико-методологическими подходами к изучению электорального поведения (социологическим, социально-психологическим и рационального выбора), образуется новый — когнитивный, основывающийся на принципе интеграции информационного влияния окружающей среды и когнитивных способностей индивида (в первую очередь — на работе человека с информацией политического характера).

Модель базируется на трех поддающихся операционализации и эмпирически верифицируемых положениях:

1) человек может делать электоральный выбор только в информационной среде, в которой представлены различного рода сообщения (о приближающихся выборах, о дате их проведения, о степени их значимости, о вступающих в конкурентную борьбу кандидатах, их предвыборных заявлениях

и т. п.). Эта среда, создаваемая различными коммуникаторами, формирует объективное смысловое, символическое поле, влияющее на находящихся в нем индивидов;

2) человек должен обладать определенной «внутренней информацией» — интериоризированными в ходе политической социализации знаниями и предъявлениями, позволяющими ему ориентироваться в политической символической реальности, распознавать информацию о ведущейся предвыборной кампании, различать представленных на политической арене кандидатов, партии и выразить свое отношение к происходящему;

3) существуют особые когнитивные механизмы «стыковки» внешней и внутренней информации, которые обеспечивают восприятие, понимание, оценку поступающей информации, дают человеку возможность интерпретировать ожидания других людей, создают ощущение необходимости реагировать, принимать решения. В таких механизмах соединяются до конца не осознаваемые ментальные процессы и активность, контролируемая сознанием мыслительная деятельность [См.: Пушкарева Г. В., 2003. С. 122–123].

Впрочем, как можно уяснить из вышесказанного, речь идет скорее о модификации рационального выбора в соответствии с веяниями компьютеризированной эпохи. Просто упор делается не на рыночной экономической составляющей («выход из системы» — воля, реализуемая в расчетливости), а на составляющей информационной («вход в систему» — знание, основанное на индивидуальном отборе и обработке информации).

В свете данных дискуссий представляет интерес и вопрос об электоральном поведении женщин. «Гендерный разрыв активно эксплуатируется политтехнологами XXI в. Наиболее адекватная объясняющая модель природы происхождения подобной разницы предложена в рамках гендерного подхода. Как известно, гендерная методология революционным образом разрешает вопрос о соотношении природного и социального между мужчинами и женщинами. В России существует устойчивая разница (разрыв) в 6–20% в электоральных предпочтениях мужчин и женщин» [Кочкина Е. В., 2006. С. 59–60].

Так, мы видим следующее объяснение парадокса: сравнительно высокая электоральная активность женщин, которые в целом интересуются политической намного меньше, чем мужчины:

1) российские граждане еще в советские времена привыкли воспринимать участие в выборах как свою обязанность перед государством. Поскольку женщины меньше, чем мужчины, погружены в поток актуальной политической информации, «приучающей» избирателя к новым «правилам игры» в политическом пространстве, и, кроме того, в большей мере склонны к воспроизводству установок, сформировавшихся в советские времена, они чаще следуют сложившемуся в прошлом стереотипу политического поведения, предписывающему дееспособным гражданам неукоснительно являться к избирательным урнам. В этом, помимо прочего, проявляется и

более почтительное отношение к государству, свойственное российским женщинам;

2) женщины склонны к несколько более эмоциональному, аффективному восприятию выборов, чем мужчины. Сравнительно высокая электоральная активность женщин частично объясняется тем, что и подобные тревоги, и надежды на перемены к лучшему являются более действенными стимулами к участию в голосовании, нежели «спокойствие» и «безразличие», которые в предвыборной ситуации чаще демонстрировали мужчины [См.: Гендерные аспекты политической социологии, 2004. С. 172–174].

Основное внимание общественности привлекает, разумеется, уровень прикладной социологии. Ведь именно благодаря востребованности со стороны многочисленных заказчиков появляется возможность проведения различных видов социологических исследований в области избирательной проблематики.

И. А. Безрукавников выделил следующие позитивные аспекты социологических исследований в период избирательной кампании:

– наличие самого факта спроса на проведение социологических исследований не только стимулирует рост интереса к политической социологии, но и способствует развитию культуры проведения подобных исследований, профессионализации исследователей, занятых в подобных проектах (особенно в современных условиях почти полного отсутствия финансирования фундаментальных научных социологических исследований);

– высокая степень заинтересованности субъектов политической конкуренции в социологической информации обуславливает достаточно динамичное развитие политической и общей культуры представителей современных политических элит, их ориентацию на потребности избирателей и населения в целом. Учитывая ничтожный по историческим меркам срок формирования политической культуры в современной России, данный фактор не так незначителен, как это может показаться на первый взгляд;

– в различных формах данные электоральных социологических исследований, комментарии социологов по результатам выборов в средствах массовой информации объективно способствуют развитию электоральной культуры. Сам факт публичного обсуждения данных социологических опросов создает дополнительные условия для формирования общественного мнения, кристаллизации рационального компонента в суждениях избирателей и, как следствие, оказывает позитивное воздействие на процесс формирования российской политической культуры в целом.

К возможным негативным последствиям можно отнести:

– введение в заблуждение общественности при публикации неточных, непроверенных и ненадежных данных по поводу происходящей предвыборной борьбы, ее субъектов, что не может не повлиять в той или иной мере на результаты голосования;

– возможность оказания на общественность манипулирующего воздействия отдельными СМИ или самими субъектами предвыборной конкуренции посредством намеренного искажения данных или искажения их интерпретации;

– дискредитация самой социологии как науки и как области практической деятельности в случае обнаружения результатов недобросовестного подхода к проведению электоральных социологических исследований или публикации данных по их результатам;

– помимо этого следует учесть, что большинство электоральных социологических исследований, особенно в случае региональных, местных выборов, носят эпизодический или «разовый» характер. Цели и задачи таких исследований, как правило, являются сугубо прикладными. Даже в случае их достоверности и надежности они имеют крайне ограниченную научную ценность [См.: Безрукавников И. А. Теоретические, 1999. С. 82–85.]

По мнению В. А. Чередниченко, социология является одним из важнейших элементов выборного процесса, несмотря на то, что расходы на нее составляют 10–15% от всего бюджета избирательной кампании. Без проведения исследований победить практически невозможно. Он задает риторический вопрос: «Зачем нужна социология в избирательных кампаниях?». И дает следующие ответы.

1) Только благодаря социологическим методам возможно быстро, точно и недорого выявить политические предпочтения различных категорий населения, систематизировать по степени важности их основные проблемы, оценить будущую избирательную активность (явку на выборы), определить основные каналы распространения и формы восприятия информации, выявить мнения и оценки населения о главных претендентах и ведущих политических партиях. Особенно важно иметь такую социологическую информацию в самом начале избирательной кампании (базовый социологический опрос, который проводится обычно за 3–6 месяцев до выборов), так как именно она служит основой для разработки концепции и стратегии всей выборной кампании.

2) Именно социологические методы позволяют обеспечить эффективную обратную связь в цепочке «избиратель — кандидат». Это достигается регулярными, систематическими опросами населения в течение всей кампании и позволяет оценить эффективность используемых кандидатом и его командой выборных технологий, скорректировать и внести необходимые поправки, а иногда кардинально изменить работу всей команды, выявить провалы в своей работе и успехи (достижения) в работе соперников.

3) Социология позволяет обеспечить достаточно точный прогноз развития предвыборной ситуации и оценить шансы на победу.

4) Результаты исследования дают богатый материал для листовок, плакатов, дают темы для выступлений кандидата перед избирателями, позволяя-

ют разработать социально-психологический портрет основных претендентов в глазах общественного мнения (их сильные и слабые стороны).

5) Социологические опросы являются одним из элементов агитационно-пропагандистской работы и позволяют влиять на общественное мнение.

6) Социологические исследования все более широко используются в развитых странах в качестве основы при определении социальной политики и принятии законодательных решений. Да и у нас в стране социология все чаще используется в муниципальных образованиях как инструмент для выявления наиболее актуальных проблем, определения общественного мнения по ключевым вопросам развития города. Именно поэтому все более важным становится умение руководителей оценивать качество проводимых исследований, с тем чтобы эффективно выполнять свои обязанности [См.: Черденченко В. А., 1999. С. 6–9].

Как видим, «шестой пункт» — «на перспективу», на реализацию программы после успешных выборов.

По мнению саратовских исследователей, в первую очередь, полученные в рамках электоральных социологических исследований данные — это оружие в борьбе за информационную власть в ходе избирательной кампании. Но реализуются эти возможности не с помощью проведения одноразовых внесистемных социологических опросов, а в результате электорального мониторинга. Основная задача последнего — получение объективной карты электоральных предпочтений избирателей, вспомогательная — эффективное воздействие на весь ход предвыборной борьбы, в том числе «вывод» кандидата из манипулятивного поля чужих социологических исследований и выявление слабых мест в ведении собственной избирательной кампании.

«Ведение избирательной кампании вслепую, без социологической поддержки, как правило, является следствием того, что кандидат находится в зоне манипулятивного воздействия собственного избирательного штаба, не заинтересованного в предоставлении кандидату объективной информации.

Наконец, электоральный мониторинг требуется и для формирования информационной базы, без которой невозможна эффективная работа самого кандидата, приглашенных политтехнологов, агитаторов, всего предвыборного штаба. Уровень и объем интерпретационного материала, необходимого для работы команды кандидата, напрямую зависит от уровня электоральных социологических исследований» [Электоральная социология, 2009. С. 7].

С другой стороны, «в быстротекущих региональных и местных кампаниях (выборы облдепов, мэров городов, депутатов законодательных собраний местного самоуправления), на каждую из которых отводится один-два месяца, академические исследования вообще мало применимы. Поэтому главная задача большинства оперативных мониторинговых исследований —

выявление основных тенденций поведения избирателей — может быть решена более простыми и доступными способами» [Электоральная социология, 2009. С. 13–14].

Авторы выделяют следующие исследовательские принципы: соответствие цели исследования возможностям методов; выбор из конкурирующих методов наиболее простых и эффективных; комплексность и системность применяемых методов; оперативность; непрерывность мониторинга по ходу кампании; учет ресурсного обеспечения избирательной кампании.

Необходимыми исходными условиями организации электорального исследования являются: слаженная организация всех звеньев сбора, обработки и анализа информации; необходимая техническая база; кадры, обладающие соответствующей квалификацией; компетентный методический контроль над реализацией проектов электорального исследования; достаточное финансирование.

В связи с динамизмом общественно-политических процессов во время избирательной кампании принципиальными требованиями к осуществлению социологического мониторинга выступают: оперативность информации; регулярность, периодичность поступления информации; достоверность, объективность информации; дифференциация информации по различным основаниям (социальным группам, проблемам, отраслям, группам респондентов); целостность и всесторонность информационной картины; сопоставимость используемых методик для обеспечения сравнимости результатов, единая методологическая и методическая основа [См.: Электоральная социология, 2009. С. 17–18].

По мнению А. В. Зимина, политическое поле характеризуется: ситуацией постоянного противостояния; неустойчивостью установок избирателей; непредсказуемостью перемены мотивов их предпочтений и итогового выбора; интенсивностью воздействия на политические субъекты со стороны внешних факторов (экономических, бытовых, этнических, межконфессиональных и т. д.); высокой степенью проверяемости результатов социологических замеров (совпадение прогноза и итогов голосования). Эти обстоятельства являются обоснованием для непрерывного осуществления электоральных исследований «от выборов к выборам». Проводимых во время избирательных кампаний «работ» явно недостаточно. В первую очередь речь идет о регулярных замерах общественного мнения (например, ежеквартальных).

«Неустойчивость электоральных установок определяет необходимость соблюдения такого требования к социологическим замерам, как их точность.

Сбор информации должен осуществляться в максимально короткие сроки. Эксперименты, проводившиеся автором статьи, показали высокую степень интенсивности изменения мнений избирателей. В течение месяца позиции отдельных респондентов становились диаметрально противоположными

тем, которые фиксировались у них же в базовой точке отсчета. Таким образом, достоверность результатов социологического замера, осуществляемого в оперативном режиме, значительно выше той, которая контролировалась при сборе информации в достаточно длительные сроки. Наиболее оптимальной представляется продолжительность электорального замера, не превышающая 5–6 дней» [Зимин А. В., 2005. С. 64].

Проанализировав исследования российских социологов и политологов, В. Ф. Ковров выделил два основных направления:

1) всесторонний анализ ситуации в округе накануне выборов — основная задача — сбор информации об округе (численность населения; карты территорий; крупные предприятия и финансовые организации; здравоохранение и образование; существующие программы развития региона и т. д.) и избирателях (интересы, ценностные ориентации, политические предпочтения и т. д.) (временные границы 3–6 месяцев, реже — год, методы — работа со статистическими данными, опросы, фокус-группы и т. д.);

2) обеспечение информационно-аналитической составляющей начавшейся избирательной кампании — основная задача — создание устойчивой обратной связи между организаторами избирательной кампании и электоратом с помощью а) осуществления наблюдения за действиями политических субъектов и конкурентов, б) проведения мониторингового исследования [См.: Ковров В. Ф., 2005. С. 70–71].

Исследования, проводимые в России, имеют свою достаточно выраженную специфику. О теоретико-методологических проблемах говорилось выше, теперь обратимся к проблемам, так сказать, «чисто методическим».

Как вспоминал Ю. Е. Растов, «целью своих первых (пятилетней давности) эмпирических изысканий в сфере поведения электората автор считал установление точного процента избирателей, которые проголосуют за того или иного кандидата. На такое понимание ориентировали не только заказчики, но и кажущаяся ясность содержания задач, которые предстояло решить в ходе исследования. Лишь пережив ряд неудач, недоумений и разочарований, автор понял, что первопричиной его просчетов является принципиальная невыполнимость ставившейся им цели» [Растов Ю. Е., 1997. С. 35].

1) Подлинная цель — установление тенденций голосования, а не его точных итогов. Более или менее точный прогноз можно осуществить только после решения всех других исследовательских задач, относящихся к фиксации тенденций электорального поведения.

2) Желательно уточнение результатов анкетирования методом стандартизированного интервьюирования. Это снимает недостатки двух методов: а) зачастую анкеты заполняются респондентами не индивидуально, а сообща, выражают мнения не индивидов, а малых групп, в акте же тайного голосования проявляется воля индивида; б) массовое интервьюирование — слишком дорогостоящий способ. Телефонный опрос может использоваться только для



решения частных задач (проблемы с репрезентативностью), то же можно сказать об экспертных опросах в связи со сложностью согласования мнений экспертов (усредненные арифметические подсчеты, строящиеся на принципе «истина посередине между крайностями», не могут гарантировать точности итогового прогноза).

Качественные методы приобретают особое значение в последнюю декаду перед выборами, когда в связи с интенсивной работой штабов конкурентов ситуация меняется каждую минуту. «Надо признать, что социологи и политологи не научились оперативно фиксировать происходящие в результате интенсивной «промывки мозгов» избирателей сдвиги в сознании электората. Думается, что этот недостаток может быть устранен с помощью методики БОУ (быстрой оценки участниками), ее адаптации к потребностям определения поправочных коэффициентов к информации, полученной в ходе массовых опросов на предыдущих стадиях избирательной кампании» [Растов Ю. Е., 1997. С. 36].

3) Недостаточно традиционных демографических характеристик (пол, возраст, трудовая деятельность, образование, типы поселений). В современных российских условиях (речь идет о середине 1990-х гг.) обязательным является установление реального уровня материального достатка респондентов.

Г. Л. Кертман перечислил базовые для понимания природы предвыборного прогнозирования в нашей стране «истины».

1) Респонденты всегда склонны преувеличивать свою готовность к участию в выборах, поскольку такое участие является социально одобряемым поведением.

2) Многие избиратели принимают решение о том, за какую партию голосовать, — если речь идет о голосовании по партийным спискам, — в последние дни избирательной кампании или даже непосредственно на избирательных участках. Это связано прежде всего с тем, что у большинства избирателей устойчивые партийные предпочтения еще не сформированы.

3) Россияне склонны в существенно большей мере, нежели избиратели в странах с длительной историей демократического развития, ориентироваться в своем электоральном выборе на фигуры политических лидеров. Это обусловлено и слабостью партийных привязанностей, и недоверием к программным декларациям партий, и некоторыми фундаментальными характеристиками российского массового сознания. Следствием же такой склонности к персонализированному восприятию политики оказывается прежде всего повышенная неустойчивость электоральных предпочтений: репутации отдельных политиков формируются и рушатся значительно быстрее, чем репутации политических организаций.

4) Если в странах с относительно устойчивым межпартийным размежеванием электората шансы новых партий, появляющихся на политической

арене, на скорый электоральный успех, как правило, чрезвычайно малы, то в России всегда существует достаточно высокая вероятность того, что какой-то возникший накануне общенациональных либо региональных выборов политический проект (а возникают они почти всегда) окажется весьма успешным. Объясняется эта особенность российской политической жизни не только уже упомянутыми обстоятельствами (отсутствием устойчивых партийных предпочтений, склонностью к персонализированному восприятию партий и т. д.), но и «фоновым» недоверием ко всему российскому политическому истеблишменту — недоверием, оборотной стороной которого является живущая в массовом сознании надежда на неких «новых людей». Речь идет не просто о некоторой политической наивности — безусловно, свойственной многим российским избирателям, — но об определенной логике электорального поведения, суть которой нередко раскрывают участники фокус-групп, говоря примерно следующее: «прежние» нас разочаровали, они часто не выполняли свои обещания, забывали о нуждах избирателей и т. д. — надо дать шанс «новым», тем, кто еще себя не дискредитировал.

5) Отвечая на вопросы о своих электоральных намерениях, респонденты далеко не всегда демонстрируют абсолютную искренность. Некоторые предпочитают давать социально одобряемые — в их представлении — ответы: заявлять о намерении проголосовать за наиболее сильную и «респектабельную» партию, в наиболее позитивном свете представляемую СМИ (перед выборами в региональные законодательные собрания респонденты значительно чаще декларируют намерение голосовать за «Единую Россию», нежели голосуют за нее в действительности). Вместе с тем многие предпочитают скрывать намерение голосовать либо за партию, заведомо являющуюся аутсайдером (эффект так называемой «спирали молчания»), либо за партию в том или ином отношении маргинальную, имеющую, например, репутацию несолидной или экстремистской. Определить долю таких «неискренних» респондентов, а главное — предугадать, как в действительности распределятся их голоса, непосредственно опираясь на данные опроса, естественно, невозможно. Можно лишь, руководствуясь здравым смыслом, прошлым опытом, пониманием специфики конкретной избирательной кампании и «подсказками», извлекаемыми из распределения ответов на различные «вспомогательные» вопросы, попытаться ввести в прогноз определенные поправочные коэффициенты — различные для каждой из участвующих в выборах партий [См.: Кертман Г. Л., 2006. С. 100–104].

П. П. Кротов достаточно скептически оценивает пользу от социологических опросов. «Не отрицая значимость массовых опросов, следует с горечью признать, что качественное их проведение в нынешних условиях становится очень проблематичным ввиду их дороговизны. Поэтому даже на республиканском уровне, не говоря об общероссийском, те предвыборные опросы, которые проводятся, максимум, что позволяют делать — это прогнозировать степень избирательной активности и результаты голосования только по тем

кандидатам, которые по опросу собирают свыше 20%, и разрыв между кандидатами при этом составляет не менее 8%.

Именно эти цифры по активности участия в выборах и окончательным результатам голосования могут служить контрольным индикатором качества проводимых предвыборных опросов. Результаты же рейтинговых опросов имеют скорее агитационное значение, нежели отражают реальное состояние общественного мнения. Не случайно поэтому, что наиболее интересные модели электорального поведения, разработанные в политологии и социологии, очень редко опираются на данные таких опросов» [Кротов П. П., 2000. С. 231–232].

Поэтому он предложил исследовать не корпус избирателей, а анализировать *социальный состав кандидатского пула* (англ. «общий котел») и состав избранного органа власти, то есть сопоставлять «вход» и «выход» выборов.

Преимущества этого подхода, по мнению автора: 1) отпадает элемент выборки как основной компонент, ограничивающий детальный статистический анализ при опросе общественного мнения; 2) можно проводить корректный сравнительный анализ как между выборами различного уровня, так и между выборами одного уровня в различные периоды времени; 3) обе группы (претендентов и избранных депутатов), как правило, численно статистически значимы, что дает возможность обобщения и экстраполяции.

Так, при изучении выборов в Государственный совет Республики Коми 1995 и 1999 гг. Кротов постарался ответить на следующие вопросы:

– Какие социальные группы наиболее активно претендуют на места в республиканском парламенте?

– Какие группы оказываются «победителями», а какие «проигравшими»?

– Влияет ли на исход выборов разделение округов на административно-территориальные и территориальные, а также степень предвыборной конкуренции по округам? [См.: Кротов П. П., 2000. С. 232].

Теперь перейдем к вопросу **специфики применения конкретных социологических методов в исследованиях прикладного характера.**

*Опросы в целом (интервьюирование и анкетирование).* Сама формулировка вопроса может исподволь провоцировать респондента на ответ, соответствующий нормам социально желательного поведения.

«При подготовке вопросника и интерпретации результатов необходимо помнить о явлении раздвоения стереотипа. Речь идет о том, что сознание человека фиксируется на различных точках отсчета: индивидуально-прагматической и нормативно-одобряемой. Из этого следует, что оценивать одно и то же явление, высказывать то или иное мнение (в том числе отвечая на вопросы социолога) индивид может, отталкиваясь от любой из них. Следовательно, имея позитивную установку на какую-либо ценность, он, тем не ме-

нее, будет высказываться отрицательно, исходя из нормативно-одобряемого (из того, что принято), а не из собственного мнения. Названный аспект особенно важно учитывать при изучении общественного мнения по острым вопросам и проблемам, а также в случае, когда речь идет об оценочных суждениях. Например, синдром раздвоения стереотипа может срабатывать в оценке своих материальных показателей, когда респондент старается ответить так, чтобы выглядеть как можно лучше или, наоборот, хуже, в зависимости от цели исследования» [Электоральная социология, 2009. С. 81–82].

Участие в выборах является гражданским долгом, а уклонение от него — это нарушение долга, что ведет к завышению процента участников голосования.

«Чтобы снять этот эффект, зарубежный исследователь Д. Рот предлагает использовать следующий вопрос: «Существует достаточно причин, чтобы не пойти на выборы. Как на Ваш взгляд, если бы выборы состоялись в ближайшее воскресенье, Вы бы пошли на них?» Варианты ответов:

«да»,

«нет»,

«не знаю»,

«отказ от ответа» [Ковров В. Ф., 2005. С. 147].

Еще одна проблема — «подмена» мнения респондентов, ведущая к искажению сведений о направленности и содержании общественных настроений. Или интервьюер побуждает респондента дать содержательный ответ в случаях, когда у последнего отсутствует собственная позиция. Или, наоборот, разнообразные взгляды респондентов по причине слабой осведомленности, непонимания вопроса, нежелания показать свое мнение сводятся интервьюером к кодовой позиции «нет ответа».

«Например, в инструкциях Службы «Vox populi» особо подчеркивается, что шифр кодовой позиции «затрудняюсь ответить» отмечается в тех случаях, когда респондент не может выбрать один из предложенных вариантов ответа, затрудняется определить свое отношение к теме. А шифр «нет ответа» отмечается тогда, когда респондент по каким-либо соображениям отказывается отвечать на вопрос или прямо говорит, что ничего не знает об этом предмете, не интересуется им. Аналогичен подход к замеру этого явления в инструментарии Центра социологических исследований МГУ: предусматриваются кодовые позиции «затрудняюсь ответить», «не помню», «отказ» [Ковров В. Ф., 2005. С. 154].

Э. Ноэль-Нойман нашла выход из подобной ситуации, разработав ставший знаменитым «железнодорожный тест»: разговор с соседом по купе в поддержку/осуждение некоего кандидата на выборах. Участие или отказ от «полупубличной» дискуссии (в пределах ограниченного пространства с ограниченным числом участников) позволяет выявить степень устойчивости электоральных ориентаций.

*Экспертный опрос.* Здесь сложно обнаружить какие-то особенности, отличающие электоральные исследования от исследований других сторон общественной жизни. Можно только вспомнить вполне тривиальную сентенцию, что политика относится к видам деятельности, в которой «разбираются все».

Как отмечает А. В. Зимин, «в отличие от массовых опросов населения, процедура опроса экспертов обычно носит ярко выраженный концептуальный характер, при котором дается однозначная оценка подлежащего прогнозу политического явления и/или события. Весьма эффективной оказывается процедура, когда эксперт отвечает, согласен он или не согласен с серией утверждений, отражающих определенную точку зрения о предмете исследования. Полученная информация является вполне надежной и в результате позволит эффективно спланировать стратегию и тактику избирательной кампании» [Зимин А. В., 2005. С. 50–51].

*Опрос на выходе.* Г. П. Артемов называет преимущества опросов на выходе с участков в день голосования: 1) выяснение, «кто именно пришел на избирательные участки» (выявление «активного электората»); 2) установление того, «как проголосовал избиратель» (с учетом использования методических требований «повышения доверия» респондента к интервьюеру, позволяющих минимизировать число ответов, не соответствующих реальному голосованию); 3) анализ результатов позволяет выявить факторы реального электорального поведения [См.: Артемов Г. П., 2000. С. 55–56].

Последний пункт наиболее важен. «Опросы на выходе с избирательных участков в определенной степени позволяют решить проблему несоответствия вербального и реального политического поведения, поскольку дают возможность дополнить анализ политических предпочтений рассмотрением результатов голосования».

Политическое поведение можно плодотворно изучать только на оси сочетания анализа данных предвыборных опросов, электоральной статистики exit polls.

Показатели exit polls помогают выявлять характеристики реального политического поведения избирателей по факту их участия в голосовании» [Артемов Г. П., 2000. С. 67].

- А. В. Зимин перечисляет задачи, решаемые с помощью данного метода:
- установить общественный контроль над участковыми избирательными комиссиями и другими органами, чтобы избежать возможной фальсификации результатов голосования;
  - проверить правильность прогнозов итогов выборов;
  - после закрытия избирательных участков оперативно предоставить информацию для СМИ;
  - исследовать различные социально-демографические характеристики электората того или иного кандидата и/или политической партии [См.: Зимин А. В., 2005. С. 61].

При проведении опросов на выходе представители фонда «Информатика для демократии» столкнулись с известной «спиралью молчания». Если по отношению к голосующим за партии данные опроса расходились с официальными сведениями на 0,1%, то позиция «против всех» дала 1,3% отклонения. «Это, вероятно, связано с тем, что некоторые из заявивших на выходе из избирательного участка о своем голосовании «против всех» могли не только проголосовать таким образом, но и испортить свои бюллетени, например, сделав какие-то дополнительные отметки на них. В этих случаях ответы, полученные в ходе опроса exit poll, должны были включать как результаты голосования «против всех», так и испорченные бюллетени, а ЦИК РФ, напротив, должен разделять эти два результата голосования.

Основной фактор погрешности опроса — отказ респондентов от контакта с интервьюером: из каждых четырех человек в среднем отвечали на вопрос о голосовании только трое, из сравнения данных ЦИК РФ и результатов опроса exit poll видно, что несколько лучше шли на контакт избиратели, голосовавшие за партии «Яблоко» и СПС (более «интеллигентные»), а также КПРФ (более «решительные»). А среди «отказников» несколько чаще встречались избиратели, голосовавшие за партии «Единение», Партию возрождения России, Российскую партию жизни и Аграрную партию» [Интернет-мониторинг выборов 2003–2004 гг. в России, 2004. Т. 1. С. 133].

Как отмечали исследователи первого украинского опыта «голосования на выходе», хорошо фиксируются результаты аутсайдеров, не преодолевших 4-процентный барьер. Причем только в двух случаях из восьми не было статистически значимых различий между официальными и опросными результатами относительно победителей предвыборной гонки. Наиболее ощутимый разрыв наблюдался относительно блока Социалистической и Селянской партий, наиболее успешного среди сельского населения. Понятно, что опросчики не добрались до множества удаленных участков. «Но в целом важно подчеркнуть, что именно восемь партий, преодолевших барьер в соответствии с официальными данными, возглавили список в опросе избирателей.

В перспективе результаты «exit poll» следует рассматривать, прежде всего, как элемент общественного контроля за деятельностью государственных организаций во время проведения выборов. Именно этот аспект, а не «право первой ночи» для какого-либо канала массовой информации, должен стать основой взаимодействия социологов и средств массовой информации в развитии гражданского общества и обеспечении права граждан свободно избирать своих представителей во все структуры власти» [Чурилов Н. Н., 1999. С. 46].

*Фокус-группа.* Особую популярность в последние десятилетия приобрел заимствованный из экономики (маркетинга) метод структурированного группового интервью.

Область применения в электоральных исследованиях: «может быть проверено качество разработанной социологической анкеты, определены особенности восприятия имиджа кандидата пенсионерами, выяснена понятность предложенного лозунга студентам <...>. В отличие от электоральных социологических исследований фокус-группа не дает количественных оценок состояния общественного мнения или динамики электоральных предпочтений, так как небольшие по составу группы не отвечают научным критериям репрезентативности выборки.

Вместе с тем фокус-группы оказывают неоценимую помощь в получении качественных сведений о настроениях, сложившихся в обществе, понимании тенденций и причин формирования таких настроений, а также проверке спонтанной реакции участников обсуждения на конкретную информацию, суждения, события» [Электоральная социология, 2009. С. 86–87].

Вопросы приемлемости, эффективности и адаптации «фокус-группы» к потребностям электоральных исследований решаются в пределах отношения к теории «избирательного рынка». Говоря проще, в какой степени социолог принимает положения данной теории, в такой степени он может применять ее на практике.

*Прогнозирование.* Как и в спорте, итоги избирательной кампании (кто победил, каким образом, с каким счетом?) жизненно важны для участвующих в ней команд, чрезвычайно интересны для «зрителей» (политически активной части населения) и вызывают достаточно сильный отклик в среде «остальных» (значительной части населения, слабо интересующейся политикой).

Электоральное прогнозирование является разновидностью прогнозирования социального и принципиально от него не отличается. Здесь также можно выделить методы двух разновидностей: 1) «статистические — трендовые», позволяющие выстраивать математические модели; 2) «интуитивные — экспертные», позволяющие писать прогнозные сценарии. Поэтому вряд ли имеет смысл подробно расписывать применяемые прогнозистами методики и технологии.

Как отмечает К. В. Куликов, прогноз не предсказывает будущее в прямом смысле, он лишь помогает политтехнологам или политикам приблизительно решить, выбрать и изучить политическое значение предмета исследования. Детерминизм естественных наук здесь неприменим, так как «избирательная кампания в прямом своем смысле является способом формирования будущего, и все многообразие взаимодействий и воздействий на избирателя в течение избирательной кампании с различных сторон невозможно оценить в полной мере до начала активных действий. Для построения «первоначальной модели» — модели нулевого воздействия, — в которой все находится в таком же состоянии, в каком перед нами находится электорат, необходимо определить системы ключевых социальных механизмов конкретного объекта» [Куликов К. В., 2002. С. 179].



Сложная совокупность социальных механизмов требует «сконструировать» для построения нулевой модели ценностно-мотивационные, структурные, организационные, временные и пространственные измерения соответствующих предметов исследования — социокультурные, культурно-исторические, социоэкономические параметры. Причем построение модели может осуществляться любым методом исследования реальности, а не только средствами социологии.

Наряду с экстраполяционными математическими технологиями используются также технологии спекулятивные, основанные на интуитивных рассуждениях, причем они также могут включать в себя достаточно сложные расчеты, основанные на количественных данных.

Механизмы, изучаемые и используемые при построении нулевой модели, также применяются для получения прогнозов реакций на каждое из предполагаемых действий по продвижению как своего кандидата, так и его соперников.

«Так или иначе, под тем или иным названием формируется экспериментальный «социальный полигон», на котором политтехнолог «прогоняет» различные сценарии развертывания событий в процессе предвыборной кампании и в соответствии с выбранным сценарием может предполагать результат, учитывая возможные воздействия на электорат со стороны всех участников избирательной кампании» [Куликов К. В., 2002. С. 179–180].

Наибольшее внимание уделяется рейтингам участников. Под рейтингом понимается индивидуальный числовой показатель достижений или оценки популярности, авторитета какого-либо лица или организации, их деятельности. Неустойчивость предпочтений и сложная структурированность российского электората (так и не «вскрытая» социологами) вынуждает обращаться сразу к нескольким способам выяснения рейтинговых позиций. Д. Г. Ротман предлагает сочетание трех замеров (по степени точности и сложности).

1) «Укол» — построение рейтингового ряда на базе данных, полученных после ответа на один вопрос (напр., «Кто из политических деятелей является для Вас наиболее авторитетным?», «Если бы выборы состоялись в ближайшее воскресенье, то за кого бы Вы проголосовали?»), ответы на который дают общие представления об отношении электората к ведущим субъектам политического поля. Самым неудачным вариантом является вопрос: «В какой мере доверяете следующим кандидатам (партиям)?», поскольку служит копией, заимствованной из западной социологической практики, и не вполне отвечает особенностям отечественной политической культуры.

2) «Весы» — основан на разности отношений при использовании двух вопросов («За кого бы Вы проголосовали, если бы выборы состоялись в ближайшее воскресенье?» и «За кого бы Вы не проголосовали ни при каких обстоятельствах?»).

3) «Сито» — используется набор вопросов, основанных на следующих индикаторах: степень узнаваемости лидера; уровень авторитетности; воз-

можность быть избранным; оценка его действий и программных заявлений и т. п. [См.: Ковров В. Ф., 2005. С. 162–163].

Как подчеркивает Г. В. Добромелов, «долгое время в концепциях электорального поведения уделялось большое внимание индикатору «поддержки кандидата/партии», который рассматривался в качестве крайне важного фактора, определяющего индивидуальное голосование. Однако, несмотря на то, что этот индикатор сохраняется от выборов к выборам, прогнозисты не включают его в прогнозные модели, поскольку он не дает нужного качества прогноза.

Для прогнозирования исхода голосования с позиции «победит — не победит» исследователи предпочитают использовать различного рода индикаторы, которые с высокой долей вероятности предсказывают итогового победителя выборов» [Добромелов Г. В., 2006. С. 87–88].

В связи с этим С. В. Туманов и И. Г. Бурыкин особо подчеркивают при проведении прогнозного исследования значение разных подходов к двум основным группам: 1) собственно электорату, ориентированному на «позитивное голосование» за конкретную политическую партию и/или кандидата; 2) гражданам, ориентированным на «негативное» голосование (за «меньшее зло» или «против всех») или на уклонение от выборов (абсентеистов) [Подробнее см.: Ковров В. Ф., 2005. С. 166].

*Моделирование.* Приведем один достаточно яркий пример адаптации западной разработки к отечественным реалиям. Классическая модель «воронки причинности» была представлена группой сотрудников Мичиганского университета во главе с А. (Э.) Кемпбеллом в монографии «Американский избиратель» в 1960 г.:

– первый слой («вход в воронку») — социально-экономические и культурные условия, порождающие социально-политические противоречия: экономическая структура, социальная дифференциация, исторические традиции (эти условия сказываются на структуре партийной системы, прямо не влияя на голосование);

– социально-групповая лояльность (классовая, региональная и т. п.) и ценностные ориентации, формирующиеся под воздействием социально-экономических факторов, непосредственно отражающихся на голосовании: аттитюды (установки) по отношению к 1. кандидатам, 2. политическим курсам, 3. групповым «бенефициям» (выгодам) (образуются под влиянием первого слоя, оказывают относительно независимое влияние на электоральный выбор, особенно в краткосрочной перспективе);

– партийная идентификация — фильтр, через который пропускается информация, относящаяся к трем установкам, указанным в предыдущем слое.

Внешние факторы (деятельность правительства, мнения друзей, СМИ, ход избирательной кампании, конкретные политические и экономические условия) опосредуются слоями «воронки».

Однако попытки применить эту модель вне жесткой американской дихотомической системы («демократы — республиканцы») натолкнулись на серьезные сложности.

Е. Ю. Мелешкина попыталась адаптировать данную модель к современной российской реальности:

- базовый уровень — показатели, охватывающие специфику страны в целом: социальные размежевания, политические традиции, особенности переходного периода, институциональный дизайн;

- политические ценности и ориентации, позиции избирателей по отдельным проблемам;

- ретроспективная и перспективная оценки конкретных политических сил и кандидатов, участвующих в выборах;

- факторы, непосредственно влияющие на голосование: установки по отношению к конкретным кандидатам и политическим партиям (намерение голосовать «за» или «против»).

Как нерелевантные местным условиям были изъяты основные факторы: партийная идентификация (и также заменяющая ее в отечественных исследованиях идеологическая идентификация); оценка избирателями различных политических курсов (в России конкурируют конкретные политики, а не «курсы»).

«Выделенные группы «эндогенных» для «воронки» факторов находятся в динамическом взаимодействии друг с другом, что обуславливает нерекурсивный характер конструируемой модели. Воздействие политических ценностей и ориентации на оценку деятельности «партии власти», президента, возможностей отдельных политических сил и т. д. абсолютно очевидно и не нуждается в дополнительном обосновании. Несколько сложнее обстоит дело с обратной зависимостью. Однако и в этом случае можно установить наличие взаимосвязей. Так, по оценкам некоторых исследователей, в посткоммунистических странах, в отличие от стран стабильной демократии, изменения в экономике влияют на формирование политических предпочтений опосредованно, своеобразным фильтром здесь выступают установки по отношению к институциональным проблемам, связанным с демократизацией и экономической вестернизацией. Неудовлетворенность экономической ситуацией может привести избирателей к разочарованию в рыночных и демократических институтах и заставить голосовать за партии, занимающие антидемократические и антирыночные позиции. В конструировании модели следует учитывать роль ряда экзогенных для воронки обстоятельств, таких как деятельность СМИ, характер ведения избирательной кампании, влияние друзей, знакомых, экономическая и политическая конъюнктура. Не оказывая определяющего влияния на выбор избирателей, они могут служить своего рода «возмущающими» импульсами в краткосрочной перспективе» [Мелешкина Е. Ю., 2002. С. 50–51].

*Использование компьютерных технологий.* Проблемы влияния компьютерных технологий на социальную среду до сих пор вызывает особый интерес ученых всего мира. Не остались в стороне от общего «поветрия» и российские социологи, в том числе — изучающие вопросы политических выборов и избирателей.

В первую очередь исследователи на рубеже тысячелетий фиксировали 1) бурное развитие Интернета и 2) значительное отставание российского сегмента, получившего название «Рунет». Особое значение придавалось формированию социологического информационного сообщества на базе формирования массива социологической информации в Рунете и установления научно-профессиональной коммуникации. Отсюда и представления об основных направлениях развития социологической сети Интернета (информационном, научно-теоретическом, информационно-технологическом, информационно-учебном, информационно-коммуникативном и даже информационно-развлекательном).

В свете данных положений можно выделить три ведущих направления взаимодействия социологии как науки с Интернетом: 1) трансформация инструментария прикладной социологии; 2) изменение системы воспроизводства профессиональных и научных кадров, в первую очередь в сфере высшего образования; 3) активное освоение научно-теоретических наработок зарубежной науки, в том числе и внедрение новой «протодисциплины» — «компьютерной социологии».

Наряду с решением, так сказать, «внутренне-социологических» проблем, исследователи большое внимание уделяют вопросам влияния компьютерных технологий на трансформацию социальной среды и отдельных общественных структур. Можно выделить следующие основные тенденции: 1) двойственность социальной природы Интернета как саморегулирующейся социальной системы и как социальной структуры — «тренажера реальной жизни»; 2) Интернет способствует установлению отношений координации («прямых и равноправных связей всех со всеми») и соответственно ослаблению отношений субординации (снижение значения централизованных управленческих посредников); 3) развитие Интернета ведет к «плюрализации» источников информации и быстрому росту числа интерактивных сетевых сообществ; 4) Рунет достиг такого уровня развития, когда можно говорить о формировании устойчивых социальных сетей в соответствии с определенными типами пользователей.

Данные тенденции, как в развитии, так и в осмыслении социальной реальности, проявляются и в области политического. Причем «политический Рунет» обладает четко очерченной спецификой (альтернативность информации, сочетание сетевых и чисто политических акторов, широкое распространение манипулятивных электоральных технологий).

Можно говорить о становлении новой политической культуры и соответственно новых электоральных стандартов, что особенно ярко проявилось

в конце 1990-х гг. Особое внимание исследователи обратили на оперативность новых коммуникативных средств (информативность, интерактивность, доступность и т. п.), что давало особые предпочтения использующим их кандидатам и политическим организациям.

В ходе избирательных кампаний Интернет выполняет весьма разнообразные функции (информационную, коммуникационную; политико-имиджевую, политико-рекламную, политико-маркетинговую, политико-мобилизационную, политической социализации электората; контрольную).

Относительно весьма популярной на Западе идеи превращения системы «представительного правления» в систему непосредственной демократии посредством внедрения интернет-технологий («Электронных Афин») в России единства нет. Существует как одобительно-восторженная, так и настороженно-скептическая позиция. Так же, вплоть до официального государственного уровня, относятся к внедрению процедур голосования через Интернет [См.: Шевцов А. В., 2013. С. 149–150].

Как и любая другая деятельность, работа социолога порождает целый комплекс **узкопрофессиональных и этических** (деонтологических, в данном случае речь идет о профессиональном долге) **вопросов**. Поддержание имиджа профессии, востребованность социологии со стороны политических, коммерческих и общественных структур, — все это оказывает влияние на развитие научной дисциплины. Ожидания со стороны данных структур зачастую не соответствуют возможностям электоральной социологии. Различного рода «искажения» со стороны «внешних сил» и самих ученых характерны для развития любой научной коммуникации. Что уж говорить о реализации разного рода проектов социологами-профессионалами, находящимися между Сциллой (заказчиком) и Харибдой (общественным мнением). Социология, появившаяся и развивающаяся под влиянием глобальных процессов индустриализации, демократизации и информатизации, особенно подвержена воздействиям такого рода.

В России эти проблемы осложняются последствиями так называемого «большого конфуза», произошедшего с социологическими службами на первых думских выборах декабря 1993 г. [См. подробнее: Шевцов А. В., 2009. С. 297–307].

Так, А. В. Дмитриев на круглом столе (19.10.1995) по обсуждению актуальных проблем социологического обеспечения избирательных кампаний 1993 и 1995 гг. отмечал, что неверие населения опросам стало очевидным. Журналисты начинают высмеивать социологов. «Насмешки идут уже по технике наших исследований. Если мы считаем, что никто не знает о наших ошибках, кроме нас, то мы жестоко ошибаемся. В данном случае виноваты не только социологи. К сожалению, мы не требуем формулировок вопросов, когда журналисты интерпретируют наши результаты. Яркий пример — последнее выступление Б. А. Грушина — очень квалифицированного социолога. Как же его интерпретирует комментатор ТВ Сванидзе? Он его прерывает,

а зрителю непонятно, о чем идет речь, что за выборка, опрашивают население или экспертов. Мы-то знаем, какие эксперты, каков их состав, какова точная формулировка вопроса. Телезрители, не понимая, что речь идет об экспертах, считают, будто речь идет об их мнении. Происходит подмена, люди думают, будто это их мнение, с которым они абсолютно не согласны. Отсюда элементы недоверия. Вина социологов, что мы не обучаем журналистов, не настаиваем на соблюдении этических и формальных правил. А правила существуют. Есть профессиональный Кодекс социологов. Если мы будем настаивать на его соблюдении, то искаженного понимания результатов опросов не будет. Но, простите, мы сами забыли про свой Кодекс. Не было случая за время существования Российской социологической ассоциации (ранее Советской), чтобы хоть одного нарушителя, а их очень много, рассмотрели на Комитете по этике» [Социологическое обеспечение избирательных кампаний, 1996. С. 80–81].

Уже в 2000 г. Е. Г. Андрющенко сетовал, что «освистание социологов стало своего рода идеологией для ряда политиков и журналистов, весьма невежественно и в нарушение Закона толковавших данные рейтингов. Некоторые умудрялись при этом навязать обществу стереотипы социологии как лженауки (подобно тому, как поступали с кибернетикой, генетикой и т. п. в былые времена)» [Андрющенко Е. Г., 2000. С. 17].

Разумеется, не стоит воспринимать социологов исключительно в роли жертв, которых недобропорядочные политики и журналисты очерняют в глазах неопытной публики. Скорее речь идет о «соучастниках» в деле имитации российского избирательного процесса 1990–2000-х гг.

Н. В. Соколов в 1999 г. в достаточно карикатурном виде показал механизм взаимоотношений заказчиков и социологов в типичной избирательной кампании:

«В львиной доле избирательных кампаний социологии де-факто отводится роль то ли свадебного генерала, то ли шута при короле. Вести кампанию, не проведя ни одного опроса (или хотя бы не купив какой-нибудь краденый отчет), считается неприличным. Но как только исследование показывает, что реальное положение дел хуже, чем его представляют себе менеджеры кампании, последние заявляют, что эти результаты не вызывают доверия. И уж совсем большой редкостью является готовность кандидата и его команды вносить изменения в свою стратегию и тактику. Очень часто это просто невозможно при распространенных технологиях организации и управления кампанией. Вместе с тем исследование, не предполагающее в итоге никакой коррекции избирательной технологии, бессмысленно — это пустая трата ресурсов. Ну, зачем платить несколько тысяч долларов за репрезентативный опрос и выяснять рейтинги кандидатов за неделю до голосования, если все равно невозможно предпринять на последней неделе ничего, кроме заранее запланированных мероприятий и акций?

Социологи платят за профессиональные обиды звонкой монетой — «лежат» клиентам, «раскручивают» их на сбор ненужной информации, выставляют завышенные счета за сопровождение кандидата и, что греха таить, не столь уж редко искажают или некорректным образом интерпретируют результаты. Достаточно типичным является и стремление списать «на социологию» существенно больше денег, чем действительно необходимо для эффективного обеспечения избирательной кампании. Однако итог «перетягивания одеяла» пока редко оказывается в пользу социолога. Реальные бюджеты социологического обеспечения большинства российских кампаний просто смешны не только в сравнении с аналогичными затратами на Западе, но и при сопоставлении с расходами на другие компоненты избирательной технологии. Сегодня на социологические исследования выделяется в несколько раз (а иногда и на порядок) меньше ресурсов, чем, скажем, на полиграфическое обеспечение кампании или на полевую работу.

Однако наиболее печальным, на наш взгляд, является то обстоятельство, что сегодня не только большинство кандидатов, но и многие технологи не представляют себе, чем именно может быть им полезна социология, какие цели могут быть достигнуты с ее помощью, как может быть определена эффективность инвестиций в то или иное конкретное исследование. Затрудняясь, таким образом, четко сформулировать исследовательские задачи, многие остаются во власти мифа о существовании некоего «стандартного социологического обеспечения», применимого в рамках любой избирательной кампании. Типичной поэтому оказывается следующая ситуация: кандидат X объясняет специалисту-исследователю, что не может выделить на социологию запрошенную сумму, так как в уже утвержденном бюджете кампании кандидата на нее запланировано втрое меньше» [Политический менеджмент, 1999. С. 133–134].

Как видим, на рубеже тысячелетий прикладная социология выступала скорее в роли формальности («декорации»), нежели необходимой части предвыборной кампании («театрального действия»).

Зато упоминаемые в тексте «искажения» сразу отсылают нас к *политической ангажированности социологов*, всецело зависящих от заказчика («кто платит деньги...»). Напомним, что «большой конфуз» был связан с желанием большинства социологических фирм, мягко говоря, «помочь» проельцинскому «Выбору России» победить на думских выборах.

А. В. Дмитриев и Ж. Т. Тощенко от лица редакции ведущего социологического журнала отмечали в 1994 г. парадоксальность сложившейся ситуации: падение доверия к опросам со стороны отдельных групп населения сопровождается повышенным спросом на них со стороны СМИ и отдельных коммерческих и властных структур. «Власти, несмотря на некоторую культурную ограниченность ее представителей, вот уже несколько лет как осознали, что общественное мнение — основа легитимности их существования».



Стало быть, сегодня опрос представляет их обычную апелляцию к суждениям людей.

Именно поэтому одновременно выявляется и неравенство опрашиваемых и тех, кто заказывает, кто проводит и кто интерпретирует опросы.

При таком неравенстве мнению легко придать представительную и отрежиссированную формы, которые и преподносят публике. И здесь душевные призывы ведущих социологов (Грушин Б. А., Заславская Т. И., Здравомыслов А. Г., Осипов Г. В., Руткевич М. Н., Ядов В. А.) к более молодым и предприимчивым организаторам опросов к методологической и методической «чистоте» и «ответственности», к сожалению, не нашли адекватного ответа» [Дмитриев А. В., 1994. С. 41–42].

Т. В. Субботина выделяет следующие способы фальсификации:

а) намеренное использование недостоверной выборки. Избирателям могут предъявлять результаты, в которых одна социально-демографическая группа представлена недостаточно или, напротив, необоснованно широко (представительность и объективность);

б) частичное опубликование социологических данных, лишь тех, цифры которых «работают на кандидата» (утаивание «неудобной» информации);

в) публикация данных о том, что на выборы предполагает прийти число избирателей ниже нормы, необходимой для того, чтобы считать выборы состоявшимися. Обнародование таких цифр косвенно побуждает избирателей не только самим идти на выборы, но и агитировать своих близких и знакомых сделать это. Прием обычно применяется командами кандидатов, твердо уверенных в своей победе, но опасующихся, что низкая явка на выборы может привести к их срыву;

г) полная фальсификация. Нередко применяется путем ссылок на результаты опросов, которые не проводились (прямой обман избирателей);

д) представление слов людей за их поступки. Например, вместо «56% опрошенных сказали, что пойдут на выборы», ведущий сообщает: «56% пойдут на выборы» (искаженная интерпретация);

е) некорректная формулировка вопросов, которые для заполняющих анкету лиц носят наводящий характер. Например, весьма сильным наводящим воздействием обладает вопрос: «Если вы считаете, что на предстоящих выборах победит Х, почему вы так думаете?» Ответы на него даются в свободной форме и побуждают избирателей находить у кандидата положительные черты, что формирует соответствующее отношение к нему (направленное воздействие на избирателей);

Особый способ фальсификации — манипулирование рейтингами кандидатов. Речь идет о «рейтинговом гипнозе» избирателя с помощью манипулирования с основным символом избирательной кампании. Осуществляется преимущественно через аналитические программы популярных СМИ, регулярно сообщающих результаты результатов «работы» социологических центров. Варианты:

1) демонстрация подавляющего преимущества «своего кандидата» и его высоких шансов на победу. В этом случае результаты социологических опросов доводятся до избирателей для создания нужного кандидату общественного мнения. Избиратели, не принявшие решения о голосовании, таким способом косвенно призываются присоединиться к большинству;

2) доведение до соперника и его сторонников данных, свидетельствующих о подавляющем преимуществе этого лица в предвыборной борьбе. Прием применяется с целью усыпления их бдительности и демобилизации, ослабления позиции в ходе кампании;

3) обнародование цифр об «опасном» приближении соперника к кандидату. Применяется для драматизации предвыборной ситуации и сплочения сторонников кандидата;

4) опубликование прогнозов, в котором попарно сравниваются результаты предстоящего голосования за кандидата и его основных соперников с целью а) показать, что наш кандидат обязательно победит, б) соперник обязательно проиграет даже менее популярным конкурентам, а потому заведомо слабее нашего кандидата.

Еще один способ — журналистские «псевдоопросы», зачастую интерактивные, демонстрирующие массовую поддержку своего кандидата (опрос аудитории на ток-шоу, уличные интервью, вопросы от редакции на сайте издания и т. д.) [См.: Субботина Т. В., 2007. С. 56–61].

Разумеется, нельзя сводить все дело к «злокозненности» социологов. Как писал в еще в 1997 г. Ю. Е. Растов, «проблема точности социологических прогнозов электорального поведения не сводится только к ангажированности социологов. У нее много иных аспектов, заслуживающих обсуждения» [Растов Ю. Е., 1997. С. 35].

Сложно корректно выполнить необходимые процедуры в условиях *фальсификации результатов выборов*. Не надо строить иллюзии, что подобные обвинения появились в последние годы. Только звучали они в основном из противоположного политического лагеря. Так, М. О. Тульский указывал, что в 1996 г. в 9 северо-кавказских и поволжских республиках — субъектах РФ Г. А. Зюганов «чудесным образом» во 2-м туре президентских выборов получил меньше голосов, чем в 1-м туре [См.: Тульский М. О., 2000. С. 26].

На президентских выборах 1996 г., как писал М. Н. Руткевич, «в документах ЦИК, посвященных результатам выборов, было указано, что в голосовании приняли участие 75 070 775 избирателей. Но в этом же, опубликованном официальным правительственным органом «Российской газетой», постановлении ЦИК общая сумма голосов, поданных за всех 11 кандидатов в президенты, при добавлении числа проголосовавших «против всех кандидатов» составляет 74 369 773 голоса. Разница в 701 тыс. чел. не объяснена, эти голоса «пропали».

Но почему ими пренебрегла ЦИК? Подобное расхождение, привлекшее внимание прессы, служит еще одним свидетельством того, что восторги

насчет соблюдения всех норм демократии на президентских выборах преждевременны» [Руткевич М. Н., 2000. С. 37–38].

Другая, менее очевидная проблема — *двойственная природа самого опроса*. Как пишет французский исследователь Л. Блондье (статья «Изучение общественного мнения») по поводу обвинений в «подтасовке игры» и манипуляции общественным мнением, «опросы имеют свойство быть одновременно рычагом действия (когда вступают в политические игры) и инструментом знания, эти два аспекта следует различать. С научной точки зрения такая фраза, как «Французы в большинстве своем благосклонны...», составляет бессмыслицу с точки зрения погрешности, размеров выборки и числа неотвечивших. Также для журналиста или политического обозревателя соблазна прокомментировать колебание в 1% или 2% кривой популярности может быть сильным, однако никак не оправданным с точки зрения статистических рамок инструмента. Здесь лучше держаться расшифровки абсолютной ценности уровня популярности. Толкование опроса требует множества предосторожностей, и резюмирующие их общие цифры (65% французов за смертную казнь) никогда не дают ключ к расшифровке, несмотря на то, что они могут быть использованы с политической или рекламной целью. Для внимательного наблюдателя здесь речь идет об анализе уровней, которые эти цифры покрывают с точки зрения понятий возраста, пола, социальной группы, культурного уровня или эволюции во времени, которую они выражают» [Политика и общество во Франции, 1993. С. 44].

Д. П. Гавра утверждает, что большое значение имеет противоречие между «внутренней» (информационной) и «внешней» (пропагандистской или дезинформационной) функциями электорального опроса: максимально достоверная и откровенная информация для заказчика («своих», «избранных») и достаточно отлакированная «социологическая пропаганда» для публики («чужих», «профанов»).

«Увы, в данной области неуместен разговор о возможности «валить с больной головы на здоровую». Больны, похоже, обе — и социологическая, и технологическая.

Итак, прежде чем рассматривать причины отклонения социологических данных от реальных результатов выборов, следует ответить на вопрос, с какими опросов в какой из двух возможных функций, внешней или внутренней, мы имеем дело» [Политический менеджмент, 1999. С. 147].

Речь идет о следующих группах «внутренних» ошибок:

– представления об образовании электорального выбора как о рациональном или псевдорациональном когнитивном процессе. На самом деле это процесс, в который включены все компоненты сознания потенциального избирателя — рациональный, эмоциональный и волевой. Подавляющее же большинство отечественных исследовательских моделей нацелены на диагностику только рациональной или волевой составляющей и игнорируют реальную комплексность процедуры принятия электорального решения;

– некачественные выборки, используемые при проведении предвыборных опросов. Как показывает анализ широкого массива соответствующих данных, львиная их доля получена на основании квотных выборок. Недостатки квотных выборок известны, о них подробно писал Дж. Гэллуп. Для нормального обоснования и размещения выборок необходима достоверная социальная статистика, которая в современной России практически недоступна;

– методы сбора информации. Как известно, предпочтение в российских предвыборных опросах отдается более дешевым и оперативным телефонным и уличным опросам. Но сам характер этих методов программирует погрешность, которая может стать роковой для электорального прогноза;

– неучет «скрытых избирателей» — тех, которые 1) отказались отвечать, 2) на момент опроса еще не сформировали своих политических или персональных предпочтений и 3) еще не приняли окончательного решения об участии или неучастии в выборах;

– невнимание к психологическим особенностям и специфике менталитета респондентов, а также неучет того, что А. Шляпентох называет «фактором стыда», а Э. Ноэль-Нойман — «спиралью молчания». В технологиях предвыборных опросов, как видно из опубликованных методических материалов, не проводилось верификации искренности респондентов (хотя бы в той форме, как это рекомендует 5-мерный план Гэллупа) (феномен «ЛДПР — Жириновского»);

– склонность к статическим моделям либо к моделям простой линейной экстраполяции тенденций изменения структуры электоральных симпатий и поведенческих готовностей. Весь опыт мировых электоральных измерений говорит о том, что в информационном обществе, пронизанном каналами изоощренных воздействий на сознание и, добавим, на подсознание избирателей, данная динамика имеет явно нелинейный профиль;

– производство в ходе опроса такого дискурса и такой его формы, которые реально не существуют в сознании опрашиваемых (функция, о которой предупреждал П. Бурдьё). Этот дискурс в силу искусственности его природы автоматически разрушается по завершении коммуникативного взаимодействия социолога и респондента и более не воспроизводится в подобном виде в процессе формирования электорального решения. Такого рода проблема требует особой аккуратности при разработке инструментария предвыборного опроса, но на подобные тонкости вечно торопящиеся получить результат отечественные опросчики внимания не обращают [См.: Гавра Д. П., 1999. С. 147–151].

Е. В. Березина, опираясь на результаты исследований в г. Кургане и Курганской области, выделила типические ошибки: 1) неправильное построение выборки; 2) неправильный выбор метода опроса и несоблюдение необходимых процедур опроса; 3) неучет колеблющихся избирателей и отсут-

ствие работы с мнениеобразующими факторами; 4) влияние случайных факторов, не поддающихся учету в исследованиях.

Так, она отмечает увлечение квотной выборкой, когда за образец берется методика Института Гэллапа (характеристики: население штатов, характер поселения (для крупных городов — их районов), образование, доходы, вероисповедание, пол). В условиях политической нестабильности, характерной для России начала 1990-х гг., более адекватной являлась многоступенчатая случайная выборка по образцу методики фирмы Л. Харриса (отбор по ступеням: штаты, округа, мелкие административные единицы, части с примерно равным количеством домов; внутри последних и осуществляется случайный отбор). Аналогичным образом обстоят дела с другими ошибками: отечественные фирмы стараются «сэкономить» на процедурах адаптации методик и уточнения результатов.

«Точное прогнозирование результатов голосования требует от исследователей «ювелирной» работы с точки зрения организации опроса, соблюдения всех процедур, связанных с построением выборки, проведением опроса, работой с интервьюерами. Надо иметь в виду, что методы исследования, используемые в опросах общественного мнения, требуют жесткой формализации ответов респондентов и зачастую не улавливают тех реакций опрашиваемых, которые играют существенную роль в процессах формирования мнения и определения выбора избирателей. Просчеты прогнозов выявляются постфактум, но для российской действительности даже тот опыт, который был накоплен исследователями, не всегда и не полностью оказывается полезным в ходе прогнозирования новой ситуации. Сравнение опыта выборов 1989 и 1993 гг., референдумов 1991 и 1993 гг. показывает, насколько быстрые те процессы, на основании которых мы пытаемся построить картину окружающей действительности, с тем чтобы проникнуть в суть происходящего и предстоящего» [Березина Е. В., 1995. С. 104].

Е. П. Тавокин указывал на очевидные и типичные ошибки: 1) уровень и структура избирательной активности (в первую очередь «головная боль» социологов — способные принять решение накануне или в день выборов прямо на избирательном участке «неопределившиеся», составляющие до 40% от голосующих); 2) временной разрыв (социологи, вынужденные тратить на добротный опрос не менее недели, просто физически не успевают отразить ситуацию последних дней перед выборами, когда происходят основные действия по промывке мозгов избирателей); 3) проблема оптимальной региональной стратификации генеральной совокупности (стремительная дифференциация российских регионов обязывает добросовестного социолога проводить исследования не в 12 традиционных точках, репрезентирующих макроуровень территориально-административного деления России, а в 60 или более: это ставит исполнителя перед дилеммой: или существенное удорожание стоимости и снижение оперативности прогноза, или жертвовать точностью

прогноза — в любом случае заказчик будет недоволен); 4) состав интервьюеров и анкетеров (парадокс женской эмоциональности: женщины легче находят контакт с респондентами, но чаще непроизвольно влияют на характер ответов респондентов, причем никакой инструктаж и контроль не может снять эти недостатки); 5) подсчет голосов (прямое принуждение и широкая фальсификация результатов выборов в 1993 и 1995 гг., о чем имеется множество свидетельств, — ни нейтрализовать, ни просчитать этот фактор социологи не в состоянии).

Меры по снижению ошибок: 1. тщательный анализ выборной ситуации, причем чрезвычайную важность представляет разработка удобных методик формализованного описания различных событий и процессов, отработка техники учета динамики определенных показателей в последние 5–7 дней перед выборами и в день выборов и создание на этой основе банка эмпирической информации, — все это позволит нарисовать динамический портрет активного электората в тесной увязке с конкретными процессами в конкретных регионах; 2. повышение методического уровня, чистоты сбора эмпирической информации — тщательная проверка качества используемых шкал, оптимизация организационного обеспечения проводимых исследований, непрерывное совершенствование профессионального мастерства исполнителей на основе регулярного анализа позитивного и негативного опыта работы, корректировка используемых выборочных совокупностей в зависимости от изменения критериальных значений генеральной совокупности и т. д.; 3. отработка соответствующих форм и механизмов взаимодействия с коллегами смежных научных направлений (политология, социальная психология и т. п.) [См.: Тавокин Е. П., 1996. С. 15–20].

Впоследствии В. Ф. Ковров обобщил предложения отечественных исследователей по снижению источников ошибок в социологических прогнозах.

1. Необходим тщательный анализ выборной ситуации, изучение результатов голосования, динамики формирования отношения к выборам, а также позитивных и негативных установок на тот или иной политический блок или на конкретного лидера по всем социально-демографическим группам населения. Следует разработать методики формализованного описания различных событий и процессов, отработать технику учета динамики и определенных показателей в последние 5–7 дней перед выборами и в день выборов и создать на этой основе банк эмпирической информации. Все это позволяет разработать динамический портрет активного электората в тесной увязке с конкретными социально-экономическими, политическими, социально-психологическими, этническими и другими процессами в конкретных регионах.

2. Нельзя забывать о традиционном для социологии направлении — повышении методического уровня, чистоты сбора эмпирической информации.

Речь идет о тщательной проверке качества используемых шкал, оптимизации организационного обеспечения проводимых исследований, непрерывном совершенствовании профессионального мастерства исполнителей на основе регулярного анализа позитивного и негативного опыта работы, корректировке используемых выборочных совокупностей и т. д.

3. Повышение уровня, отработка соответствующих форм и механизмов взаимодействия с коллегами смежных научных направлений (политология, социальная психология и т. д.) [См.: Ковров В. Ф., 2005. С. 168–169].

М. Ю. Подгорнов выделяет три группы факторов, предопределяющих ошибочность прогнозных оценок.

1) Связанные со спецификой прогнозирования результатов выборов как комплексного социологического исследования: выборы — это своего рода фотографический снимок результата общественно-политического развития, соответствующий определенному моменту времени. При исследовании выборов и прогнозировании их результата в поле зрения социологов попадает обычно только небольшой, ограниченный во времени (2–3 месяца) период избирательной кампании. Для правильного понимания закономерностей электорального процесса и прогнозирования результата выборов главной особенностью исследования становится рассмотрение общественно-политической жизни в непрерывном историческом развитии, а не только конкретной политической ситуации.

2) Определяемые спецификой российской политической системы: некоторые из них вообще не поддаются учету в исследованиях, например фальсификация итогов выборов. Массовые фальсификации итогов федеральных выборов, которые имели место в 1993 и 1996 гг., в ряде регионов в 1999–2000 гг., сводят на нет усилия социологов по прогнозированию итогов выборов. К факторам, не поддающимся учету в исследованиях, также относятся: внезапное появление незадолго до голосования компрометирующих материалов, аварии, если они связаны с фигурой одного из кандидатов, ухудшение погоды в день выборов.

3) Связанные с недостаточной квалификацией исследователя: существует также группа факторов, которые нельзя выявить при помощи опросов общественного мнения, но можно оценить в определенной степени их влияние на результат выборов, применяя разнообразные инструменты как самой социологии, так и других отраслей научного знания. К таким факторам относятся влияние на результат выборов активности участников предвыборной гонки, наличие и действие административного ресурса, заинтересованность выборами и поддержка кандидатов различными финансово-промышленными группами и многое другое [См.: Подгорнов М. Ю., 2005. С. 7–8].

Для полноты картины необходимо указать на еще одну тенденцию: *стремление прикладных социологов непосредственно влиять на подведение итогов голосования.*



Так, тверские исследователи предлагают с помощью статистических критериев согласия, в том числе критерия «хи-квадрат», оценить спорные результаты в случае примерно равного распределения голосов. Допустим, что два кандидата во власть набрали примерно одинаковое количество голосов с небольшой разницей в пользу одного из них, что дает повод считать его «победителем», даже если эта разница — результат стечения случайных обстоятельств. Оценим, достаточна ли она со статистической точки зрения для корректного принятия решения избирательной комиссией. Обратимся к аппарату проверки статистических гипотез с целью определения статистической незначимости (статистическая гипотеза  $H_0$ ) или значимости (альтернативная статистическая гипотеза  $H_1$ ) отклонения реального случайного (вероятностного) распределения голосов от теоретического равномерного распределения. Такая оценка требует применения критериев согласия теории с практикой [См.: Гусаров Ю. В., 2003. С. 107–108].

Сотрудники Киевского международного института социологии, проанализировав данные опросов, проводимых накануне и после украинского референдума 16 апреля 2000 г., заявили, что результаты референдума по вопросам о двухпалатном парламенте и об участии в референдуме были сфальсифицированы.

Они выдвинули следующие тезисы: 1) если результаты социологических опросов и выборов (в данном случае — референдума) совпадают, то это означает, что либо фальсификации не было, либо уровень фальсификации результатов не превышал обычной ошибки социологических исследований (3–4%); 2) значительные отличия данных социологических опросов, проведенных профессиональными социологическими фирмами в день выборов или после выборов, от результатов выборов могут свидетельствовать не только о проблемах, связанных с исследованием, но и о возможной фальсификации результатов выборов (особенно в тех случаях, когда несколько социологических фирм дают близкие результаты).

«Кто проводил исследование, важно лишь в одном аспекте — было ли это профессиональное исследование или нет. Если нет, то расхождения могут быть какими угодно, при этом они ни о чем не говорят. Заметим, что отличить профессиональную фирму от непрофессиональной несложно — профессиональные фирмы являются членами профессиональных сообществ и международных организаций (например, Социологической ассоциации Украины, Европейского сообщества исследований общественного мнения и маркетинга и др.), они придерживаются определенных стандартов при публикации данных, имеют, как правило, длительный стаж работы и достаточно независимы (обычно это частные фирмы, для которых политические исследования составляют лишь часть бюджета); таких фирм в Украине 5–6 — не больше» [Паниотто В. И., 2003. С. 38].

Однако президент Киевского международного института социологии В. Е. Хмелько написал, что «в нормальной ситуации, когда нет оснований считать официальные результаты выборов сфальсифицированными, для характеристики соответствующих электоратов используются данные тех социологических опросов, в которых распределение голосов между кандидатами близко к официальным результатам выборов.

Сложнее обстоит дело в тех случаях, когда официальные данные расходятся с данными экзит-полов. К сожалению, в Украине во время выборов 2004 г., в отличие от выборов 1999 и 2002 гг., официальные результаты выборов во всех трех турах, и более всего во втором, расходились с достаточно надежными данными экзит-полов. В то же время официальные результаты последнего, декабрьского, голосования статистически достоверно отличаются по каждому из кандидатов не более чем на несколько процентов от данных экзит-пола, который был проведен нашим институтом совместно с социологической службой Центра Разумкова. Причем у нас есть основания предполагать, что эти расхождения не обязательно были обусловлены некоторой фальсификацией результатов голосования на избирательных участках.

Так как данные экзит-пола, проведенного нами во время второго тура выборов, стали весьма популярным аргументом при доказательстве фальсификации его официальных результатов в пользу В. Януковича, не исключено, что во время третьего тура выборов сторонники В. Януковича могли чаще, чем сторонники В. Ющенко, отказываться отвечать на вопросы интервьюеров, проводивших экзит-пол. И если такое происходило, то это также могло вызвать расхождение» [Хмелько В., 2005. С. 15].

На наш взгляд, стремление социологов выйти за пределы своей компетенции довольно опасно для престижа самой электоральной социологии, рискующей испытать еще один «конфуз».

### Использованная литература

- Андрющенко Е. Г.* «Не все стриги, что растет!» // Социол. исслед. 2000. № 5. С. 16–18.
- Артемов Г. П.* Электорат политических объединений России: опыт проведения exit poll в Санкт-Петербурге / Артемов Г. П., Авдиенко Д. А., Попова О. В., Чазов А. В. // Полит. исслед. 2000. № 2. С. 54–67.
- Ахременко А. С.* Пространственное моделирование электорального выбора: развитие, современные проблемы и перспективы (I) // Полит. исслед. 2007. № 1. С. 153–167.
- Бандорин К. В.* Социальная организация избирательной кампании: Автореф. дис. ... канд. филос. наук / Саратов. гос. техн. ун-т. Саратов, 1999. 18 с.
- Безрукавников И. А.* Теоретические и практические проблемы изучения электорального поведения избирателей муниципальных образований. Астрахань: Изд-во АГТУ, 1999. 108 с.
- Безрукавников И. А.* Участие в выборах как форма политического действия: проблемы методологии и методики социологических исследований: Автореф. дис. ... канд. филос. наук / Волгогр. акад. гос. службы. Волгоград, 1999. 24 с.

- Березина Е. В.* О точности прогноза результата голосования // Социол. исслед. 1995. № 2. С. 98–104.
- Выборы в Государственную думу Федерального собрания Российской Федерации V созыва: комплексный контент-анализ предвыборных программ / Мэрия г. Ярославля, Гор. науч.-метод. центр соц. политики; Авт. и разраб. проекта: М. В. Иванов; Под ред. С. В. Зуевой. Ярославль: Гор. науч.-метод. центр соц. политики, 2008. 235 с.
- Гендерные аспекты политической социологии: Учеб. пособие / Айвазова С. Г. и др. М.: РОССПЭН, 2004. 238 с.
- Гудина Ю. В.* Активность российских избирателей: теоретические модели и практика // Полит. исслед. 2003. № 1. С. 112–123.
- Давыдов А. А.* Динамика доли участвующих в выборах: стохастич. модель // Социол. исслед. 1995. № 2. С. 134–135.
- Гусаров А. А.* К оценке спорных результатов выборов с помощью статистического критерия согласия / А. А. Гусаров, В. Б. Гухман // Социология: методология, методы и математ. моделирование. 2008. № 26. С. 105–118.
- Дмитриев А. В.* Социологический опрос и политика / А. В. Дмитриев, Ж. Т. Тощенко // Социол. исслед. 1994. № 5. С. 42–51.
- Добромелов Г. В.* Использование регрессионных моделей для прогнозирования результатов выборов // Политический анализ: Докл. Центра эмпирич. полит. исслед. СПбГУ. СПб., 2006. Вып. 7. С. 87–98.
- Зарубин В. Г.* Российский избиратель: опыт социол. анализа элективного действия / Рос. гос. пед. ун-т. СПб.: Образование, 1997. 145 с.
- Зимин А. В.* Социология выборов: Учеб. пособие для студентов, обучающихся по спец. «Социология» и «Политология» / Тамб. гос. ун-т. Тамбов: Изд-во ТГУ, 2005. 142 с.
- Зондерман Б.* Подходы к исследованию выборов: Введение / Пер. с нем. В. С. Авдонина // Выборы органов государственной власти Рязанской области: Сравнит. полит. анализ: Сб. ст. / Ряз. гос. пед. ун-т; Под общ. ред. В. С. Авдонина. Рязань: РГПУ, 2002. С. 5–11.
- Измайлов В. З.* Электоральное поведение: (мотивац.-технол. аспект). Краснодар: Кубан. гос. ун-т, 2004. 195 с.
- Интернет-мониторинг выборов 2003–2004 гг. в России: Гражд. инициатива проекта «Информатика для демократии — 2000+»: Итоговые материалы: В 2 т. / Регион. обществ. фонд «Информатика для демократии». М.: Фонд ИНДЕМ, 2004.
- Кертман Г. Л.* Прогнозирование итогов выборов в «региональные парламенты»: условия задачи // Социал. реальность. 2006. № 3. С. 99–108.
- Ковров В. Ф.* Электоральная социология: Учеб. пособие / Башк. гос. ун-т. Уфа: РИО БашГУ, 2005. 176 с.
- Кочкина Е. В.* Российский электорат: демогр. разрыв как полит. ресурс гендер. сегментации // Женщина в рос. обществе. Иваново, 2006. № 3. С. 47–60.
- Кротов П. П.* Кто побеждает на выборах: нетрадиц. социол. подход // Рубеж: (альм. социал. исследований). 2000. № 15. С. 231–241.
- Куликов К. В.* Социология в электоральном прогнозировании // Выборы в Российской Федерации: Материалы науч.-практ. конф., 16–17 марта 2002 г. / Под ред. М. Б. Горного. СПб., 2002. С. 179–180.
- Мелешкина Е. Ю.* «Воронка причинности» в электоральных исследованиях // Полит. исслед. 2002. № 5. С. 47–53.
- Охременко И. В.* Электоральное поведение: теория вопроса: Учеб. пособие: В 2 ч. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2002.
- Паниотто В. И.* Социологические исследования как способ контроля за результатами выборов и референдумов / Паниотто В. И., Харченко Н. // Социология: методология, методы и математ. моделирование. 2003. № 17. С. 34–55.

- Панов П. В.* Выборы в России: институциональная перспектива // Полит. исслед. 2008. № 5. С. 99–111.
- Панов П. В.* Электоральные практики на конкурентных и неконкурентных выборах в современной России // Рос. электорал. обозрение. 2009. № 2. С. 44–56.
- Пантин В. И.* Теоретическое описание электоральных процессов: проблемы и подходы: «Структура и динамика российского электорального пространства»: Круглый стол // Полис: Полит. исследования. 2000. № 2. С. 83–84.
- Пилипенко В. А.* Выборы как объект философского анализа: проблемы методологии социальных наук // Наука, искусство, образование на пороге III тысячелетия: Материалы II междунар. науч. конгр. г. Волгоград, 6–8 апр. 2000 г. Волгоград, 2000. Т. 1. С. 98–99.
- Подгорнов М. Ю.* Прогнозирование результатов выборов как социологическое исследование // Науч. труды Моск. гуманитар. ун-та. М., 2005. Вып. 59. С. 3–19.
- Политика и общество во Франции = *Politique et Societe en France*. М.: Отд. печати Посольства Франции, 1993. 77 с. (Российско-французская сер. «Информационные и учебные материалы»; № 25).
- Политический менеджмент: электорал. процесс и технологии: Сб. ст. / С.-Петерб. гос. ун-т, С.-Петерб. избират. комис.; Под ред. Л. В. Сморгунова. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1999. 194 с.
- Пушкарева Г. В.* Изучение электорального поведения: контуры когнитивной модели // Полит. исслед. 2003. № 3. С. 120–130.
- Растов Ю. Е.* Выборы губернатора: точность социол. прогнозов // Социол. исслед. 1997. № 12. С. 35–39.
- Руткевич М. Н.* Президентские выборы-2000: социол. анализ // Социол. исслед. 2000. № 10. С. 37–42.
- Социологическое обеспечение избирательных кампаний: круглый стол // Социол. исслед. 1996. № 4. С. 80–90.
- Субботина Т. В.* Социологическое рейдерство в избирательных кампаниях // Социология власти. 2007. № 2. С. 55–63.
- Сысоева Н. А.* Электоральное поведение: американские теории и российская практика / Н. А. Сысоева, А. В. Новокрещенов, А. З. Фахрутдинова. Красноярск: Б. и., 2001. 256 с.
- Тавокин Е. П.* Социологические прогнозы электорального поведения // Социол. исслед. 1996. № 7. С. 15–20.
- Тульский М. О.* Социологические службы на выборах-99 // Социол. исслед. 2000. № 12. С. 23–32.
- Хмелько В. Е.* Динамика рейтингов и социальный состав электоратов В. Ющенко и В. Януковича в избирательной кампании 2004 г. // Вестн. обществ. мнения: Данные. Анализ. Дискуссии. 2005. № 2 (76). С. 15–21.
- Чередниченко В. А.* Воюет социология!: (Роль социол. исслед. в ходе предвыбор. борьбы за должность мэра). М.: ПАИМС, 1999. 52 с. (Как стать мэром!)
- Чурилов Н. Н.* Первый «exit poll»: в Украине / Н. Н. Чурилов, С. В. Потоцкая // Социол. исслед. 1999. № 10. С. 40–46.
- Шевцов А. В.* Интернет и российская электоральная социология // Известия Рос. гос. пед. ун-та. СПб., 2013. № 156. С. 143–151.
- Шевцов А. В.* Политическая социология и современная Россия: основные пробл. и понятия: Учеб.-метод. пособие. СПб.: Изд-во РГПУ, 2009. 361 с.
- Электоральная социология: Учеб. пособие / С. Б. Суоров, И. О. Кузнецова, Е. С. Григорьев и др.; под ред. С. Б. Суорова. Саратов: Изд-во ГОУ ВПО «Сарат. гос. акад. права», 2009. 216 с.
- Электоральное поведение амурчан: анализ результатов социол. исследований / В. В. Проказин, С. В. Гревцев, М. Г. Андреева, Е. В. Ильина; Амур. гос. ун-т. Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2006. 74 с.

## Контрольные вопросы и учебные задания

- Дайте подробное описание специфики электоральной социологии относительно ее проблематики, структуры и содержания;
- Составьте список терминов, без которых невозможна работа социолога, занимающегося электоральными исследованиями. Обоснуйте свой выбор;
- С какими проблемами теоретического характера сталкивается социолог при проведении электоральных исследований?
- Опишите трудности, возникающие при изучении электорального поведения социологами разных научных школ и направлений;
- Опишите возможные типы и виды прикладных электоральных исследований;
- Постарайтесь подобрать конкретные методы для выбранного вами вида электорального исследования. Обоснуйте свой выбор;
- Пределы уступок со стороны социологов в отношении заказчика, властей и масс-медиа (на какие компромиссы идти можно и при каких условиях, а на какие — нельзя). Обоснуйте свое мнение.

## Тема 4

### ИЗБИРАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС И ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ СИСТЕМА

**Генезис и развитие выборных процедур.** Постараемся остановиться только на самых ярких примерах, предложив интересующимся данным вопросом ознакомиться со специальной литературой.

По-видимому, в основе института выборов лежит совместное обсуждение актуальных вопросов, столь известное по обыденной жизни. Социальное неравенство предопределяет иерархию мнений (чем выше статус, тем значимей сказанное слово).

О неких устоявшихся процедурах можно говорить в рамках описания режима *«военной демократии»* (оставим споры о реальности и распространении этого феномена политическим историкам). Так, в «Илиаде» Гомера Агамемнон после совещания со знатью проводит собрание воинов (эκκλeσιoυ) по поводу продолжения осады Трои [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 14–15].

В трактате Тацита «О происхождении германцев и местоположении Германии» (IX, 11–13) описывается следующая система. Народное собрание (таг) состояло из вооруженных мужчин. Открывали собрание жрецы, следящие за порядком. Выступали преимущественно вожди и старейшины. Рядовые участники в знак одобрения предложения поднимали дротики, в случае отказа — поднимали шум. Вожди и члены совета старейшин избирались на собрании.

Таким образом, перед нами так называемый «армейский» подход к голосованию. Интерес представляет только мнение вооруженных людей, способных постоять за себя. Все нити управления, в том числе и формирование повестки дня в руках военных профессионалов во главе с вождем-главнокомандующим. Мнение ополченцев-«дилетантов» интересует только с позиции одобрения/неодобрения предложений аристократии. Причем слабоорганизованное большинство, даже отвергнув «авторитетное мнение», должно было ждать итогов совещания знати, на котором вырабатывалось альтернативное решение вопроса. Понятно, что избранный на таге кандидат или был потомственным аристократом, или, в случае низкого происхождения, тут же пополнял ряды знати, отрываясь от интересов «народных масс». Как ви-

дим, вполне эффективная схема, отличающаяся от современных разве что простотой процедур.

Относительно эпохи *Античности* остановимся на двух наиболее хорошо описанных древними авторами политических системах — демократических Афин и аристократического Рима.

Реформы Солона (494/493 г. до н. э.) привели к переходу от правления аристократии к «широкой плутократической олигархии», что сопровождалось введением имущественных цензов. Всеми активными и пассивными правами пользуются имущие: разряды пентакосиомедимнов (исполнители литургий — религиозных празднеств, в том числе и театральных представлений; строители и капитаны военных кораблей), всадников (составляющих конницу), зевгитов (составляющих тяжелую пехоту — гоплитов). По Аристотелю («Афинская полития», 7, 3–4), их доходы с земли составляли соответственно свыше 500, 300 и 200 медимнов (аттический медимн, введенный тем же Солоном, 52–53 литра жидких или сыпучих тел, в первую очередь зерна). Четвертый класс неимущих (фетов — поденщиков) обладал только активными избирательными правами, но получать по выборам должности не мог.

Роль аристократического Ареопага уменьшается за счет Экклесии, Буле (400 пританов — представителей четырех фил (племен) и Гэлиэи (суд из 5 тысяч действующих и одной тысячи «запасных» членов). Основной возрастной ценз — 30 лет.

Переход к демократии — реформы Клисфена (после 507 г. до н. э.). Вместо 4-х родовых фил было создано 10 новых, каждая из которых включала по одному округу (трети — триттии) из городской, приморской и сельской (внутренней) областей. Буле увеличило состав до 500 членов (по 50 от филы). Цензовые ограничения сохранились только для архонтов (членов Ареопага) и стратегов (военачальников).

Дальнейшая «демократизация» началась с 460-х гг. (деятельность Эфиальта и Перикла). Наиболее важное событие — введение платы за участие в политической жизни (заседания Буле и Гелиэи, отправленные государственных должностей), что стимулировало малоимущих к участию в общественных делах [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 18–24].

Специфика афинской политической системы: Буле и Гелиэя не имели самостоятельной власти, выполняя решения и формируя повестку дня Экклесии. Срок полномочий должностных лиц — преимущественно один год, исполняли свои обязанности коллегиально, а не единолично. Они обязательно отчитывались о результатах деятельности после истечения этого срока.

Способы голосования и жеребьевки. Хейротония (выбор). Голосование открытое и безальтернативное, кворум не учитывался. Поднятие рук по филам в знак согласия после оглашения председательствующим текста предлагаемого постановления в Экклесии, имени кандидата в казначеи или страте-



ги. Решение принималось простым большинством по результатам подсчета, проводимого специальными «счетчиками» и оглашаемого председательствующим.

Псеффория. Тайная жеребьевка. Все граждане имеют равное достоинство, поэтому окончательное решение следует предоставить богам. По реформе Солона каждая фила по жребию отбирала 10 кандидатов, затем из них с помощью бобов избирались архонты (Аристотель. Афинская полития, 4, 8). На гражданские должности жеребьевку осуществляла коллегия из шести архонтов-фесмофетов (специалистов по конституционному и уголовному праву). В один сосуд помещались таблички с именами кандидатов, в другой — белые и черные бобы. Если вместе с именем кандидата извлекался белый боб — кандидат становился одним из 700 должностных лиц. Так назначались казначеи храмов, ответственные за подряды на производство работ, надзиратели за рынками и тюрьмами и т. п. Отбор членов Буле осуществлялся в два этапа: 1) жеребьевка по филам; 2) таблички с отобранными кандидатами в произвольном порядке извлекались из запечатанного сосуда и вставлялись в каменную стелу, имевшую 50 прорезей. Кандидаты, чьи имена «попали в прорезь», становились представителями филы в Буле на следующий срок.

Кандидат, прошедший процедуру хейротонии или псефории, подвергался процедуре докемасии — наличию полных прав гражданства (принадлежность к дему (малому округу), выполнение воинской службы и сыновних обязанностей, отсутствие крупных долгов и т. п.). Если кандидату удавалось доказать свое звание честного демота (гражданина), проводилось голосование об утверждении в должность (в Буле — поднятием рук, в Гелиэи — бросанием камешков в сосуды).

По реформе Клисфена появилась процедура «остракизма» (остракон — черепок). Члены Буле раз в год ставили на голосование Экклесии вопрос о необходимости проведения остракизма. Если вопрос решался положительно, то через несколько месяцев каждый член Собрании на специально принесенном глиняном черепке писал имя человека, который представлял опасность для существования политического режима. Если собранных черепков насчитывалось более шести тысяч, они раскладывались по кучкам. Тот, чье имя набирало более всех голосов, должен был через десять дней отправиться в изгнание [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 24–32].

Римское государственное устройство имело ярко выраженный аристократический характер. Сенат (100–300 «старейшин») состоял из глав и старших членов родов, затем стал пополняться из числа отставных консулов и преторов. Сенат обладал законодательными и судебными правами, ставил вопросы на повестку дня народного собрания, проводил кассацию (обжалование и проверку) решений последнего.

Население делилось на три трибы («трети», часто определяемые как «племя»). Каждая из них делилась на 10 курий («сообществ мужей»). Голо-

сование осуществлялось по куриатным комициям (собраниям). Кандидатура царя (рекса) выдвигалась сенатом и утверждалась комициями. Царские законопроекты также проходили через одобрение народным собранием (совкупностью комиций).

Голосование внутри комиций, скорее всего, проводилось в соответствии с названием процедуры (кто кого перекричит, сторонники или противники решения). Затем проводилось общее собрание граждан, на котором каждая курия имела один голос. Если решение получало большинство голосов, то рекс, или в период междуцарствия — интеррекс (заменяющий его сенатор), останавливал процедуру, а решение считалось принятым.

Шестой царь Сервий Туллий провел центуриатную реформу, напоминающую реформу Солона. Трибы были превращены в территориальные округа, их количество увеличено (до 4 городских и 17 сельских). Граждане были разделены на пять имущественных классов (разрядов), владельцев соответственно 1. полного земельного надела (доход не менее 100 тыс. ассов, составляли 80 центурий — сотен), 2. трех четвертей (75 тыс., 22 центурии), 3. половины (50 тыс., 20 центурий), 4. четверти (25 тыс., 22 центурии) и 5. восьмой части (11 или 12,5 тыс., 30 центурий) надела.

Вне ценза находились две группы. «Знатные и богатые» (так сказать, «нулевой класс», который исследователи иногда объединяют с первым классом) — всадники (*equites*), составлявшие 18 центурий конницы (6 патрицианских, 12 плебейских, из знатных плебеев). Неимущие (пролетарии, часто называемые шестым классом) — формирующие одну центурию (без права голоса).

Голосование по центуриатным комициям шло «сверху — вниз». Если всадники и представители первого класса («0» + «1») высказывались единогласно (98 голосов из 193), голосование прекращалось.

Также можно выделить особые трибутные комиции. Многовековая борьба плебеев за свои права привела к приданию особого веса решениям собраний плебеев по трибам (*Consilia plebis tributa*), проводимых под руководством плебейских трибунов (особых магистратов). С 449 г. их решения («плебисциты») получили силу закона и стали обязательны для всех граждан.

После свержения царской власти стали избираться два особых претора (*praetor maximus*, затем их стали называть консулами) сроком на год. Высшие (курульные) магистраты (консулы, преторы, цензоры) избирались в центуриатных, а младшие (квесторы, плебейские (народные) трибуны, курульные и плебейские эдилы) — в трибутных комициях.

Активное избирательное право — в основном с 17–18 лет (времени записи в комицию). Пленение или тяжкое преступление влекло утрату гражданства по решению народных собраний. Пассивное избирательное право зависело от уровня должности (необходимо было пройти всю «лестницу», с перерывом между магистратурами не менее двух лет). Со временем требования к кандидатам ужесточались. Усилились ограничения предвыборной агит-

тации. Так, в середине I в. до н. э. были запрещены раздачи денег и подарков, проведение пиров и зрелищ для избирателей.

Соискатели должности регистрировались в соответствующей магистратуре, члены которой проводили проверку на соответствие кандидата требованиям закона. Затем начиналась предвыборная кампания. Одетые в белые тоги претенденты агитировали за себя в местах скопления народа, где лично общались с избирателями. День голосования определялся гаданиями по полету птиц (ауспициями). Если знамения были неблагоприятны, выборы откладывались. В начале процедуры граждане выстраивались по трибам или центуриям. Последовательность голосования решалась путем жеребьевки (деревянные или бронзовые таблички, извлекаемые из урны).

Граждане проходили по специальным мостам (дабы избиратель не мог вернуться и проголосовать второй раз) и сообщали свое мнение специальным счетчикам. После введения в интересах плебеев тайного голосования (139 г. до н. э. при выборах магистратов) на Марсовом поле появились деревянные перегородки, замененные Юлием Цезарем на мраморные колонны. Голосовали, скорее всего, деревянными табличками, на которых писали имена кандидатов. Таблички опускали в урны, находившиеся в конце моста.

В сенате голосование осуществлялось или «голосом» (для сенаторов, прошедших старшие магистратуры, в обуви красного цвета), или «ногами» — сенаторы в обуви черного цвета (прошедшие младшие магистратуры) рассаживались на разные скамьи в зависимости от своего решения.

В суде члены коллегии писали на табличках одну из букв: «А» (в случае оправдания), «С» (в случае обвинения), «N» (в случае сомнения) [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 42–63].

Преобразование Римской республики в мировую державу привело к формализации избирательной системы. Военная реформа Мария закрепила «потерю» основной силы комиций — милиции (ополчения). Профессиональные солдаты ориентировались на своих вождей-аристократов, а не на традиционные структуры. В I в. до н. э. в Риме подкуп голосующих достигает невероятных масштабов. Превращенные в эпоху Ранней империи (принципата) в римских граждан бывшие провинциалы физически (из-за дальности расстояния) не могли принимать участие в работе комиций.

«Формально народные собрания продолжали функционировать и в период империи, но реальное содержание их деятельности претерпело глубокие изменения. Уже при Юлии Цезаре консулы стали избираться на много лет вперед, а некоторые магистраты назначались без участия народных собраний. В начале I в. н. э. император Тиберий отнимает у центуриатных и трибутных комиций последние выборные полномочия: частично передает их сенату, а частично присваивает. Комиции начинают собираться только для оглашения имен избранников, а в III в. н. э. происходит окончательное упразднение комиций» [Желтов М. В. Институт выборов, 2003. С. 100–101].

*Средневековье.* Образование варварских государств на территории Западной Римской империи привело к параллельному существованию двух политико-правовых систем: 1) для завоевателей — режим «военной демократии» со все усиливающимися элементами монархии; 2) для покоренных — старые имперские институты местного самоуправления. Постепенно грани между ними начинают стираться. Этому сильно способствует переход к феодализму, в процессе которого народное ополчение сменяется профессиональной армией (рыцари и наемная пехота).

Правители вестготов на юге Галлии и вандалов на севере Африки в конце V в. н. э. отказываются от общенародных собраний. В 755 г. франкские «мартовские поля» (сбор ополченцев) переносятся на май, в связи с усилением роли феодальной конницы.

«Народные собрания у германских племен повторили судьбу римской системы полисной демократии. В обоих случаях расширение государства повлекло прекращение деятельности институтов прямой демократии.

Правда, необходимо отметить, что прекращение созыва во Франкском королевстве общеплеменного народного собрания не означало полной ликвидации системы прямой демократии. Отдельные элементы древних порядков родоплеменного строя продолжали сохраняться в системе местного управления. Так, например, собрания свободных людей по-прежнему продолжали созываться в сотенных округах и в сельских общинах» [Желтов М. В. Институт выборов, 2003. С. 125–126].

Институт выборов относительно быстро восстанавливается в коммунах Северной Италии. Как два пути развития выборной системы в средневековых республиках можно выделить Флоренцию (борьба разных тенденций) и Венецию (победа аристократии).

Флоренция. Октябрь 1250 г., партия гвельфов (сторонников папы римского) свергает власть партии гибеллинов (сторонников императора). Власть переходит от знатных (нобилей) к «народу» (пополанам). Ранее существующий Совет коммуны дополняется Советом из 12 старейшин и Советом народа, избираемых непосредственно ремесленными цехами. Наряду с подестой (властителем) вводится должность Капитана народа. После нескольких переворотов и контрпереворотов схема еще более усложняется: 1) Приорат (Синьория) (по два представителя от трех крупных («старших») цехов); 2) Совет коммуны (представители имущего населения); 3) Совет народа (только представители цехов). Законопроекты проходили последовательное утверждение в данных органах.

В 1293 г. гранды (титулованная знать) и их родственники были лишены пассивных избирательных прав. Выборные процедуры и сроки занятия должностей много раз менялись, но в основном списки кандидатов (до нескольких тысяч имен) выбирались всеобщим голосованием, после чего по жребию отбирались новые магистраты (карточки с именами распределялись по кожаным сумкам в соответствии с количеством магистратур). Чиновники-

аккопьяторы вынимали карточки из сумок до полного заполнения вакансий. Избирать на одну должность можно было не чаще одного раза в три года.

В Венеции народное собрание избирало посредством выкрикивания имен пожизненного правителя (дожа) и членов «Совета мудрейших». С 1172 г. была установлена более строгая процедура — каждый из шести кварталов выдвигал 2–4 выборщиков, которые составляли список из 450–470 представителей нобилей (не более 4 представителей от одной семьи). Попавшие в список лица формировали коллегию выборщиков, которая единогласно избирала дожа.

Народное собрание уходит из политической жизни, а к середине XIV в. политические права остались у представителей двух тысяч патрицианских семей (примерно 8% жителей республики). Право избирать дожа перешла к Большому совету, а процедура все более усложнялась, доходя до 41 этапа [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 120–133].

С XIII в. в феодальных монархиях начинает утверждаться сословно-представительная монархия (на Иберийском полуострове под влиянием Кордовского халифата этот процесс начался ранее).

«В указанный период сословия стран Западной Европы оформились для того, чтобы иметь достаточно выраженные общественно значимые интересы. Сословно-представительные учреждения возникли как результат взаимной заинтересованности королевской власти, рыцарства и горожан <...>. Тезис сословных органов, безусловно, способствовал изменению выборной практики. Она теряет свою локальность и постепенно становится неотъемлемым элементом государственной и общественной жизни» [Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 134].

Классическим образцом утверждения сословных органов является Англия. Парадоксальность ситуации состояла в том, что основой парламентаризма стала Великая Хартия вольностей 1215 г., навязанная баронской оппозицией королю Джону (Иоанну) Безземельному. В ней король обязался не вводить новых поборов с населения без санкции общего совета королевства (светских и церковных магнатов, представителей городов и рыцарства). Борьба короля со знатью привела к выработке Оксфордских провизий 1258 г. Комитет из 24-х лиц (поровну от короля и оппозиции) избирал четырех выборщиков (также по два от каждой партии), которые в свою очередь предлагали кандидатуры 15 членов Королевского совета. Три раза в год собирался парламент, в который входили, кроме членов Совета пятнадцати, еще и 12 «честных» представителей общин (фактически — также ставленников баронов). После отказа короля Генриха III с санкции папы римского от исполнения провизий борьба продолжилась.

Лидер баронской оппозиции лорд-протектор Англии, граф Лейстерский Симон де Монфор созвал в 1265 г. первый выборный парламент, в который вошли по два представителя от крупных городов и графств. Победивший баронов король Эдуард I Длинноногий все же вынужден был признать сослов-

ное представительство. В 1295 г. собрался так называемый «Образцовый парламент».

К середине XIV в. обособились высшая и низшая палаты (названия утвердились через два века): 1) пэров (члены Королевского совета — знать и верхушка церкви — по должности); 2) общин — рыцарство (представители графств) и городской патрициат. Вместе парламентарии собирались только в день открытия сессии. Пэры собирались в Белом зале Вестминстерского дворца, члены нижней палаты — в капитуле Вестминстерского аббатства. Сессии (по две-пять недель) проводились 1–4 раза в год по инициативе короля, в зависимости от политической ситуации. Представители графств стали получать по четыре, а представители городов — по два шиллинга за каждый день сессии, что позволило пресечь попытки отказа от присылки депутатов на заседания по причине безденежья.

Выборы проводились голосованием перед каждой сессией, после получения королевского приглашения. В графствах собрания проходили под председательством шерифа. Число избирателей составляло 200–450 землевладельцев (рыцарей, сквайров и свободных крестьян — фригольдеров). В целом по Англии такого рода избирателей насчитывалось 16,5–20 тыс. Парламентский статут 1429 г. для избирателей в графствах ввел единый имущественный ценз — 40 шиллингов годового дохода с фригольда («свободного владения» — земельного участка, находящегося в полной частной собственности), что еще более сократило число избирателей. В 1445 г. крестьяне были исключены из числа кандидатов в парламентарии, а за каждое выявленное нарушение процедур выборов шериф мог быть присужден к штрафу в 100 фунтов стерлингов.

При Эдуарде I в парламент приглашались представители 177 городов, но только 58 населенных пунктов регулярно избирали своих депутатов. После введения депутатского жалования ситуация изменилась, к середине XV в. более ста городов («сити и бургов») были представлены в парламенте. В 1377 г. в 70 городах Англии проживало около 130 тыс. избирателей, то есть на порядок больше, чем в графствах. Число депутатов от городов также могло значительно превышать число рыцарей графств. Имущественный ценз значительно отличался от города к городу, но большинство избирателей составляло крупное купечество, в первую очередь оптовые торговцы шерстью. Выборы проводили члены городского самоуправления (бейлифы и олдермены) на собрании городской общины. По статуту 1445 г. за злоупотребления на бейлифа налагался штраф 40 фунтов, в 2,5 раза более низкий, чем штраф, налагаемый на шерифов [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 135–148].

Во Франции с середины XIII в. собирались провинциальные Штаты (провинциальные ассамблеи сословий), в первую очередь в наиболее богатых и сепаратистски настроенных областях (Провансе и Фландрии). Причем представители светских феодалов и главы городского самоуправления засе-



дали зачастую отдельно. С XII в. стали проводиться расширенные заседания Королевского совета, на которые стали приглашаться представители крупных городов. Налог на духовенство, приведший к конфликту с папским престолом, вынудил короля Филиппа IV Красивого в 1302 г. созвать Генеральные Штаты (официально термин был употреблен только в 1484 г.). Были сформированы три палаты («сословия»), каждая из которых с XIV в. состояла примерно из 300 депутатов.

Высшее духовенство и крупные феодалы отбирались королем по его личным приглашениям, считаясь законными представителями рядового духовенства и вассалов знати. Палата буржуа (горожан) формировалась более сложным образом. Приглашения на ассамблею получали главы местных администраций (бальи на Севере и сенешали на Юге), главы городского самоуправления (консулы, мэры, эшеваны) и представители крупных городских корпораций. Вопрос о том, кто станет депутатом, решался в зависимости от местных традиций. Они или назначались должностными лицами, или избирались «лучшими людьми» (крупными домо- и землевладельцами) из числа горожан и жителей округа. В среднем число избирателей колебалось в границах 21–80 человек на город. Небольшие городки посылали делегатов-выборщиков на собрания округа, где и проводились выборы депутатов.

Зачастую депутат не являлся членом сословия, которое представлял (профессиональный юрист мог заседать в палате духовенства или дворянства, дворянин — в палате третьего сословия).

Генеральные Штаты собирались крайне нерегулярно, в эпохи войн и смут — часто, в эпохи политической стабильности — редко. С 1560 г. в выборах в третью палату начали участвовать свободные крестьяне, почему и появилось понятие «третье сословие». Выборы стали трехстепенными (местные собрания — окружные собрания — собрания бальяжей) или двухстепенными (городские собрания для крупных городов — собрания бальяжей). Дворяне также перешли к выборной системе, выбирая своих представителей на собраниях бальяжей. В период 1614–1789 г. Штаты не собирались [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 152–163].

*Древняя Русь и Московское государство.* И. В. Минникес выделила несколько основных черт института выборов в Древней Руси:

1) избрание на раннем этапе развития государства — одна из альтернативных форм замещения поста, наряду с назначением и наследованием;

2) в выборах X–XV вв. отсутствовал такой признак, как периодичность. Пользуясь современной терминологией, можно квалифицировать практически все выборы ранней эпохи как чрезвычайные;

3) порядок проведения выборов окончательно не сложился. На практике допускаются вариации в зависимости от избираемой должности, основания выборов, привходящих обстоятельств. Поэтому некоторые стадии процесса избрания имеют характер обязательных, другие — факультативных;



4) контингент участников выборов формируется под влиянием обычая. Он характеризуется высокой степенью вариативности применительно к любой стадии выборов;

5) каждой стадии выборов присущ собственный контингент участников. Наиболее широкий — для вечевой стадии и обряда «укрепления»;

6) требования к избирателям и избираемым не имеют правового характера. Но, в силу обычая, некоторые ограничения наличествуют и имеют обязательную силу как для избирателей, так и для избираемых лиц, например, пол и личная свобода. Другие условия присущи лишь определенной должности, например, принадлежность к княжескому роду — для замещения престола, монашество — для архиепископской кафедры и т. п. Третья группа — условия непостоянного характера (факультативные). Они варьируются в зависимости от внутренних условий и внешних обстоятельств жизни общины;

7) на данном этапе отсутствуют органы и лица, специально предназначенные для организации выборов или осуществления контроля над процедурой избрания;

8) основной регулятор выборов на ранней стадии развития русского государства — обычай. Лишь на заключительной стадии и только в княжеских выборах фигурирует еще один источник — договор [См.: Минникес И. В., 2003. С. 202–204].

Основные вопросы, которые решало вече — призвание (приглашение) князей и избрание должностных лиц (посадников, тысяцких и др.). Если верить летописям, из 50 киевских князей 14 были приглашены по решению вече с заключением «ряда» (договора), в котором оговаривались взаимоотношения земли и князя.

Столицы княжеств имели свои атрибуты вечевой деятельности — особый колокол и специальную трибуну («степень»), которая возвышалась над площадью. К участию в вече допускались, по-видимому, все свободные граждане. Обычно председательствовали на нем князь и глава местной епархии, которым помогали представители боярского сословия — «лучшие (именитые) люди». Возглавляя собрание, они в то же время не могли противостоять его воле. В X–XII вв. аристократическая верхушка еще не обладала всей властью в городе и не могла отменить решения вече.

Если в спокойное время на таких собраниях соблюдался определенный порядок, то в экстраординарных случаях (в моменты бедствий и возмущений) они являли собой неуправляемую стихию, толпу, кричащую на разный лад. По мнению историков, обычное вече выглядело как «вполне упорядоченное совещание», проходящее с соблюдением следующих правил: инициатива созыва принадлежала князю или главе городского самоуправления, сбор общинников проходил на главной площади, а его участники размещались в определенном порядке — ближе к князю и другим правителям города «именитые люди», за ними — все остальные. Исследователи высказывают даже предположение о существовании предварительной записи для выступавших

(если повестка собрания была известна заранее) и протокольном ведении принятых решений.

На ранних этапах истории Киевской Руси институты вечевой демократии играли важную роль в жизни многих земель. В их активном использовании росло политическое и правовое самосознание городских общин. Усиление княжеской власти и феодальной знати со второй половины XII в., монгольское нашествие в середине XIII в. приводят к ослаблению роли и значения народных собраний. Во многих землях отмирает практика призвания князей, а деятельность веча сводится к решению вопросов местного самоуправления. Исключением остается северо-западная область древнерусского государства — Новгородская феодальная республика, в которой значение веча сохраняется на протяжении нескольких последующих столетий [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 221–222].

Ограничение власти новгородского князя в области внутренней политики с 1136 г. привело к установлению политической системы, которую часто называют Новгородской республикой. Усложняется территориально-родовая структура: 5 концов («Плотницкий» и «Славенский» на Торговой стороне — правом берегу Волхова, «Загородский», «Людин» и «Неревский» — на Софийской стороне), 10 имеющих родовое происхождение сотен и улицы. Все эти единицы имели выборных старост. Каждый конец имел свое вече.

«На общегородском вече концы соперничали при выборах посадника и других должностных лиц, в борьбе за политическую власть и экономическое влияние, за контроль над огромной территорией Русского Севера <...>. Современные историки, определяя социальный состав вечевых собраний, высказывают разные мнения. Одни считают их участниками всех свободных и полноправных горожан — от «мала и до велика», другие — только зажиточные слои населения. Первые (И. Я. Фроянов, А. Ю. Дворниченко, А. В. Петров и др.) в подтверждение своих взглядов ссылаются на летописные свидетельства. Вторые (В. Л. Янин, О. И. Чистяков и др.) основываются, прежде всего, на данных археологических раскопок, которые показывают, что в древнем Новгороде не было просторных площадей, где бы могли разместиться более 500 человек. Отсюда делается предположение, что полноправными участниками веча являлись представители только боярского сословия» [Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 225–226].

«Сигналом к общегородскому вечу служил клич бирючей или бой особого колокола, не похожий на звук остальных церковных колоколов. Услышав его, участники сходились на Торговую сторону к Ярославову дворищу (в современном Новгороде площадь перед Николо-Дворищенским собором и церковью Прокопия) — месту расположения государственной канцелярии (гридницы) и выдачи грамот. Для провозглашения нового архиепископа вече собиралось на левом берегу Волхова — у Софийского собора.

Правомочность веча в принятии решений определялась несколькими условиями:

а) присутствием высших должностных лиц республики — посадников и тысяцких. Об этом должны были свидетельствовать их печати, вывешенные для всеобщего обозрения. От новгородского архиепископа в вече участвовали помощники, которые наблюдали за ходом собрания и ставили в известность владыку;

б) присутствием представителей всех пяти городских концов и новгородских сотен во главе со своими выборными лицами — кончанскими и уличанскими старостами, сотскими и т. д.;

в) присутствием представителей всех сословных групп от боярства до «черных людей».

Невыполнение одного из этих условий нередко являлось основанием для признания общегородского веча незаконным и отмены его решений. Тем самым важное место новгородская демократия отводила соблюдению принципа широкого представительства.

После открытия веча к присутствующим с возвышения — «степени» обращался посадник, который объявлял «повестку» собрания. Затем начинались прения. По их окончании от имени правителей Новгорода предлагался проект решения, предварительно согласованный с владыкой. Участники веча при помощи громких криков должны были его поддержать или отвергнуть. Исход такого «голосования» определялся «на слух». Победа доставалась тому городскому концу, представители которого были на вече в большинстве.

Иногда принятое решение оспаривалось меньшинством. В таком случае начиналось противостояние, которое нередко перерастало в вооруженную борьбу. Новгородцы, разбившись на враждующие группы, громили усадьбы соперников или сражались в рукопашном бою на Волховском мосту. Исход этого противостояния воспринимался как воля провидения» [Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 232–233].

Переход к централизованному государству сопровождался развитием системы местного самоуправления, являвшейся для царской власти противовесом удельному сепаратизму князей и бояр.

Та же И. В. Минникес выделила следующие характерные черты для института выборов в русском государстве XVI–XVII вв.:

1. Поэтапное введение выборности — на первом этапе это было избрание лиц, не облакаемых властью, а выполняющих совещательные функции и выступающих как гаранты правильности процедур (судные мужи); на втором — выборы лиц, облеченных государственно-властными полномочиями на местном уровне (старосты, городовые приказчики, целовальники и др.); хронологически последние — общеземские выборы в масштабах значительной части территории государства.

2. Альтернативный характер института выборов — избрание в данный период, как правило, не единственный способ замещения поста, даже для од-

ного и того же органа. Как единственно возможный вариант он практикуется на самом низшем уровне, то есть для постов, незначительных с позиций «государственного дела», а также для части представителей на общеземские совещания. В последнем случае это прямо оговаривается актами государственной власти. Выборы как альтернатива назначению возможны в двух вариантах: 1) по решению столичных властей (напр., таможенные и кабацкие головы могли быть избраны населением города, а в другом случае — назначались из столицы), прямое назначение обычно избираемого лица практиковалось и как санкция за неодобряемые правительством действия; 2) замена выборов назначением практиковалась и по инициативе населения, оно могло отдать предпочтение либо избранному ими старосте, либо наместнику, назначенному из центра.

3. Вариативность процедуры выборов — процедуры избрания должностных лиц местного уровня или общеземских представителей и тем более главы государства имеют весьма существенные отличия. Если между местными и общеземскими выборами на соборы (совещания) еще можно найти общие черты (стадии сбора населения, голосования и оформления выборов), то процесс избрания главы государства уникален в целом.

4. Наличие как фактических, так и юридических оснований выборов — юридические основания имеют сходную природу для местного и общеземского уровня: выборы начинаются после получения соответствующего предписания правительственных органов. «Набор» фактических оснований зависит от вида выборов. Например, необходимость проведения выборов на местах может быть обусловлена сроками истечения полномочий предыдущего администратора, а для общеземских выборов или замещения трона это не характерно.

5. Введение института ответственности за выборных лиц — однако ее сфера применения имеет непостоянный характер. В одних случаях она возлагается на избирателей, в других — на организаторов выборов, в третьих — и на избранников, и на организаторов, в четвертых — на избранников и избирателей.

6. Наличие определенных требований к избирателям и избираемым лицам — некоторые требования имеют правовую природу и вполне могут быть обозначены как цензы.

7. Разнообразие актов, относящихся к выборам, как по юридической природе, так и по предмету регулирования.

8. Преимущество института выборов — многие выборные должности «унаследованы» российским государством XVI–XVII вв. из практики X–XV вв. Такой же вывод можно сделать и в отношении второго этапа выборов — многие должности, особенно нижнего уровня, сохранили свой выборный характер до следующего столетия [См.: Минникес И. В., 2004. С. 202–203].

Реформа местного самоуправления 1555 г. — повсеместное введение губных (губа — округ) и земских изб. В соответствии с царскими грамотами

в выборах участвовали все свободные люди (в выборах в земские избы не участвовали служилые люди, подчинявшиеся непосредственно центральной власти). На общем собрании населения губы избирался орган, состоящий из 3–4 детей боярских, старост, десятских и 5–6 «лутчих людей». Должностные лица принимали присягу («крестоцелование»), а список с их именами отправлялся в Москву (Белозерская грамота 1539 г.).

К концу XVI в., согласно А. В. Иванченко (Избирательные комиссии Российской Федерации: история, теория, практика. М., 1996. С. 12), сложилась следующая процедура: «Проживавшие в исторически сложившихся территориальных единицах дворяне и посадские люди избирали на сходе открытым голосованием главу губного органа. Функции контроля за выборами выполняли должностные лица Разбойного приказа, этот же приказ и утверждал в должности выборное лицо — губного старосту. Помимо этого на Разбойном приказе лежала обязанность выдавать специальный наказ (инструкцию) с разъяснением основных прав и обязанностей губного старосты. Староста непосредственно формировал аппарат, который состоял из целовальников, избравшихся посадскими и чернотяглыми крестьянами. Каждый губной орган имел специальную канцелярию — губную избу, делопроизводство в которой вел губной дьяк. Сначала старосты избирались бессрочно, затем выборы стали проходить ежегодно» [Цит. по: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 248–249].

Собственно политический («общенациональный») уровень охватывали совещательные «Соборы всея земли» (Земские соборы), рассматриваемые многими исследователями в качестве своеобразных сословно-представительских органов.

«В середине и второй половине XVI в. земские соборы проходили в виде расширенных совещаний при царе думских чинов и высшего духовенства — Освященного собора. Их состав предварительно определялся царем вместе с Боярской думой и менялся в зависимости от многих обстоятельств — повестки дня, политической ситуации, финансовых нужд и даже от места проведения отдельных соборов. Отсюда — отсутствие ясности в формировании системы представительства, нерегулярность созыва заседаний, нечеткость компетенции, внутренней структуры и регламента, переплетение деятельности церковных и светских совещаний. Среди их участников летописи XVI в. упоминают представителей различных групп населения — архиепископов и епископов, игуменов и архимандритов, бояр и окольничих, воевод, детей боярских и дворян, дьяков, приказных людей и купцов. В целом, система участия в XVI в. определялась, по мнению исследователей, двумя основными условиями — общественно-политическим и должностным положением и царским назначением (приглашением) <...>. Упомянутые в ряде источников этого времени «выборные» люди не являлись делегатами с мест. Они составляли особый должностной чин на государственной службе. Таким образом, в истории ранних земских соборов принципы выборности были развиты слабо.

Дальнейшее развитие системы сословного представительства связано с ростом значения земских соборов как органов государственной власти в конце XVI — начале XVII в. Об этом свидетельствует ответ бояр польскому послу по поводу «вечного мира» России с Речью Посполитой в 1585 г.: «Это дело великое для всего христианства; государю нашему надобно советовать-ся об нем со всею землею, сперва с митрополитом и со всем освященным собором, а потом с боярами и со всеми думными людьми, со всеми воеводами и со всею землей; на такой совет съезжаться надобно будет из дальних мест». По мнению некоторых историков, впервые делегаты, выбранные от уездного дворянства, присутствовали на соборе 1584 г. при утверждении царем наследника Ивана Грозного Федора Ивановича, а на следующем избирательном соборе в 1598 г. их число увеличилось, и расширился круг сословных групп, от которых были посланы делегаты» [Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 250–252].

Наиболее известен Собор 1613 г., на котором был избран Михаил Романов. Собор был достаточно многолюдным (700–800 участников), в нем приняли участие представители сословий лично свободных людей. Причем срок проведения несколько раз переносился, так как многие провинциальные воеводы и дьяки затягивали проведение выборов, из-за чего приходилось рассылать «повторные грамоты».

«В ряде грамот указаны сословные квоты. Землям по Двине предлагалось: «...для великого земсково совету и государьского обирания ехать к нам, к Москве, из духовново чину пяти человеком, ис посадцких и из уездных людей двадцати человеком, ис стрельцов пять человек» [Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 254–255].

Созывались соборы в результате совместного решения царя, Боярской думы и церковных иерархов. В царском указе или боярском приговоре указывались обсуждаемые вопросы («повестка») и конкретные сословные группы, представители которых приглашались в Москву. Организовывал и контролировал выборы Разрядный приказ, занимавшийся кадровым составом служилых людей. Так, при обсуждении военных дел чаще приглашались служилые люди, а при установлении новых налогов предпочтение отдавалось духовенству и купечеству [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 256].

Проведение выборов на «местах». По приказу воеводы в дни торгов зачитывался текст царского указа. Затем воевода назначал день выборов и рассылал гонцов. К назначенному сроку избиратели собирались в съезжей избе, где по сословиям выдвигали своих представителей. По окончании выборов присутствующими подписывался итоговый избирательный акт и составлялся «договор» (наказ депутатам). К указанному в «призывной» грамоте сроку открытия собора (обычно к церковному празднику) выборные направлялись в Москву. Воевода посылал с ними отчетную документацию, которая внимательно изучалась в Разрядном приказе, после чего окончательно решался во-

прос об утверждении полномочий того или иного представителя. Документы нередко отмечают случаи низкой активности избирателей, почему приходилось проводить повторные выборы или просто назначать делегатов местными властями [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 257–258].

Обобщая накопленный материал, В. Н. Белоновский следующим образом оценивает развитие института выборов. «Характерной чертой выборных начал, начиная с древности, являлось их органичное вписание в механизм реализации княжеской власти; выборные рассматривались как представители государственной власти, а не как корпус некоего представительства с мест противостоящей официальной власти в интересах местных обществ.

Оценивая выборные начала в период становления централизованного государства в целом, необходимо отметить, что выборный процесс пробивал себе дорогу на уровне традиционного для России местного общинного самоуправления. Первоначальные ячейки института выборности уже четко прорисовывались через сельский сход, волостное собрание представителей сельских сходов, уездное собрание. Именно на этом этапе мы можем говорить о формировании системы земского представительства. В это время вырисовываются и некоторые элементы будущей выборной системы: территориальность, формировавшаяся сословность, административно-территориальные округа, личностный фактор, индивидуальное представительство, многостепенность, косвенность, ограниченность, смешанные виды голосования, приоритетность, корпоративность, цензовость, альтернативность и др.

С помощью выборных начал логически замыкалась система власти, основанная на реализации принципов местного самоуправления — начиная с общины и кончая представительством земских соборов в XVI–XVII вв. Избрание участников земских соборов укладывалось в традиционную выборную систему, существовавшую на Руси с древних времен на уровне общинного самоуправления (земщины). Она была привычна, соответствовала менталитету россиян, регулировалась традицией, обычаем и отдельными нормативными актами. Рассмотрение принципов формирования представительства земских соборов вне этой системы приводит к ошибочным выводам по важнейшим проблемам избирательной культуры России XVI–XVII вв. и истории российской государственности в целом» [Белоновский В. Н., 1999. С. 244].

*Новое и Новейшее время.* Великая Французская буржуазная революция открыла новый, демократический этап развития избирательного права. Впрочем, путь был довольно извилист.

При проведении выборов 1789 г. Людовик XVI пошел навстречу требованиям третьего сословия об увеличении их представительства с 300 до 600 мест. Однако он не принял решение о способе голосования: сохранении посословного или введении поименного. Было увеличено количество выбор-



щиков, представляющих крупные города (Париж — 600 выборщиков), а бальяжи были разделены на главные и второстепенные.

Все три сословия выбирали своих представителей. Духовенство голосовало в один-два тура. Рядовое духовенство избирало выборщиков, которые совместно с церковными иерархами избирали депутатов. Также каждый монастырь и духовный орден получил право на выборы одного депутата. Дворяне голосовали в один тур. Безземельные дворяне участвовали в выборах по месту жительства, а дворяне-землевладельцы имели право голоса во всех сеньешальствах и бальяжах, где располагались их владения.

Члены третьего сословия избирали депутатов в три тура, а избиратели второстепенных бальяжей — в четыре. Кандидатуры выборщиков выдвигались на собраниях членов профессиональных корпораций или на городских собраниях избирателей, не входивших в состав цехов и гильдий. Выбранные представители проводили собрание третьего сословия города, на котором отбирали делегатов на собрание бальяжа. Здесь к городским выборщикам присоединялись выборщики-сельчане. На общем собрании вновь избирали выборщиков. А если существовали второстепенные бальяжи, то проводился еще один тур. Выборами руководили главные судьи округов (лейтенанты), в больших городах — мэры.

Для Парижа 15 апреля 1789 г. был создан особый регламент, по которому сословия избирали выборщиков (по 150 от привилегированных сословий и 300 — от непривилегированного). Для представителей третьего сословия цензом служили: свидетельство о занятии государственной должности или занятии свободной профессией, диплом об ученой степени, патент на звание мастера или квитанция об уплате подушного налога в 6 ливров и более. Затем выборщики отбирали по 10 депутатов от духовенства и дворянства и 20 — от третьего сословия.

Всего было избрано 291 депутат в первую палату, 270 — во вторую, 578 — в третью (среди депутатов от третьего сословия оказалось 314 юристов) [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 164–169].

17 июня 1789 г. Генеральные Штаты голосами третьего сословия («коммун») и большинства представителей духовенства были переименованы в Национальное учредительное собрание (Национальную конституционную ассамблею).

Избиратели в Национальное собрание, согласно Декрету 22 декабря 1789 г. и Конституции 3 сентября 1791 г., отбирались в соответствии с возрастным (25 лет), имущественным (налог в размере среднего заработка за три рабочих дня — 1,5–3 ливра, не находящиеся в услужении у других лиц) цензами и цензом оседлости (проживание «на месте» в течение одного года). Плюс был введен «ценз лояльности» — принесение гражданской присяги (он отсекал не присягнувших новому режиму сторонников абсолютизма — «роялистов»).

Раз в два года в каждом кантоне вывешивались списки избирателей, они публиковались за два месяца до первичных собраний, которые и утверждали эти списки. Оспорить решение собрания можно было только по суду. Созывались собрания во второе воскресенье марта по инициативе местных властей или самих жителей. От ста «активных» граждан избирался один выборщик. К кандидатам в выборщики применялся высокий имущественный ценз (в населенных пунктах свыше 6 тыс. жителей — годовой доход стоимостью средней зарплаты за 200 рабочих дней (за 150 дней — для домовладельцев), в небольших населенных пунктах — соответственно за 150 и 100 дней).

Выборщики избирали и мэров городов, и депутатов Национального собрания. Каждый департамент выбирал по три представителя, плюс одного депутата избирала столица. Наряду с 247 представителями территорий, избирались 249 депутатов как представителей от всего населения Франции (в соответствии с количеством «активных» граждан) [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 170–176].

Развитие революционного процесса в 1792 г. приводит к созыву Национального Конвента и свержению монархии. Первичные собрания были проведены 26 августа, выборы в департаментах — 2 сентября. Основная избирательная схема была сохранена, возрастной ценз был снижен до 21 года, а в качестве имущественного ценза сохранилось требование жить на доходы или трудовой заработок и не являться прислугой. Возрастной ценз для депутатов остался прежним — 25 лет.

По Конституции 1793 г. (I года Республики) имущественный ценз отменялся, ценз оседлости сохранялся только для участников первичных собраний. Двухступенчатые выборы остались лишь для органов суда и местного самоуправления. В Конвент первичное собрание, объединяющее население от 39 до 41 тыс. человек, избирало непосредственно одного депутата. Единый день выборов — 1 мая (Конституция была принята до введения республиканского календаря). Собрание выбирало председателя, секретаря и счетчиков, причем кворум не учитывался. Голосование по выбору участников могло проводиться как открытым голосованием, так и подачей записок. Впрочем, реализовать на практике эти положения не удалось, новая избирательная система осталась «на бумаге» [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 176–180].

По Конституции 1795 г. (III года Республики) парламент (Законодательный корпус) был разделен на две палаты: 1) Совет пятисот, разрабатывающий законопроекты, и 2) Совет старейшин, утверждающий законы (250 депутатов в возрасте не моложе 40 лет, состоящих или состоявших в браке, ценз оседлости — жизнь на территории Республики 15 лет). Состав Совета пятисот обновлялся на четверть каждый год, состав Совета старейшин — на треть. Общий возрастной ценз вновь был повышен до 25 лет. Днем голосования стало первое жерминаля. Вновь была установлена двухступенчатая система. На съездах избирателей в составе от 450 до 900 участников

председателем назначался самый старший из избирателей, а протоколистом (секретарем) — самый молодой. Также избирались три счетчика. Голосование проводилось тайно. В случае уличения в продаже или покупке «избирательного голоса» нарушитель на 10 лет лишался всех избирательных прав, в случае рецидива — навсегда. Каждый участник вызывался секретарем или счетчиком и передавал ему закрытый бюллетень. Избиратель, отсутствующий в момент оглашения фамилии, терял право проголосовать в данном году.

По сравнению с 1791 г. был увеличен имущественный ценз для выборщиков. Департаментские собрания выборщиков проводились 20 жерминаля. Сельские выборщики получали «прогонные» (75 сантимов за каждое лье пути от дома до пункта назначения) и по 3 франка за каждый день собрания (выборы продолжались до 10 дней). Если никто из кандидатов не получал абсолютного большинства голосов выборщиков, проводился второй тур — каждый выборщик подавал два списка: 1) желательных лиц по числу избираемых депутатов; 2) лиц нежелательных, по мнению выборщика (можно было подавать пустой бюллетень, максимум — половина фамилий кандидатов в депутаты). Сначала отсеивались «жертвы остракизма» (против кого проголосовало большинство выборщиков), а затем подсчитывали число «позитивных» голосов из первой урны. Впоследствии от этого способа отказались и стали оставлять во втором и третьем турах кандидатов, получивших в предыдущем туре больше голосов, чем остальные. Если в третьем туре голоса разделялись поровну, проходил старший по возрасту кандидат [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 189–191].

При Наполеоне Бонапарте схема законодательных представительных органов стала еще более запутанной. По Конституции 1799 г. (VIII года Республики) возрастной ценз активных избирателей вновь был понижен до 21 года. Усложнилась система выборов: окружные комиссии — окружные списки — департаментские списки. Контрольными и судебными функциями обладал Бюстительный Сенат, состоящий из 60 пожизненных членов старше 40 лет. Ежегодно в его состав кооптировали по два члена, что привело к росту числа сенаторов до 80. Законодательная инициатива перешла к правительству (фактически к первому консулу). Государственный совет (из 50 «лучших людей» Республики) разрабатывал законопроект. Затем он обсуждался Трибуналом, состоящим из 100 членов (возраст депутатов от 25 лет, ежегодное обновление состава на одну пятую, кандидатуры одобряются Сенатом). Далее законопроект поступал в Законодательный корпус (300 членов, возраст депутатов от 30 лет, схема избрания схожа с Трибуналом, сессия 4 месяца в год).

В эпоху Реставрации, в соответствии с Хартией 1814 г., цензы были повышены (30 лет и 300 франков прямых налогов в год для избирателей, 40 лет и 1000 франков — для кандидатов). Число лиц, обладающих активным избирательным правом, сократилось до 100 тыс., пассивным — до 14 тыс. Есте-

ственно, выборы стали проводиться в один тур. Руководители избирательных комиссий назначались королем.

Революция 1830 г. привела к снижению основных цензов (25 лет и 200 франков — активное избирательное право, 30 лет — пассивное избирательное право). Председатели комиссий стали выбираться избирателями. Революция 1848 г. отменила имущественный ценз при выборах в Учредительное собрание, снизило возрастной ценз до 21 года, а ценз оседлости — до 6 месяцев. Франция перешла к системе «четырёххвостки» (всеобщего, прямого, равного и тайного избирательного права).

По избирательному закону 1850 г. ценз оседлости был увеличен до трех лет. Однако после установления режима II Империи по Конституции 1852 г. низкий ценз был возвращен. Зато вновь появилась присяга на верность Конституции для избранных депутатов [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 194–196].

В Великобритании в середине XIX в. развернулось массовое движение за расширение избирательных прав («чартизм»). Еще в 1829 г. к депутатской деятельности допустили христиан, не исповедовавших англиканство. В 1866 г. в депутатской присяге появилось неопределенное упоминание о «вере в Бога», то есть формально путь был открыт для представителей любых монотеистических религий и конфессий.

Первая парламентская реформа в Великобритании (1832 г.). Сохранился «брачный ценз», голосовать могли только главы семейств. Ценз оседлости равнялся одному году. Имущественный ценз составил 40 шиллингов (3,3 фунта стерлингов) дохода с недвижимости. Зато получили право голоса арендаторы земли (копигольдеры) с выплатами не менее 5 фунтов в год. В городе избирателями являлись домовладельцы и съемщики жилья, выплачивающие не менее 10 фунтов в год. Избиратель должен был вносить налог на бедных и ни разу не должен был обращаться за государственным пособием. Число избирателей достигло 800 тыс. Были ликвидированы «гнилые местечки» (56 округов с населением до 2000 человек), а 32 города с числом жителей менее 4 тыс. стали посылать в парламент по одному депутату вместо двух. Взамен было создано 42 округа, в которых «разыгрывались» 144 вакантных места [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 194–197].

Чартистское движение выдвинуло Народную хартию 1838 г. с требованием тайного и всеобщего голосования, равных одномандатных округов, ежегодных парламентских выборов, оплатой труда депутатов. Лишь одно требование стало реальностью: в 1858 г. был отменен «Акт об обеспечении свободы парламентов...» (1710 г.), по которому депутат парламента должен был обладать собственностью, приносящей годовой доход не менее 600 фунтов стерлингов в графствах и 300 фунтов в городах.

15 августа 1867 г. был принят «Акт о народном представительстве». Было перераспределено еще 45 депутатских мест, а право голоса получили все квартирисьемщики, при условии, если дом облагался налогом для бедных.

Число избирателей превысило 2 млн человек. В 1872 г. было введено тайное голосование.

В 1884 г. закон вышел в новой редакции. В городах избирательные права приобрели все квартиросъемщики, на графства были распространены избирательные нормы, установленные в 1867 г. для городов, что включило в состав избирателей рабочих, трудящихся в сельской местности. Число избирателей выросло до 5 млн [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 199–200].

Таким образом, в Англии до избирательной реформы 1832 г. активным избирательным правом обладало 4,4% взрослого населения страны, в результате ее проведения — 7,5%, а после проведения реформы 1867 г. — 16,4%.

Во Франции в 1791 г. только 16% взрослого населения было вправе участвовать в выборах, после принятия Конституции 1795 г. их доля уменьшилась до 8%. В 1817 г. активными избирательными правами пользовалось лишь 0,3% взрослого населения страны [См.: Зарубежное избирательное право, 2003. С. 10–11].

Под влиянием французского опыта постепенно демократизируется избирательное право в германских государствах. Так, в Пруссии Конституционная хартия 1850 г. устанавливала многоступенчатые выборы ландтага. Избиратели разделялись на три разряда в зависимости от суммы налогов (по принципу — треть налогов — треть избирателей). В среднем получалось следующее соотношение: 1) 4–5%, 2) 11–14%, 3) 81–85%. Избиратели выбирали выборщиков, а те — депутатов ландтага (открытым голосованием).

Зато Германская империя, согласно Конституции 1871 г., перешла к системе всеобщих, прямых и тайных выборов, хотя система косвенных выборов сохранилась в отдельных автономиях, в том числе и самых крупных — Пруссии и Баварии [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 201–205].

На рубеже XIX–XX вв. начало приносить плоды суфражистское движение — избирательные права стали предоставляться женщинам, хотя этот процесс растянулся на многие десятилетия.

Так, женщины получили избирательные права в Новой Зеландии в 1893 г., в Австралии — 1903 г. Британская империя предоставила в 1918 г. право голосовать и быть избранными только женщинам с 30 лет, являющимся главами семейств, или состоящим в браке с главой семейства, или окончившим университет. Полное уравнивание в правах с мужчинами состоялось только в 1928 г. по Закону о народном представительстве.

Согласно Конституции США 1787 г., представителем (членом нижней палаты Конгресса — парламента США) может стать лицо, достигшее 25 лет, состоящее в гражданстве США в течение как минимум семи лет и являющееся во время проведения выборов жителем того штата, от которого оно избирается. Условиями избрания сенатором (членом верхней палаты) являются достижение 30-летнего возраста, наличие гражданства США в течение не

менее чем девяти лет и места жительства в штате, от которого данное лицо избирается. Наконец, президентом США может быть избран гражданин США по рождению, достигший 35 лет и проживший в этой стране, по меньшей мере, в течение 14 лет.

Места в Палате представителей первоначально распределялись пропорционально количеству свободного (то есть белого) населения штатов и 3/5 «прочих» лиц. Индейцы при подсчете численности населения штатов не учитывались, как, впрочем, и сейчас не учитываются те из них, которые проживают в резервациях: они освобождены от уплаты налогов и не имеют избирательных прав при проведении выборов в органы публичной власти. Выборы Палаты представителей изначально, будучи прямыми, остаются таковыми и в настоящее время. Сенаторы же избирались легислатурами (парламентами) штатов. Срок полномочий сенаторов составил шесть лет при постепенном их переизбрании на одну треть через каждые два года, а срок полномочий представителей — два года при единовременном избрании всего состава палаты.

Конституция установила косвенные выборы президента и вице-президента. Они стали избираться выборщиками, назначаемыми каждым штатом в количестве, равном общему числу сенаторов и представителей, которых штат имеет право направлять в Конгресс. Выборщики каждого штата должны собираться в столице этого штата. Голосование проводилось следующим образом: выборщики голосовали за двух лиц, которые не должны быть жителями одного штата. Лицо, получившее больше половины голосов всех выборщиков и больше, чем любой другой кандидат, становилось президентом, а лицо, получившее второе место по количеству полученных голосов — вице-президентом США. Если требуемое число голосов получило несколько человек или не получал никто, то применялась экстраординарная процедура избрания президента Палатой представителей, а вице-президента — Сенатом.

Конституция предоставила Конгрессу право устанавливать сроки избрания выборщиков, день, когда они подают голоса, а также сроки и порядок проведения выборов сенаторов и представителей.

Все остальные вопросы, в том числе ограничения активного (а для региональных и местных выборов и пассивного) избирательного права, порядок избрания выборщиков, образования избирательных округов и избирательных органов и т. п., Конституция предоставила регулировать штатам [См.: Сборник нормативных правовых актов зарубежного избирательного законодательства, 2004. С. 19–20].

Основные политико-правовые изменения:

– 12-я поправка к Конституции (принята Конгрессом в 1803 г., после ратификации штатами вступила в силу в 1804 г.) — отдельное голосование выборщиков по кандидатурам президента и вице-президента (для предотвращения потенциального конфликта между представителями разных партий — «недельный тупик» при выборах Т. Джефферсона в 1800 г.);

– 14-я поправка (1868 г.) — места представителей распределяются между отдельными штатами согласно численности их населения (граждан), установлен возрастной ценз для активного избирательного права в 21 год (при отказе штата выполнять последнюю норму его представительство сокращалось пропорционально числу лишенных прав молодых избирателей). Введен политический ценз для участников Гражданской войны на стороне Конфедерации (выборщики, депутаты Палаты представителей, выборщики);

– 15-я поправка (ратифицирована в 1870 г.) — право голоса не может быть ограничено в зависимости от расы, цвета кожи либо выполнения ранее подневольной работы;

– 17-я поправка (1913 г.) — прямые выборы Сената гражданами, а не законодательными собраниями штатов;

– 19-я поправка (1920 г.) — отмена ценза по признаку пола, предоставление избирательных прав женщинам;

– 22-я поправка (1951 г.) — ни одно лицо не может быть избрано на должность президента более двух раз, а лицо, исполнявшее функции президента более двух лет, может в дальнейшем избираться на этот пост лишь один раз (реакция на четырехкратное избрание Ф. Д. Рузвельта);

– 23-я поправка (1961 г.) — предоставление жителям федерального округа Колумбия права избирать выборщиков (по норме наименее населенного штата, на тот момент — три выборщика);

– 25-я поправка (1964 г.) — отмена имущественного ценза для активного избирательного права;

– 28-я поправка (1971 г.) — на выборах уровня федерации и штата введен возрастной ценз в 18 лет для активного избирательного права [См.: Сборник нормативных правовых актов зарубежного избирательного законодательства, 2004. С. 20–22].

Институт выборов также регулируют федеральные законы: Акт об избирательном праве 1970 г., Акт о федеральных избирательных кампаниях 1971 г., Акт о регистрации избирателей 1993 г., регулирующие в основном процедуру и организацию выборов; ряд актов, вошедших в Налоговый кодекс, например, Акт о счете для финансирования первичных президентских выборов 1973 г., Акт о фонде президентской избирательной кампании 1973 г.; некоторые акты уголовного права; законы, касающиеся деятельности СМИ, почты и иных средств связи.

Многие вопросы, связанные с проведением выборов, в том числе федеральных, по-прежнему регулируются штатами, причем весьма разнообразно. Так, неодинаковыми являются цензы оседлости (применительно к активному избирательному праву они составляют от шести месяцев до одного года непрерывного проживания в штате или муниципалитете, а к пассивному — два-три года). Во многих штатах от участия в выборах помимо душевно больных отстраняются лица, отбывающие наказание в виде лишения свободы.



Неодинакова и процедура выдвижения кандидатов. Доминирующей в США избирательной системой является мажоритарная система относительного большинства. Однако в некоторых штатах на местных выборах применяются иные избирательные системы, в частности, пропорциональная система и система с применением кумулятивного вотума.

Всего на различных уровнях организации публичной власти в рамках всех трех ее ветвей имеется около 5 тыс. выборных мандатов. Причем во многих штатах и на местном уровне получила распространение выборность не только политически значимых должностей, но и руководящих работников исполнительного аппарата, а также правоохранительных органов. Так, граждане штата Оклахома избирают 12 чиновников только в рамках исполнительной власти (губернатора, вице-губернатора, генерального прокурора, государственного ревизора и др.) [См.: Сборник нормативных правовых актов зарубежного избирательного законодательства, 2004. С. 19, 22–24].

В современной Великобритании были приняты Акты о народном представительстве 1949, 1969, 1969, 1983, 1985, 1989, 2000 гг., законы о местном управлении в Шотландии и Уэльсе 1994 г., Закон об органах управления Большого Лондона, Закон о политических партиях, выборах и референдуме 2000 г. Так, в 1969 г. возрастной ценз был снижен до 18 лет [См.: Сборник нормативных правовых актов зарубежного избирательного законодательства, 2004. С. 106–108].

В 2000 г. (статья 7-В) получили право на голосование лица, не имеющие постоянного места жительства (бездомные, вынужденные переселенцы).

Регистрация избирателей и включение их в списки избирателей (регистры) производится специально назначаемым органом местного управления чиновником, в обязанности которого, в частности, входит ежегодно опрашивать население. Списки избирателей подлежат обязательному опубликованию. Разрешается передавать свое право голоса другому лицу («голосование по доверенности») или голосовать самому, по почте, для чего избирателю предварительно посылается избирательный бюллетень. Основным методом голосования Закон считает голосование лично, в установленном для избирателя месте голосования, в котором, в частности, должны быть созданы условия для реализации своих прав лицам с физическими недостатками.

Основная ответственность за соблюдение всех правил, относящихся к выборам, возлагается на особое должностное лицо — уполномоченного по выборам. На парламентских выборах им обычно становится лицо, занимающее высокое положение, например, шериф графства или председатель окружного совета. При выборах местного управления уполномоченным по выборам является чиновник, назначаемый соответствующим советом.

Поскольку должностные лица, организующие парламентские и местные выборы, по своей основной работе являются нанятыми или избранными чиновниками местного управления, то их деятельность на выборах не требует

значительных дополнительных расходов. Специальные постоянно действующие органы в Великобритании не создаются, что также уменьшает расходы на организацию и проведение выборов [См.: Сборник нормативных правовых актов зарубежного избирательного законодательства, 2004. С. 109–110].

Вторая часть Акта о народном представительстве называется «Избирательная кампания». В ней определяются лица, имеющие право действовать в интересах кандидата, а также допустимые суммы расходов на ведение избирательной кампании. Так, кандидат до представления отчета об избирательных расходах и возмещения суммы, превышающей дозволенные расходы, не имеет права участвовать в заседании и голосовать в органе, в который он избран. Четко определены условия использования в интересах кандидата школьных помещений и соблюдения правопорядка при проведении массовых мероприятий. Запрещены перевозки голосующих в пункты голосования, передача денег голосующему, оплата еды, напитков и «удовольствий», обещания предоставить им работу, предоставление займа или обещание его предоставить. Таким образом, описаны основные способы оказания «коррумпирующего воздействия на голосующего» [См.: Сборник нормативных правовых актов зарубежного избирательного законодательства, 2004. С. 110–111].

В Конституции V Республики (1958 г.) Франции определены общие принципы и правила избирательной системы (ст. 3, 6, 24, 58, 59, 72, 88 и др.). В 1064 г. был принят Избирательный кодекс в новой редакции.

К этому Кодексу примыкают еще несколько законов, органических и простых (Закон № 62 от 6 ноября 1962 г. о выборах Президента республики всеобщим голосованием, принятый на референдуме с последующими изменениями, Закон № 77 от 7 июля 1977 г. о выборах представителей в Европейский парламент, Закон № 88 от 11 марта 1988 г. о финансовой гласности политической жизни, Ордонанс № 58 от 7 ноября 1958 г., содержащий Органический закон о Конституционном совете (последний играет ключевую роль на выборах Президента республики и весьма значительную при проведении референдумов, а также при разрешении споров при избрании главы государства и парламентариев), Органический закон № 76 от 31 января 1976 г. о голосовании французов, находящихся за границей, на выборах Президента республики, Закон № 90 от 15 января 1990 г. об ограничении избирательных расходов и «прозрачности финансирования политической деятельности»).

Для социологов представляет особый интерес Закон № 77 от 19 июля 1977 г. об опубликовании и распространении некоторых видов опросов общественного мнения. Напрямую относящиеся к избирательному праву нормы находятся и в Общем кодексе территориальных коллективов, регулируя порядок избрания мэров и их заместителей в коммунах с различным числом жителей.

Также необходимо упомянуть нормы, содержащиеся в Кодексе о национальной службе, Уголовном кодексе, Общем кодексе налогов и др., решениях Конституционного совета (судебного органа), декретах правительства и циркулярах премьер-министра и отдельных министров [См.: Сборник нормативных правовых актов зарубежного избирательного законодательства, 2004. С. 178–179].

21 апреля 1944 г. был принят ордонанс Ш. де Голля о предоставлении избирательных прав женщинам. 5 марта 1945 г. активные избирательные права получили военнослужащие. 5 июля 1974 г. был снижен возрастной ценз в области активного избирательного права с 21 года до 18 лет. 24 ноября 1986 г. были изменены границы избирательных округов (разрыв не выше 20% населения, а не избирателей, за исключением особых случаев).

Во Франции применяется множество систем голосования. «Так, при выборах Президента республики используется униноминальная мажоритарная система в два тура. При формировании Национального собрания применяется такая же система. При определении состава Сената — верхней палаты Парламента — применяется очень сложная система, о которой будет сказано ниже. Представители от Франции в Европейский парламент избираются по пропорциональной системе с применением правила наибольшей средней без панаширования («смесь» — разрешение избирателю голосовать за представителей разных партийных списков. — *А. Ш.*) и преференциального голосования (право избирателя оказывать предпочтение кандидатам, указанным в списке. — *А. Ш.*). Генеральные советы определяют свой состав по униноминальной системе в два тура. Муниципальные советы формируются по-разному в зависимости от численности проживающего в коммунах населения.

Такое разнообразие способов избрания не является случайным; оно образовалось в результате острой политической борьбы, приспособления избирательных систем к потребностям находящихся у власти политических партий и объединений. Кроме того, учитываются и последствия применения различных систем (например, мажоритарных — установление некоторой политической стабильности и др.).

Особняком стоит порядок избрания французского Сената. В подавляющей своей части эта палата формируется путем трехстепенных выборов, поскольку основную часть избирательной коллегии составляют делегаты муниципальных советов, то есть избиратели избирают муниципальных советников, последние — делегатов, и затем проводятся выборы сенаторов. Данная система применялась в период Третьей республики, значительные ее элементы были введены для избрания Совета республики в период Четвертой республики в результате реформы в 1948 г. Вся избирательная коллегия включает около 108 тыс. лиц; в нее входят депутаты Национального собрания, региональные и генеральные советники, и 96% составляют делегаты муниципальных советов. Число направляемых делегатов в коллегии варьирует-

ся в зависимости от численности населения коммуны (см. статью В.225 Избирательного кодекса). Вся избирательная коллегия составлена таким образом, чтобы дать неоспоримое преимущество мелким коммунам, в которых проживает сельское население, по духу и устремлениям значительно отличающееся от населения промышленных центров, в которых обычно сильны левые партии» [Сборник нормативных правовых актов зарубежного избирательного законодательства, 2004. С. 178–179].

Реформы 2000 и 2003 гг. не слишком изменили эту запутанную систему.

В Веймарской Германии в 1919 г. была принята так называемая «марксистская» Конституция, в 22 статье которой было закреплено всеобщее, равное, прямое и тайное голосование для мужчин и женщин при возрастном цензе в 20 лет. Статья 17 этого акта обязывала применять эти принципы на уровне земель. Эти и другие положения были воспроизведены в Имперском законе о выборах от 27 апреля 1920 г.

Была сохранена довоенная пропорциональная избирательная система связанными списками (в которые избиратель не мог вносить изменения). Это способствовало как росту роли политических партий, так и появлению в парламентах разного уровня большого числа фракций и групп. Рейхстаг оказался в состоянии перманентного кризиса после начала Великой депрессии 1929 г. Этим и воспользовались нацисты, получившие как партия относительного большинства мандат на формирование правительства из рук президента П. фон Гинденбурга.

«С приходом фашистов к власти произошла трансформация государственного механизма в вождистское государство. Установленная авторитарная диктатура не нуждалась в парламентских учреждениях и соответственно в выборах и избирательном праве» [Сборник нормативных правовых актов зарубежного избирательного законодательства, 2004. С. 288].

В ФРГ 15 июня 1949 г. был принят Закон о выборах (в Бундестаг и Федеральное собрание) (закон получил новые редакции перед выборами 1953 и 1956 гг.). Избирательная система представляла собой сочетание пропорционального и мажоритарного принципов распределения мест. Возрастные цензы — 21 год (активное право) и 25 лет (пассивное), также существовал ценз оседлости.

12 марта 1951 г. появился Федеральный закон о проверке результатов выборов. В конце 1960-х гг. в большинстве земель возрастные цензы снижены соответственно до 18 и 21–23 лет. В 1969 г. федеральный пассивный возрастной ценз также снижен до 21 года, в 1972 — до 18 лет (тот же возраст был установлен для активного голосования в 1970 г.).

В Конституции ГДР 1949 г. активное избирательное право было установлено с 18 лет, пассивное — с 21 года (впоследствии ценз был снижен). 24 июня 1976 г. был принят Закон о выборах в народные представительства ГДР (Избирательный закон) — выдвижение кандидатов трудовыми коллективами, утверждение на открытых сессиях Народного фронта. В отличие от

большинства социалистических государств, было установлено альтернативное голосование. Публичный подсчет голосов проводился правлением избирательного участка.

После объединения Германии серьезные изменения в Федеральный закон о выборах были внесены в 1993 г., однако и после этого закон изменялся не менее 15 раз.

Характерные черты закона.

1) Законодатель отдал предпочтение смешанной системе, сочетающей мажоритарный и пропорциональный способы выборов. Часть депутатов Бундестага избирается по избирательным округам (в настоящее время 299), остальные — по земельным спискам партий. Избиратель получает два отдельных голоса: первый голос он отдает за кандидата, избираемого в избирательном округе, второй — за земельный список. При этом избиратель может отдать свои голоса кандидату и списку одной партии или кандидату, выдвинутому одной партией по избирательному округу, а земельному списку — от другой партии. Названный порядок голосования позволяет немецкому избирателю выразить не только свои партийные предпочтения, но также проголосовать и за конкретного кандидата, который не обязательно должен принадлежать к партии, за которую он отдал свой второй голос.

В каждом избирательном округе избирается один кандидат, при этом требуется получение относительного большинства голосов (равенство голосов влечет применение одного из древнейших институтов избирательного права — судьбу депутатов решает жребий). Результаты голосования по избирательным спискам определялись до одиннадцатого созыва Бундестага по системе д'Ондта; в настоящее время применяется система Нимейера. Очередность в земельном списке фиксированная (применяются так называемые жесткие списки), избиратель не может ее изменить.

Кроме того, при распределении мест мандаты получают политические партии, получившие не менее 5% действительных вторых голосов (на всей территории страны) или не менее трех депутатских мандатов в избирательных округах. Цель этих ограничений состоит в том, чтобы воспрепятствовать дроблению политических сил в парламенте, то есть избежать негативных последствий законодательства времен Веймарской Республики. В результате в течение многих лет доступ в Бундестаг получали только три политические партии; на выборах 1991 г. их стало пять.

2) В законе установлен ряд принципов, согласно которым осуществляется деление на избирательные округа, в частности, допускается отклонение от средней численности (250 тыс. человек) на 15% в ту или другую сторону. Поскольку земли ФРГ неодинаковы по численности населения, то число избирательных округов варьируется от 2-х в Бремене до 64-х в земле Северный Рейн-Вестфалия.

3) Кандидаты могут представляться политическими партиями и избирателями; при этом списки выдвигаются только политическими партиями, при-

знанные таковыми в установленном порядке. Независимые кандидаты могут стать таковыми только на выборах в избирательных округах, и их кандидатуры должны быть поддержаны не менее чем 200 избирателями. Такое же требование установлено и для партий, не представленных в парламенте.

4) Ответственность за организацию выборов возложена на органы общин и избирательные органы; их полномочия четко определены законом и положением к нему. Выборы, подсчет голосов и определение результатов голосования проводятся открыто (голосование является тайным).

5) В избирательном праве ФРГ закреплен институт голосования по почте. Право голосовать по почте предоставлено лицам, которые по уважительным причинам (в их число входит и поездка на отдых) будут отсутствовать в момент выборов; лицам, сменившим место жительства и по каким-либо причинам не могущим быть внесенными в новом месте в списки избирателей; правом голосования по почте могут воспользоваться и избиратели, которые не могут прибыть в день выборов на избирательный участок (либо для них это будет сопряжено со значительными трудностями) по служебным обстоятельствам, вследствие болезни, старости или физических недостатков. Число избирателей, голосующих по почте, постоянно растет: если в 1957 г. этим правом пользовалось 4,9%, то в 1998 г. уже 16%.

6) Закон регулирует финансирование выборов, его нормы, однако, составляют лишь часть правового регулирования в указанной сфере, наряду с положениями § 18 Закона о политических партиях в редакции, явленной 31 января 1994 г., с последними изменениями, внесенными Законом 28 июня 2002 г. Этот акт устанавливает общие принципы государственного финансирования партий.

7) Предусмотрен особый статус для партий национальных меньшинств. На них не распространяется ряд требований закона (о получении не менее 5% действительных голосов для участия в распределении мандатов, о поддержке кандидатов определенным количеством подписей избирателей).

Закон подробно регулирует условия, при которых голоса избирателей признаются недействительными; при этом, несмотря на относительную сложность содержания этих статей, благодаря многочисленным разъяснениям избирательных органов, на практике число недействительных бюллетеней снижается: с 1953 по 1998 г. соответственно среди первых голосов с 3,4% до 1,4%; среди вторых — с 3,3% до 1,3% поданных голосов [См.: Сборник нормативных правовых актов зарубежного избирательного законодательства, 2004. С. 291–292].

Согласно ч. 1 ст. 48 Конституции 1947 г. Итальянской республики избирателями являются все граждане, мужчины и женщины, достигшие совершеннолетия (18 лет). Исключение составляют выборы сенаторов, здесь активный возрастной ценз — 25 лет (ч. 1 ст. 58).

В соответствии со Сводным текстом законов об активном избирательном праве, о составлении и пересмотре списков избирателей, утвержденным

Декретом Президента Республики № 223 от 20 марта 1967 г., не являются избирателями:

- обанкротившиеся коммерсанты на весь период банкротства, но не более пяти лет после объявления их банкротами;

- лица, подвергнутые мерам безопасности, связанным с лишением свободы, или находящиеся под надзором на весь срок действия данных мер;

- приговоренные к наказанию, которое влечет за собой бессрочное лишение избирательных прав;

- лица, временно лишены избирательных прав, на весь срок лишения;

- лица, осужденные за определенные умышленные преступления, в течение пяти лет независимо от назначенного наказания, даже если данное наказание не влечет лишения избирательных прав или предусматривает лишение на меньший срок.

Обе палаты парламента — Палата депутатов и Сенат — являются выборными. Помимо этого проводятся выборы представителей Италии в Европарламент, а на региональном уровне — выборы областных советов. На муниципальных выборах избирают синдика — мэра коммуны — и коммунальный совет, председателя провинции и провинциальный совет.

Участие в голосовании является гражданским долгом (ч. 3 ст. 48 Конституции), но не обязанностью. Вместе с тем в итальянской литературе отмечается, что благодаря хорошо спланированной пропагандистской кампании в отношении нарушителей и в определенной степени благодаря угрозе применения предусмотренного в законе наказания (внесение записи о неучастии в голосовании в документы учета населения) удалось добиться стабильно высокого участия избирателей в голосовании. По числу избирателей, участвующих в голосованиях, Италия традиционно опережает не только большинство западных стран, но и показатели активности времен фашистского режима (1924 г. — 63,8% избирателей). Несмотря на устойчивую тенденцию увеличения числа абсентеистов, и сегодня более 80% избирателей приходят к урнам для голосования на политических выборах (1992 г. — 87%, 1996 г. — 83%).

Логика развития избирательного законодательства такова: от мажоритарной системы абсолютного большинства через продолжительный период доминирования пропорционального представительства к смешанной избирательной системе [См.: Сборник нормативных правовых актов зарубежного избирательного законодательства, 2004. С. 353–354].

В 1979 г. был совершен переход к прямым выборам гражданами государств, входящих в Европейский союз.

«После того как Европейский парламент стал избираться путем прямых выборов, то произошла его резкая политизация, увеличилось его политическое значение среди других органов Европейского союза, изменилась роль политических партий в каждой стране; теперь они должны были учитывать в своих программах реалии европейского уровня. Европарламент стал похож



на орган, имеющий характеристики парламентского учреждения и действующий на международном уровне.

Общие положения, распространяющиеся на всех участников, состоят в том, что при избрании Европарламента никто не может голосовать дважды (статья 8 Акта), выборы должны проводиться во всех государствах в один и тот же промежуток времени — начинаться утром в четверг и заканчиваться в первое за ним воскресенье (статья 9); статья 6 установила должности некоторых высших должностных лиц государств-членов и высших должностных лиц и служащих Европейских сообществ, несовместимые с мандатом члена Европейского парламента, и некоторые другие положения. Все остальные вопросы были отданы на усмотрение государств-членов, поскольку «до вступления в силу единообразной избирательной процедуры и при соблюдении условий других положений настоящего Акта избирательная процедура устанавливается в каждом государстве-члене его национальными положениями (пункт 2 статьи 7 Акта). Эта же статья обязывала Европейский парламент разработать проект единообразной избирательной процедуры. Этот орган предпринимал определенные усилия в этом направлении. В частности, 10 марта 1982 г. он предложил соответствующий проект, но государства — участники Сообщества его не одобрили. В 1993 г. Европарламент в одну из своих резолюций включил новый проект, который опять-таки не был принят Советом и государствами-членами» [Сборник нормативных правовых актов зарубежного избирательного законодательства, 2004. С. 435–436].

Юридическую основу составляет Акт о выборах депутатов Европейского парламента всеобщим прямым голосованием в редакции от 25 июня и 23 сентября 2002 г. Возрастные цензы — 18–25 лет, в соответствии с национальными законодательствами. Выборы проходят раз в пять лет (2014 г. — 751 депутат из 27 государств, явка 42,5%). Наблюдается постепенное расширение законодательных функций (впрочем, права законодательной инициативы Европарламент так и не получил) [См.: Лафитский В. И., 2005. С. 13–15].

Китай. Регулирует избирательную систему Закон «О выборах во Всекитайское собрание народных представителей и местные собрания народных представителей» 1979 г. в редакции 1995 г. Возрастной ценз избирателя — 18 лет, ценз для Председателя КНР и его заместителей — 45 лет. Число кандидатов в депутаты должно превышать число лиц, подлежащих избранию.

Нормы представительства устанавливаются с таким расчетом, чтобы на выборах в собрания народных представителей Китая, провинций, автономных районов, городов центрального подчинения, автономных округов, уездов и автономных уездов депутат от сельского населения представлял в пять раз больше избирателей, чем депутат, представляющий население города или поселка. На выборах низового звена собрания народных представителей разрыв в нормах представительства колеблется от четырехкратного превышения до практически нулевого (то есть равного представительства). Квотируется

представительство национальных меньшинств, доля которых в населении округа составляет менее 30%.

Действует система многостепенных выборов. Коллективы государственных и общественных организаций, политические партии и группы избирателей выдвигают кандидатов в сельские и поселковые собрания, за которых голосуют все избиратели. Депутаты избирают из своей среды состав городских и районных собраний. Затем процедура повторяется на уровнях собраний провинций, автономных округов, автономных районов и Всекитайского собрания народных представителей.

Одну треть депутатов ВСНП составляют военнослужащие, которые избираются на собраниях подразделений, частей, соединений и объединений по сходной с гражданской «лестницей» (уезд — провинция, автономии — Китай).

Особую систему представительства также имеют «новые автономии» — Гонконг (Сянган) и Макао (Аомэнь) [См.: Зарубежное избирательное право, 2003. С. 168–177].

«Нижние или единственные палаты парламентов формируются почти исключительно путем всеобщих и прямых выборов. Исключений из этого правила очень немного. Наиболее серьезным примером такого исключения является Всекитайское собрание народных представителей (ВСНП), которое избирается собраниями народных представителей автономных областей, провинций, городов центрального подчинения, а также собраниями представителей военнослужащих. В отечественной литературе отмечалось, что формирование китайского парламента путем косвенных выборов обусловлено объективными причинами; отсутствием демократических традиций в обществе, низким уровнем политической культуры населения, наличием сложностей в обеспечении связей и контактов между различными частями страны из-за неразвитости инфраструктуры. К перечисленному можно добавить и такую особенность Китая, как огромная численность населения.

Действительно, переход к прямым выборам депутатов повлечет за собой либо создание огромного и, скорее всего, неработоспособного парламента, либо деление страны на округа, в которых размер и численность избирателей сделают связь депутата и избирателей эфемерной. Наконец, не следует забывать и о характере политического режима, существующего в современном Китае. Данный режим вряд ли может быть назван демократическим, поскольку он основан на господстве Коммунистической партии Китая (КПК), которой принадлежит руководящая роль в системе государственной власти. В рамках такого политического режима система косвенных выборов служит дополнительным средством отбора и избрания наиболее лояльных и приемлемых партийному руководству кандидатов» [Желтов М. В. Институт выборов, 2003. С. 68].

Теперь обратимся к *России Нового и Новейшего времени*. Как обстоят дела с позиций современного либерального подхода, ставящего знак равен-

ства между политическими выборами и демократией? Отсчет установления режима автократии ведется не от Ивана Грозного, ликвидировавшего вечевые порядки Новгорода и Пскова, но развивавшего местное самоуправление, а от Петра Великого, данное самоуправление упразднившего. «Если исчислять российскую государственность с IX в., то получается, что 6 веков отечественной истории, то есть более половины исторического пути России, свидетельствуют в пользу демократии» [Институт выборов в истории России, 2001. С. 5–6].

Возрождение местного самоуправления осуществляется Екатериной Великой («Грамота на права и выгоды городам Российской империи» (Жалованная грамота), 1785 г.). Раз в три года среди городских обывателей (старожилы, имеющие землю, дом или другие строения, а также приписанные к гильдиям или цехам, платившие налоги и внесенные в специальную книгу, возрастной ценз — 25 лет) избирали городского голову и гласных городской думы. В соответствии с избирательным цензом выделялось 6 разрядов: именитые горожане; настоящие обыватели (владельцы недвижимости); купцы, состоявшие в гильдиях; цеховые ремесленники; иностранцы и иногородние; посадские, занимавшиеся ремеслом, промышленным производством либо работами по найму и не имевшие недвижимости в городе.

В середине 1840-х гг. число избирателей было сокращено. Теперь выделялись следующие 5 разрядов избирателей: потомственные дворяне — владельцы недвижимости; личные дворяне, почетные горожане и разночинцы, владевшие недвижимостью; купцы всех гильдий; цеховые ремесленники; мещане, не записанные в цехи.

В рамках городской реформы 1870 г. Александра II гласных стали избирать на 4 года горожане, платившие налоги в городскую казну (владельцы торговых и промышленных заведений, держатели купеческих, промысловых и приказчичьих свидетельств, домовладельцы).

Земская реформа 1864 г. внедрила систему местного самоуправления в сельской местности. В 34 губерниях выборы проводились раз в три года, возрастной ценз 25 лет. Были созданы три курии — землевладельцы (ценз в различных местностях различный — 200–800 десятин); крестьяне; горожане, владевшие недвижимостью (500 руб. в уездных городах, 3 тыс. руб. в столице), торговыми и промышленными предприятиями с годовым оборотом не менее 600 руб. или состоящие в купеческих гильдиях. Число представителей одной курии не могло превышать общего числа представителей двух других. Крестьяне на волостных сходах определяли выборных на съезд курии (один выборщик на 300 домохозяев), другие курии «начинали» с уездных съездов [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 270–274].

Первая русская революция приводит к смене политического режима: Россия от абсолютизма («самодержавия») к конституционной дуалистической (разделение законодательной и исполнительной власти) монархии. Вы-

ходят «Положение о выборах в Государственную думу» от 6 августа 1905 г., Манифест 17 октября «Об усовершенствовании государственного порядка», Указ «Об изменении положения о выборах в Государственную думу» (11 декабря), Манифест «Об изменении Учреждения Государственного совета» и пересмотр «Учреждения Государственной думы» (20 февраля 1906 г.).

Сохранился возрастной ценз в 25 лет. В 26 крупнейших городах введены двухтуровые выборы (собрания избирателей — собрания выборщиков), в других местностях добавлялись губернские избирательные собрания. Выборы в последние проводились по трем съездам. 1) Городские избиратели (с соблюдением имущественного ценза, различающегося в зависимости от местности) выбирали по схеме «избиратели — выборщики». 2) Уездные землевладельцы — в двух вариантах: а) наиболее состоятельные (цензы для землевладельцев — 100–800 десятин, ценз для владельцев недвижимости — 15 тыс. руб.) — непосредственно, б) мелкие собственники — в два тура. 3) Уполномоченные от волостей и станиц — в три тура (сельский сход — волостной сход — съезд уполномоченных, по два представителя от волости). Таким образом, крестьяне и казаки «получили» четырехступенчатые выборы. Причем крестьяне на губернском собрании получали только одно депутатское место.

11 декабря 1905 г. была добавлена 4-я курия — рабочие крупных фабрик, заводов и железнодорожных мастерских из расчета один уполномоченный на 1 тыс. рабочих (предприятия 50–2000 рабочих — один уполномоченный от предприятия). Затем губернские съезды уполномоченных направляли выборщиков в губернское избирательное собрание (всего три тура).

В среднем выборщик представлял 2 тыс. землевладельцев, 7 тыс. «горожан», 30 тыс. крестьян, 90 тыс. рабочих.

В соответствии с «Положением о выборах в Государственную думу» от 3 июня 1907 г. были лишены избирательных прав жители Акмолинской, Семипалатинской, Тургайской, Уральской и Якутской областей, сокращено представительство других регионов Азиатской России, Кавказа и Царства Польского. Городов с двухтуровой системой голосования осталось семь (Санкт-Петербург, Москва, Варшава, Лодзь, Киев, Рига, Одесса). Соотношение «выборщик — избиратель» установилось в пределах 230 землевладельцев, 1 тыс. состоятельных горожан, 15 тыс. малоимущих горожан, 60 тыс. крестьян, 125 тыс. рабочих [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 275–285].

Государственный совет из законосовещательного органа при императоре превратился в верхнюю палату парламента с правом вето на думские законопроекты (Указ от 20 февраля 1906 г.). Одна половина членов назначалась императором, другая — избиралась от корпораций сроком на 9 лет (обновление каждые три года на одну треть):

– от православного духовенства — 6 (избирались Синодом — по 3 человека от монашеского и белого духовенства);

- от Императорской Академии наук и университетов — 6;
- от губернских земских собраний — 34 (по одному от губернии);
- от дворянских обществ — 18;
- от торговли и промышленности, местных комитетов торговли и мануфактур, биржевых комитетов и купеческих управ — 12 (по 6 от промышленности и торговли);
- от съездов землевладельцев «неземских» губерний — 22 (из них 6 — от Царства Польского) [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 285–286].

«В городах разрешалось за месяц до начала выборов проводить участковые собрания избирателей. Такие собрания должны были проходить в присутствии представителя полиции, который имел право их прерывать и закрывать. Все это делало ведение предвыборной агитации невозможным.

Для организации выборов и проведения голосования создавались избирательные участки. В каждом из них имелись избирательные комиссии в составе председателя и двух членов. Избрание выборщиков происходило путем тайного голосования через баллотировку шарами. Таким же образом избирались депутаты Государственной думы в губернском избирательном собрании.

Выборы в городское собрание проводились с помощью избирательных записок (бюллетеней). Специально изданные «Правила о порядке производства выборов в городское избирательное собрание» определяли следующую процедуру голосования: каждый избиратель лично вручал свой бюллетень председателю избирательной комиссии. Он содержал имя, отчество и фамилию кандидата, за которого голосовал избиратель. Число кандидатов в бюллетене не должно было превышать число необходимых для избрания по каждому участку. Бюллетень не должен был содержать никаких отметок, знаков, исправлений и подчисток ни на лицевой, ни на оборотной стороне. В противном случае он признавался недействительным. Получив заполненный бюллетень, председатель комиссии в присутствии избирателя опускал его в особый ящик с отверстием на крышке.

Выборы проводились в течение одного дня с 9 часов утра до 9 вечера одновременно на всех участках. Подсчет голосов производился избирательной комиссией на следующий день в это же время. При этом могли присутствовать избиратели» [Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 286–287].

Через месяц после провозглашения Российской республики, 2 октября 1917 г. Временное правительство утвердило «Положение о выборах в Учредительное собрание». Выборы были назначены на 12 ноября. Была введена «четырёххвостка» (всеобщее, равное, прямое и тайное голосование). Выборы проводились по партийным спискам (пропорциональная система). Впервые в России были отменены цензы: имущественный, грамотности, оседлости, а также ограничения по национальному и религиозному признакам. Законом

предусматривался ряд гарантий для участия в выборах нерусского населения. Например, ст. 60 «Положения» устанавливала возможность перевода избирательного бюллетеня на язык любой национальности.

Существенно расширен был состав избирателей. Впервые право голоса было предоставлено женщинам (вслед за Новой Зеландией, Австралией и Скандинавскими странами), в то время как в подавляющем числе государств женщины были лишены этого права. Уникальным явлением было предоставление избирательных прав военнослужащим. Минимальный возраст для участия в выборах устанавливался в 20 лет.

Права участия в выборах лишались глухонемые, умалишенные, находившиеся под опекой, осужденные к лишению свободы, каторжным работам, ссылке и т. д., несостоятельные должники, военнослужащие-дезертиры, члены царской семьи.

«Положение» определяло компетенцию и порядок работы избирательных комиссий всех уровней: от Всероссийской по делам о выборах в Учредительное собрание («Всевыборы») до участковых. Единая форма избирательной записки (бюллетеня) устанавливалась окружной комиссией. Каждому избирателю выдавалось именное удостоверение, по предъявлении которого он допускался к голосованию.

Голосование проводилось в помещении, где были установлены закрытые кабины. Здесь запрещалась агитация, не допускалось присутствие вооруженных лиц, а также пьяных. Выборы проводились в течение трех дней. Каждый избиратель должен был проголосовать лично. Предъявив именное удостоверение одному из членов комиссии, он получал специальный конверт, заверенный печатью избирательной комиссии, а затем удалялся в закрытую кабину. Там он должен был вложить в конверт избирательный бюллетень с тем кандидатским списком, которому отдавал свой голос. Затем заклеенный конверт передавался председателю участковой избирательной комиссии. Последний в присутствии ее членов опускал конверт в специальный ящик. По окончании голосования ящики с бюллетенями опечатывались и оставлялись в этом же помещении, у дверей которого выставлялась охрана.

При подсчете голосов, прежде всего, определялось количество конвертов. Затем они вскрывались и подсчитывались бюллетени. Те из них, которые не отвечали установленным правилам, содержали помарки, подчистки или другие знаки, либо подписанные избирателями, признавались недействительными. Если в конверте обнаруживалось более одного бюллетеня, они также признавались недействительными.

Общий подсчет голосов производился окружной избирательной комиссией, которая определяла поименный состав членов Учредительного собрания в своем округе [См.: Очерки по истории выборов и избирательного права, 1997. С. 288–290].

В большинстве округов выборы начались 12 ноября 1917 г., но вследствие хозяйственной разрухи, неопределенности политической ситуации во



многих регионах они затянулись на долгие месяцы, а в отдельных округах вообще не состоялись (в Аму-Дарьинском, Закаспийском, Сыр-Дарьинском округах, в русских войсках за границей). Кроме того, выборы не везде были доведены до конца, не все депутатские мандаты были распределены (округа Кубанско-Черноморский, Степной, Терско-Дагестанский).

Во многих регионах выборы не смогли состояться вследствие чрезвычайных обстоятельств (политическая нестабильность, неблагоприятные погодные условия, отсутствие информации, выборных материалов и др.). В других — начались с опозданием из-за несвоевременной доставки избирательных записок и нерасторопности властей. В городах активность избирателей была несколько меньше, чем на селе. Она варьировала по разным населенным пунктам от 30 до 70%. В сельской местности голосовало 60–80% избирателей. В целом, по официальным данным, в выборах приняло участие 82,8% избирателей [См.: Выборы во Всероссийское Учредительное собрание в документах и воспоминаниях современников, 2009. С. 24].

Новая власть тут же восстановила цензовую систему. «Конституция РСФСР 1918 г. установила, что Советы — это выборные органы классового представительства рабочих и крестьян, в которых нет и не может быть места эксплуататорским элементам. Право избирать и быть избранным было предоставлено всем трудящимся независимо от пола, национальности, вероисповедания, достигшим 18-летнего возраста и не эксплуатирующим чужого труда» [Институт выборов в истории России, 2001. С. 46].

Разумеется, с укреплением однопартийной системы усиливался контроль коммунистических комитетов за избирательным процессом. Излишне оптимистичным можно признать вывод, что только «к середине 30-х годов о каких-либо свободных выборах говорить уже не приходилось» [Институт выборов в истории России, 2001. С. 60].

Возвращение к «четырёххвостке» было осуществлено в 1936 г. в соответствии с идеей о ликвидации в целом эксплуататорских классов. Так, если в 1928–1930 гг. избирательным правом пользовалось примерно 95,4% взрослого населения страны, то в 1934 г. это число выросло до 97,5% [Институт выборов в истории России, 2001. С. 62].

«Таким образом, со времени принятия Конституции СССР 1936 г. была сформирована классическая советская избирательная система. Ее характерными чертами стали безальтернативные выборы, полностью контролируемые партийными организациями, выполнение депутатских обязанностей, как правило, на общественных началах, совмещение депутатских постов с работой в исполнительных органах. Декларируемые принципы «народовластия» Советов на деле оказались не более чем ширмой. Даже после XX съезда партии, когда было принято новое законодательство о Советах, административно-командная система управления сводила на нет принятые законы. Складывалась ситуация, когда, с одной стороны, партийные решения и постановления высших органов власти законодательно расширяли права Советов, а с другой



стороны, Советы оставались совершенно безвластными» [Институт выборов в истории России, 2001. С. 69].

Безальтернативные выборы имели плебисцитарный характер, они должны были свидетельствовать о поддержке проводимого политического курса (почти стопроцентное одобрение при почти стопроцентной явке).

В 1988 г. в СССР действовало более 51 тысячи Советов, насчитывалось около 2,3 миллиона депутатов. В их работе участвовало на общественных началах более 30 миллионов активистов.

Реформа избирательной системы конца 1980-х гг. проходила под лозунгом «возвращения к ленинским принципам». Осенью 1988 г. была введена конституционная норма выдвижения кандидатов в депутаты собраниями избирателей по месту жительства. Появилось право вести агитацию как «за», так и «против» кандидатов в депутаты на собраниях, в печати, по телевидению, радио, а также право кандидата в депутаты выступать с программой своей будущей деятельности [См.: Институт выборов в истории России, 2001. С. 72, 82].

Верховный Совет СССР на 12-й внеочередной сессии (29 ноября — 1 декабря 1988 г.) принял следующие решения. Был создан Съезд народных депутатов (2250 мест), а Верховный Совет превратился в его постоянный орган. Выборы стали проводиться на альтернативной основе (было выдвинуто 9505 кандидатов). Треть депутатов избиралась от общественных организаций, остальные избирались по 1500 территориальным и национально-территориальным округам.

Союзные республики стали принимать еще более «радикальные» законопроекты. Так, Закон «О выборах народных депутатов РСФСР», принятый 27 октября 1989 г., «учел некоторые недостатки союзного законодательства о выборах. Прежде всего, он не предусматривал проведения предвыборных собраний для отсева кандидатов. Данным законом также не предусматривались выборы депутатов непосредственно от общественных организаций. Кроме того, была установлена численность избирателей, которые имели право выдвижения кандидатов» [Институт выборов в истории России, 2001. С. 85–86].

12 декабря была принята Конституция Российской Федерации. Также избирательный процесс регулируется законами № 19-ФЗ «О выборах Президента Российской Федерации»; № 51-ФЗ «О выборах депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации»; № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»; № 138-ФЗ «Об обеспечении конституционных прав граждан Российской Федерации избирать и быть избранными в органы местного самоуправления»; № 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации».

Выборы президента РФ проводятся по мажоритарной системе, победителем считается участник, набравший большинство голосов (50% + 1). Если

ни один из кандидатов не достигает такого результата, через три недели проходит второй тур, в котором участвуют два наиболее успешных претендента. Выдвигают кандидатов 1) политические партии, 2) инициативные группы в 500 граждан. Довольно сложную процедуру представляет проверка ЦИК РФ подписных листов в поддержку претендента, собираемых инициативными группами (300 тыс. подписей от разных субъектов Федерации) и партиями, не представленными в Государственной думе (100 тыс. подписей).

В 1994–1995 гг. избирался Совет Федерации по двух мандатным округам. Затем в него стали входить по должности руководители исполнительной и законодательной ветвей власти субъектов Федерации. С 2002 г. стали назначаться/избираться их представители.

На выборах в Государственную думу в 1993–2003 гг. действовала смешанная система (225 мест — мажоритарная система по одномандатным округам, 225 мест — пропорциональная система по национальному округу с барьером в 5%). В 2007–2011 гг. выборы проходили по пропорциональной системе с барьером в 7%. В № 20-ФЗ «О выборах депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации» от 22.02.2014 была возвращена старая смешанная система с 5%-ным барьером.

Выборы глав субъектов РФ — вопрос довольно запутанный в связи с фактической «асимметричностью» Федерации (республики, края и области). Причем наряду с выборами населением и законодательными собраниями имелось прямое назначение губернаторов Президентом РФ (с 2005 г. этот способ был общеобязательным). Весной были приняты № 40-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» от 2 мая 2012 г. и Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», вступивший в силу 1 июня. Причем согласно поправкам (апрель 2013 г.) возможно избрание депутатами парламентов. Выборы населением преимущественно проводились по модели общероссийских президентских выборов.

Аналогично весьма разнообразны были системы, применяющиеся на выборах в законодательные собрания субъектов РФ. Разумеется, преобладала модель думских выборов, действовавшая на данный момент. Барьер по пропорциональным выборам колебался в пределах 3–10%, с 2007 г. преобладает размер в 7%.

Муниципальные выборы регулируются № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 6.10.2003. Преимущественно используются смешанная избирательная система и мажоритарная система относительного большинства.

Комментарии, как говорится, излишни. Недаром в 1997 г. В. А. Гельман предложил разделить относительно российской политической системы понятия «электоральная формула» и «электоральная система» (последняя вклю-

чала все писанные и неписанные установления) [См.: Гельман В. А., 1997. С. 125–126].

М. В. Желтов выделяет следующие *общие тенденции развития современных избирательных систем*. «Следует отметить, что изменение понимания демократичности выборов происходит и сегодня. Так, в некоторых странах (Бразилия, Куба и др.) уже сейчас правом голоса обладают лица, достигшие возраста 16 лет. Подобные предложения о снижении возраста, в котором лицо получает право голоса, в последнее время стали высказываться и в России. Не исключено, что в будущем общепринятой нормой будет считаться предоставление права голоса не с 18, а с 16 лет.

Другой пример изменения понимания демократизма избирательного права — это происходящий сегодня процесс предоставления права голоса иностранцам. Традиционно участие в голосовании рассматривалось в качестве права, обладать которым могут лишь граждане конкретного государства. За редчайшими исключениями данный подход повсеместно считается единственно приемлемым и возможным. Ситуация начала меняться лишь во второй половине XX в. В мире появилась группа стран, и среди них прежде всего страны — участницы Европейского союза, которые предоставили, правда в ограниченном объеме, право голоса иностранцам, постоянно проживающим на их территории. На сегодняшний день иностранцы — граждане государств, входящих в состав ЕС, — обладают и правом голоса, и правом избираться на муниципальных выборах в стране их постоянного проживания, если, конечно, она также входит в состав ЕС.

Но не только страны — члены ЕС пошли по пути предоставления иностранцам права голоса на муниципальных выборах. Например, таким же правом обладают иностранные граждане, постоянно проживающие в некоторых кантонах Швейцарии. В то же время иностранцы практически повсеместно лишены права участвовать в выборах на национальном уровне (выборах депутатов парламента и президента). Несмотря на то, что данное ограничение политических прав иностранцев является сейчас общепризнанным, уже можно столкнуться с точкой зрения о необходимости его отмены» [Желтов М. В. Институт выборов, 2003. С. 12–13].

**Формы организации избирательного процесса.** В первую очередь необходимо разграничить социальные и узкоюридические отношения в рамках избирательного процесса. Как отмечает С. Д. Князев, «утверждение о том, что избирательное право рассчитано на регламентацию отношений, составляющих процесс организации и проведения выборов, нуждается в существенном уточнении. Несомненно, что большая их часть действительно вызывается к жизни избирательным законодательством и без него немыслима. Особенно это касается таких отношений, которые непосредственно связаны с реализацией права граждан избирать и быть избранными в органы государственной власти и органы местного самоуправления. В частности, только по юридическим правилам допускается выдвижение кандидатов, сбор подписей

в их поддержку, внесение избирательного залога, регистрация кандидатов, предвыборная агитация, образование и использование избирательных фондов и т. п. Вместе с тем значительная часть социальных связей, сопутствующих выборам, вполне может обойтись без правовой регламентации, не ориентирована на юридические координаты и характеризуется наличием явных нейтральных качеств по отношению к избирательному законодательству. К ним вполне могут быть отнесены общественные отношения, связанные с поиском партнеров для политической коалиции и объединения в избирательные блоки, выявлением неформальных лидеров избирательных кампаний и предварительной социологической апробацией их выборного рейтинга и др. Возникновение (развитие) этих и подобных им электоральных связей не только не нуждается в юридической регламентации, но и, по образному выражению Т. Парсонса, придает правовому регулированию избирательных кампаний «латентную поддержку» в виде обычаев, ритуалов и традиций, способствующих эффективной адаптации законодательства о выборах к электорально-политической среде» [Князев С. Д., 2001. С. 11–12].

По мнению того же автора, можно выделить следующие компоненты избирательного процесса:

– субъективный — охватывает собой участников избирательной кампании, которые вследствие наделения их процессуальными правами и обязанностями выступают в качестве субъектов избирательного процесса;

– технологический — включает в себя временные (сроки) и формальные (документы) составляющие юридического режима избирательных кампаний;

– институциональный (стадийный) — образует стадии подготовки и проведения выборов, формирующиеся на основе избирательных действий и этапов (более широкое понятие, чем этапы избирательных кампаний, от назначения выборов до легитимации результатов выборов) [См.: Князев С. Д., 1999. С. 311–316].

Как отмечает Д. Б. Катков, «избирательное право регламентирует не все отношения, возникающие при организации и проведении выборов, а только те, которые нуждаются в правовом регулировании путем закрепления прав и обязанностей за субъектами общественных отношений. Например, политические отношения, возникающие между собой у кандидатов, избирательных объединений, не регулируются избирательным правом. Поэтому понятие выборов как системы общественных отношений, опосредующих наделение народом своих представителей правом осуществления публичной власти, шире, чем предмет избирательного права. Выборы включают в себя различные политические, этические, корпоративные отношения, регуляторами которых выступают соответствующие социальные нормы.

В то же время избирательное право регулирует не только отношения, возникающие при проведении выборов. В избирательно-правовую сферу вовлекаются отношения, возникающие в межвыборный период. Это, например,

отношения по регистрации (учету избирателей, формированию постоянно действующих избирательных комиссий. Однако такие отношения всегда связаны с выборами. Регистрация избирателей осуществляется для использования данных этой системы при составлении списков избирателей на различных выборах, а избирательные комиссии представляют собой систему органов, само существование которых обусловлено потребностью в проведении выборов» [Катков Д. Б., 2001. С. 3–4].

Соответственно он выделил следующие признаки избирательного процесса:

– деятельность субъектов избирательного права, то есть совершение ими определенных действий, имеющих юридический характер. Путем совершения избирательных действий данные субъекты реализуют закрепленные правовыми нормами права и обязанности;

– деятельность прямо предусмотренных правовыми нормами субъектов процесса, то есть лиц, органов, организаций, их объединений, наделенных избирательно-процессуальными правами и обязанностями;

– деятельность, направленная на избрание выборных лиц. Избирательный процесс имеет строго целевое назначение, юридическим результатом которого является формирование органов государственной власти, органов местного самоуправления, избрание должностных лиц государственной власти, местного самоуправления;

– деятельность, урегулированная процессуально-правовыми нормами. Это означает, во-первых, то, что избирательный процесс может начаться только на основании и в соответствии с законом, и, во-вторых, избирательный процесс осуществляется в определенной правовыми нормами процессуальной форме;

– осуществление избирательных действий в определенной последовательности. Поступательное движение избирательного процесса — его необходимая характеристика. Избирательные действия осуществляются последовательно. Например, выдвижение кандидатов невозможно до назначения выборов, а осуществление предвыборной агитации невозможно до регистрации кандидата, избирательного объединения, избирательного блока [См.: Катков Д. Б., 2001. С. 23].

Обратим также внимание на интересующий нас социальный аспект. «В избирательном процессе, как ни в какой другой сфере общественно-политической деятельности и отношений, существенным компонентом является доверие основного субъекта выборов — избирателей — к государственным и общественным институтам, избирательным комиссиям, обеспечивающим организацию и проведение выборов. Гражданское доверие, будучи неотъемлемым элементом правовой культуры граждан и общества, определяет смысл современного избирательного процесса как политического механизма воспроизводства представительных и выборных институтов публичной власти» [Дмитриев Ю. А., 2004. С. 290].

Согласно российскому законодательству субъектами избирательно-правовых отношений могут выступать:

1) граждане Российской Федерации — свое конституционное право граждане осуществляют, участвуя в выборах в качестве избирателей (выдвигают кандидатов, осуществляют их поддержку, участвуют в предвыборной агитации, голосуют на выборах), кандидатов, их представителей, представителей избирательных объединений, избирательных блоков, общественных объединений, членов избирательных комиссий.

В соответствии с международными договорами Российской Федерации и соответствующими им федеральными законами, законами субъектов Российской Федерации иностранные граждане, постоянно проживающие на территории соответствующего муниципального образования, имеют право избирать и быть избранными в органы местного самоуправления на тех же условиях, что и граждане Российской Федерации;

2) органы государственной власти и органы местного самоуправления — основная обязанность данных субъектов — обеспечение реализации конституционного права граждан избирать и быть избранными. Органы государственной власти и органы местного самоуправления выступают в избирательном процессе в различном качестве: назначают выборы, осуществляют формирование избирательных комиссий, содействуют избирательным комиссиям в подготовке и проведении выборов;

3) избирательные комиссии — представляют собой коллегиальные органы, непосредственно осуществляющие подготовку и проведение выборов. Часть избирательных комиссий являются государственными (Центральная избирательная комиссия Российской Федерации, избирательные комиссии субъектов Российской Федерации);

4) общественные объединения — основное место среди них занимают политические общественные объединения, которые имеют право участвовать в выборах в качестве избирательных объединений, политические партии. Неполитические общественные объединения по сравнению с ними имеют ограниченный объем прав: они вправе участвовать в предвыборной агитации, назначать наблюдателей, но не имеют основного права избирательных объединений — права выдвигать кандидатов;

5) СМИ — обязаны предоставлять кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам возможность проведения предвыборной агитации, содействовать избирательным комиссиям в деле информирования избирателей о ходе выборов. СМИ вправе направлять для наблюдения за ходом голосования, осуществлением отдельных избирательных действий своих представителей [См.: Избирательное право России, 2004. С. 9–10].

Основными составными частями системы источников избирательного права являются:

- 1) избирательное законодательство;
- 2) международно-правовые акты;

- 3) нормативные правовые акты местного самоуправления;
- 4) решения Конституционного суда Российской Федерации;
- 5) решения Верховного суда Российской Федерации;
- 6) нормативные правовые акты избирательных комиссий.

Избирательное законодательство в Российской Федерации можно разделить на виды по двум основаниям:

1) по уровню регулируемых выборов (предметному признаку) на законодательство о выборах федеральных органов государственной власти, законодательство о выборах органов государственной власти субъектов Российской Федерации и законодательство о выборах органов местного самоуправления;

2) по субъекту правотворчества (субъектному признаку) на федеральное избирательное законодательство, избирательное законодательство субъектов Российской Федерации [См.: Избирательное право России, 2004. С. 22].

Основными и важнейшими источниками международных избирательных стандартов являются:

1) Всеобщая декларация прав человека 1948 г. — ст. 21 устанавливает: воля народа должна быть основой власти правительства; эта воля должна находить свое выражение в периодических и нефальсифицированных выборах, которые должны проводиться при всеобщем и равном избирательном праве, путем тайного голосования или же посредством других равнозначных форм, обеспечивающих свободу голосования;

2) Международный пакт о гражданских и политических правах 1966 г. — согласно ст. 25 каждый гражданин должен иметь, без какой-бы то ни было дискриминации и без необоснованных ограничений, право и возможность принимать участие в ведении государственных дел как непосредственно, так через посредство свободно выбранных представителей; голосовать и быть избранным на подлинных периодических выборах, производимых на основе всеобщего равного избирательного права при тайном голосовании и обеспечивающих свободное волеизъявление избирателей [См.: Дмитриев Ю. А., 2001. С. 171–175; Избирательное право России, 2004. С. 28].

В специальной литературе выделяют следующие *виды выборов*:

– очередные выборы — это выборы, которые назначаются и проводятся в связи с истечением срока полномочий избираемого органа или должностного лица. Внеочередные (досрочные) выборы проводятся в связи с досрочным прекращением полномочий избираемого органа (должностного лица);

– на основных выборах избирается весь состав представительного органа. Основанием проведения дополнительных выборов является досрочное прекращение полномочий депутата представительного органа, избранного по мажоритарной избирательной системе;

– общими выборами являются одновременные выборы всех депутатов представительного органа. Частичные (ротационные) выборы проводятся в



случае, если представительный орган формируется путем ротации, которая предполагает одновременное избрание частей депутатского корпуса представительного органа (палаты представительного органа);

– первоначальные выборы назначаются в связи с истечением срока полномочий либо досрочным прекращением полномочий избираемого органа (выборного лица). Повторные выборы проводятся в случаях, если результаты первоначальных выборов были признаны несостоявшимися или недействительными. Повторные выборы следует отличать от повторного голосования — факультативной стадии, которая происходит в рамках того же избирательного процесса, в рамках которого осуществлялось первоначальное голосование;

– выборы, проводимые в один тур и выборы, предусматривающие в определенных случаях проведение второго тура [См.: Избирательное право России, 2004. С. 7–8].

Функциональное назначение *стадий избирательного процесса* состоит в обеспечении последовательного во времени и поэтапного по содержанию выполнения разнообразных избирательных действий и процедур, которые обеспечивают легитимный характер выборов и избрания соответствующих выборных лиц. Ряд элементов организации избирательного процесса носит обслуживающий, вспомогательный (технологический) характер. Так, проведение выборов невозможно без своевременного их финансирования. В этих условиях основные технологические элементы организации избирательного процесса в том или ином объеме своих функциональных характеристик обслуживают соответствующие стадии избирательного процесса [См.: Дмитриев Ю. А., 2004. С. 293–295].

Основными стадиями избирательного процесса являются:

1) назначение выборов (принятие уполномоченным на то государственным органом, органом местного самоуправления, должностным лицом решения о назначении даты выборов, в том числе в порядке ротации части депутатского корпуса, и проведении выборов);

2) образование избирательных округов, в том числе единого избирательного округа, избирательных участков, составление списков избирателей на основе сведений о государственной регистрации (учете) избирателей;

3) выдвижение кандидатов (списков кандидатов) и их регистрация;

4) информационное обеспечение выборов и проведение предвыборной агитации;

5) голосование и определение итогов голосования, установление результатов выборов, их официальное опубликование (публикация).

При этом факультативной стадией является проведение в предусмотренных законом случаях: а) повторного голосования; б) повторных выборов; в) выборов депутатов вместо выбывших [Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации, 2003. С. 297–298; Катков Д. Б., 2001. С. 23].

В широком смысле *избирательная система* — это система общественных отношений, связанных с выборами органов публичной власти (вопросы определения круга избирателей и избираемых; инфраструктуры выборов (создание избирательных единиц, избирательных органов и др.), отношения, складывающиеся на каждой из стадий избирательного процесса вплоть до его завершения).

По версии П. А. Астафичева, это совокупность общественных отношений, возникающих в процессе публичных выборов. Избирательную систему следует рассматривать как элемент политической системы общества.

В узком смысле избирательная система — способ определения того, кто из баллотировавшихся кандидатов избран на должность или в качестве депутата. В зависимости от того, какая будет использована избирательная система, результаты выборов при одних и тех же участниках голосования могут оказаться совершенно различными. Поэтому политические силы нередко борются между собой за более выгодную для себя избирательную систему.

По версии П. А. Астафичева, в узком смысле избирательная система представляет собой избирательную формулу, способ обращения голосов избирателей в мандаты выборных лиц. Различают мажоритарную, пропорциональную и смешанные избирательные системы [См.: Астафичев П. А., 1999. С. 11–12; Избирательное право России, 2004. С. 29].

#### **Выборы проводятся по разным правилам.**

Наиболее распространена мажоритарная система — избранными становятся лица, получившие большинство голосов. Выгодна крупным политическим организациям.

Основные разновидности:

– система относительного большинства. Действует в Великобритании, США, Канаде, Индии и других странах. Победителем становится кандидат, набравший больше голосов, чем любой из его соперников в отдельности. Преимущества — очевидность (больше набрал голосов и потому победил), ведет к формированию более стабильной двухпартийной системы («закон М. Дюверже»); недостатки — потеря большинства голосов, отданных за проигравших кандидатов, консолидированное меньшинство проводит своего кандидата в ущерб большинству избирателей;

– система абсолютного большинства (действует во Франции и некоторых других странах, до 1993 г. действовала в России) — если ни один из кандидатов не набирает простого большинства (50% + 1 голос), проводится второй тур (повторное голосование с участием, чаще всего, двух победителей первого тура) по системе относительного большинства. При организации первого тура часто используется порог явки (если пришло меньше избирателей, выборы считаются не состоявшимися). Преимущество — победителями становятся кандидаты, приемлемые для большинства избирателей; недостатки — угроза срыва выборов из-за низкой явки, эффект негативного голосо-

ния во втором туре (сторонники проигравших в первом туре кандидатов голосуют «против» неприемлемого для них кандидата);

– система квалифицированного большинства (2/3 или 3/4 голосов) — сходна с системой абсолютного большинства.

Примеры. Во Франции (мажоритарная система абсолютного большинства) в результате выборов 1993 г. в Национальное собрание правоцентристская партийная коалиция собрала в целом по стране 39% голосов, но получила 80% депутатских мест. В Канаде (мажоритарная система относительного большинства) в 1993 г. проводились общенациональные выборы в Палату общин, в ходе которых за кандидатов Либеральной партии было подано 41,6% голосов, но она получила 178 депутатских мандатов (свыше 60%), кандидаты Прогрессивно-консервативной партии собрали 16% голосов, однако им достались лишь два депутатских мандата (0,7%), в то время как кандидаты Реформистской партии, добившись поддержки 18% избирателей, получили 46 депутатских мандатов (16%).

Пропорциональная система — соперничество между избирательными списками избирательных объединений в многомандатных округах. Чаще всего в качестве объединений выступают политические партии и избирательные блоки. Победителями становятся лица из начала списка. Выгодна относительно небольшим партиям.

Преимущества — лучше, чем мажоритарная система, отражает идеологические и партийные предпочтения избирателей; предоставляет больше мест устойчивым меньшинствам; затрудняет возможность прохождения представителей криминальных структур.

Недостатки — прохождение «темных личностей», не известных большинству избирателей («технология паровоза» — несколько ярких личностей из начала партийного списка тянут за собой в парламент малоизвестные «вагоны»); фрагментация парламента, затрудняющая формирование устойчивого правительства большинства; сложность системы, неочевидность результатов для большинства избирателей.

По подсчетам итальянского исследователя С. Коррадо, уже в 1908 г. было известно свыше 100 разновидностей пропорциональной избирательной системы.

Специфика системы:

– введение процентного барьера (0,67% (Нидерланды) — 10% (Турция) в зависимости от числа избирателей) для отсекация списков, набравших небольшое число голосов (в качестве альтернативы может использоваться жеребьевка, предоставляющая мандат одному из объединений). Чем ниже барьер, тем лучше представлены избиратели, чем выше барьер, тем более устойчив парламент (в Конституции Португалии даже содержится положение, которое запрещает вводить какие-либо заградительные барьеры);

– введение открытых списков, когда избиратель может указывать порядок предпочтений в составе списка или голосовать за часть списка (при усло-

вии наличия у избирателя не одного, а нескольких голосов — см. ниже). Ослабляет «технологию паровоза», зато затрудняет подсчет голосов;

– передаваемый голос — голосование в порядке предпочтений: кроме желательного кандидата указывается один («одиочный передаваемый голос» — *single transferable vote (STV)* — иногда STV и подобные схемы выделяют в отдельный вид, не относящийся к пропорциональной системе) или несколько кандидатов, которым избиратель отдаст предпочтение, если желательный для него кандидат не пройдет. Улучшает учет интересов избирателей, опять-таки затрудняет подсчет голосов.

После определения избирательной квоты (метра, в законодательстве РФ — «первое избирательное частное») от каждого партийного списка депутатские мандаты получают столько человек, сколько раз избирательная квота (метр) укладывается в собранное этой партией на выборах количество голосов. В каждом случае появляется некоторый остаток. Вопрос о том, как учесть эти остатки, является одним из самых сложных при определении результатов голосования по пропорциональной избирательной системе.

Существует несколько способов выхода из этого затруднительного положения. В законодательстве ряда стран закреплено правило наибольшего остатка, под которым понимается самый большой остаток голосов, получившийся после распределения между партиями мандатов посредством натурального частного (избирательного метра или естественной квоты). При этом под остатком понимается и количество голосов, полученных партией, которое меньше избирательной квоты. При этом принцип пропорциональности несколько искажен, так как для получения одного мандата каждой партии пришлось собрать разное количество голосов (метод Т. Хэйра).

Известны различные способы подсчета голосов, помогающие свести к минимуму искажения принципа пропорциональности. Правило наибольшей средней, или система В. д'Ондта (по имени изобретателя: число голосов, полученных каждым списком, делят последовательно на 1, 2, 3, 4 и т. д. до цифры, соответствующей числу списков, однако при установлении количества прогрессивно возрастающих делителей учитывается и число распределяемых мандатов).

Затем полученные частные распределяют в порядке убывания. Частное, порядковый номер которого соответствует числу замещаемых мандатов, является общим делителем. Каждый список получает столько мест, сколько частных уложилось до общего делителя включительно.

Самая большая проблема при пропорциональной системе — проблема «остатков», получающихся при делении общего числа голосов, поданных за ту или иную партию на избирательную квоту. Они появляются в каждом избирательном округе, а затем в целом по стране эти остатки превращаются подчас в весьма значительное число как бы оставшихся без внимания голосов. Самый оптимальный выход из этого затруднения — превращение всей страны в единый избирательный округ. Благодаря этому удается также

предотвратить возможные искажения при образовании избирательных округов (избирательная география). Провозглашение всей территории страны единым избирательным округом характерно, к примеру, для Нидерландов, Израиля, Венесуэлы. В Португалии после внесения поправок в Конституцию 1989 г. также появилось положение, позволяющее объявить территорию всей страны единым избирательным округом. В России в 1993 и 1995 гг. на выборах депутатов в Государственную думу по партийным спискам вся территория страны являлась единым избирательным округом.

В Швеции для обеспечения подлинной пропорциональности на парламентских выборах в избирательных округах из 349 мандатов распределяют лишь 310, а оставшиеся 39 «уравнивающих мандатов» передаются затем в избирательные округа, в которых партии имели наибольшее число неучтенных при первом распределении голосов избирателей, для определения, какие партии должны получить эти дополнительные депутатские мандаты.

И в мажоритарной, и в пропорциональной системах используется преференциальное голосование, при котором избиратель получает несколько голосов, распределяемых в зависимости от предпочтений. 1) При голосовании в одномандатных округах можно распределять свои голоса между несколькими кандидатами (в зависимости от избирательных правил). 2) Голосование в многомандатных округах, как уже говорилось, позволяет распределить места в партийном списке [См.: Зарубежное избирательное право, 2003. С. 24–31; Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации, 1999. С. 104–121; Избирательное право России, 2004. С. 30–35; Любарев А. Е., 2003. С. 124–129; Мартелло С. 1996. № 1. С. 20–25; Электоральная политология, 1998. С. 5–23].

Некоторые страны применяют смешанные избирательные системы, сочетающие в себе элементы мажоритарной и пропорциональной избирательных систем. На такой основе организуются выборы в Бундестаг ФРГ. Каждый избиратель имеет два голоса. Один голос избиратель отдает за конкретного кандидата, а второй — за партийный список. Половина депутатов Бундестага избирается по мажоритарной системе относительного большинства в избирательных округах. Остальные места распределяются по пропорциональной системе в соответствии с количеством голосов, отданных за списки, составленные партиями в каждой земле.

Сходным образом была построена избирательная система на выборах в Государственную думу в России: в 1993 и 1995 гг. половина депутатов избиралась по мажоритарной системе относительного большинства в одномандатных избирательных округах, а половина — по спискам избирательных объединений пропорционально полученным голосам в рамках единого округа — всей территории Российской Федерации.

В Мексике согласно ст. 52 Конституции 1917 г. «Палата депутатов состоит из трехсот депутатов, избираемых по мажоритарной системе относительного большинства по униномиальным избирательным округам, и до ста

депутатов, избираемых по системе пропорционального представительства посредством региональных списков, голосование по которым производится по полиномиальным избирательным округам».

В 1993 г. к смешанной избирательной системе перешла Италия (75% мест в каждой из палат парламента замещается в одномандатных округах по мажоритарной системе, а 25% — в многомандатных округах по пропорциональной системе).

Смешанные избирательные системы применялись также в 1990-е гг. в Албании, Грузии, Венгрии. В последнее время наблюдается тенденция расширения географии распространения этой избирательной системы [См.: Зарубежное избирательное право, 2003. С. 21–33; Колдаев В. М., 2008. С. 8–9].

Как отмечал в 2009 г. В. И. Лысенко, в настоящее время наиболее широко применяются в основном три разновидности систем организации выборов: мажоритарная относительного (безквотного), квалифицированного (50%) и абсолютного (2/3 или более) большинства, пропорциональная (с различными модификациями, в том числе в виде системы одиночного передаваемого голоса) и смешанные избирательные системы. На сегодняшний день из 213 государств и территорий (из них 199 государств — члены ООН, остальные 14 — самоуправляемые или зависимые, протекторатные территории) мажоритарную избирательную систему относительного большинства применяют 47 государств, квалифицированного большинства — 22, исключительно пропорциональную (различных видов) — 72, смешанную систему выборов (разные модели) — 30, остальные государства и территории используют еще более утонченные варианты указанных избирательных систем. При этом из 31 страны новой демократии (после развала СССР и социалистического лагеря) первоначально 6 избрали мажоритарную систему выборов, а остальные 25 — пропорциональную (из них смешанную — 6, исключительно пропорциональную — 19) [См.: Лысенко В. И., 2009. С. 23].

В отношении «выбора системы» интересны рассуждения профессора Лиссабонского университета: «Для достижения определенного уровня стабильности казалась более предпочтительной избирательная система, ориентированная на мажоритарный принцип, с сильной и пользующейся доверием исполнительной ветвью управления. Желательность установления более тесной взаимосвязи между избирателями и теми, кто ими избран, также говорит в пользу мажоритарной системы. Зато избирательные системы, основанные на принципе пропорциональности, обеспечивали более надежную гарантию того, что в новых законодательных органах будут представлены все слои и группы населения, включая меньшинства, — довод немаловажный после стольких лет однопартийного правления.

Словом, в странах Восточной и Центральной Европы во всей наглядности стали связанные с выбором избирательной системы классические дилеммы: представительность — или стабильность; сильная законодательная — или сильная исполнительная власть» [Надаис А., 1994. С. 70–71].

«Упрощая проблему, — пишет американский исследователь М. Уоллерстайн, — можно сказать, что при строительстве демократических институтов прежде всего приходится выбирать между системой относительного большинства и системой пропорционального представительства. При взаимоналожении этих двух дихотомных моделей получается четыре комбинации. Они, разумеется, наблюдаются в современной политической практике» [Уоллерстайн М., 1992. С. 161].

1) Вариант, обеспечивающий сильное правительство, — это парламентская форма правления с мажоритарной системой. Последняя обычно ограничивает количество состязающихся партий двумя и дает более сильной из них непропорционально (по сравнению с числом поданных за нее голосов) большое число мест в законодательном органе (Великобритания).

2) Президентская форма правления в сочетании с системой относительного большинства. Специфика: наличие двух партий у власти (одна формирует органы исполнительной власти, другая контролирует парламент) и относительная слабость политических партий в пользу доминирования отдельных личностей (США).

3) Парламентская модель с системой пропорционального представительства. Число партий в этих странах различно, иногда их много, но во власти находятся коалиционные правительства. Единственное исключение составляют однопартийные кабинеты меньшинства (большинство стран Западной Европы, без Великобритании и Франции).

4) Четвертая комбинация — президентская система с избирательным законом, предусматривающим пропорциональное представительство в парламенте. Наименее устойчива по причине потенциального конфликта президента с парламентом (Франция, многие государства Латинской Америки и Восточной Европы).

Как видим, пресловутая «воля народа» тонет в «системных играх» математиков и законодателей. Приведем еще два мнения:

– «по сравнению с другими элементами политической системы, электоральными правилами легче всего манипулировать в политических целях. Имеется в виду не то, что избирательную систему легко изменить, а то, что остальные элементы системы изменить еще сложнее» [Таагепера Р., 1997. № 3. С. 116];

– «избирательная система нередко рассматривается как «наиболее легко подверженная манипуляциям характеристика политической системы». В то же время правилам, по которым проводятся выборы и подводятся их итоги, приписывается роль решающего фактора, определяющего конфигурацию партийной системы, отсюда — мысль о том, что можно влиять на структуру межпартийной конкуренции путем принятия той или иной избирательной системы. Именно эта идея находится в центре известной работы Дж. Сартори «Политическое развитие и политическая инженерия», считавшего, что выбор типа избирательной системы — главное средство против угрозы «поляризо-



ванного плюрализма». Более поздние исследования давали меньше оснований для оптимизма по поводу возможностей электоральной инженерии. Подводя итоги своей работы, П. Пульцер отмечал: «Политика, кажется, — многокомпонентная игра, и избирательные правила — лишь одна из многих составляющих. Иногда они играют решающую роль. Но чаще — нет». Однако базой для подобных выводов служил, как правило, анализ воздействия избирательных норм на зрелые партийные системы, которые, очевидно, обладают достаточно большой «сопротивляемостью» институциональным инновациям. Иное дело партийные системы, только начинающие формироваться в новых демократиях, особенно в посткоммунистическом мире» [Голосов Г. В., 1997. С. 102].

*Принципы и нормы избирательного права.* При всей условности и «отвлеченности», о чем уже говорилось во второй теме, декларируемые принципы оказывают серьезное влияние на нормативное регулирование и на избирательные практики. Организаторами выборов предъявляются довольно жесткие и зачастую невыполнимые в рамках социально-политической реальности требования. Самый яркий пример использования такого рода приемов в политической борьбе — пресловутые «цветные революции».

«В международных документах в области развития и защиты прав человека используется термин «свободные и справедливые выборы». Естественно, возникает вопрос, каким международным стандартам и содержащимся в них критериям должны отвечать свободные и справедливые выборы. Подготовка и проведение свободных выборов невозможны без установления норм, закрепляющих такие права, как право на свободу мнений, свободу слова, свободу информации, свободу собраний и ассоциаций, право на тайное голосование. Политическая пропаганда, а также мероприятия, в том числе и информационные, по подготовке избирателей к выборам, политические митинги и собрания, а также организации сторонников различных партий, механизм тайного голосования — все это элементы, присущие выборам, и, для того чтобы выборы были свободными, каждый из этих элементов должен функционировать без необоснованного вмешательства. Конечный показатель того, являются ли выборы свободными, это то, насколько они способствуют полному выражению политической воли народа» [Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации, 2003. С. 146].

Согласно принятой схеме взаимоотношений граждан и государства в области избирательных отношений:

- Государство должно принимать законодательные меры в соответствии с собственным конституционным процессом в целях обеспечения гарантии прав и институциональных рамок для проведения регулярных подлинных выборов в соответствии с международными правовыми обязательствами: устанавливать действенную процедуру регистрации избирателей; определить четкие критерии регистрации избирателей (возраст, гражданство, место жительства); способствовать становлению свободной деятельности политиче-

ских партий. Регулировать по возможности финансирование политических партий и избирательных кампаний, обеспечивать разделение партии и государства.

- Государство должно предпринимать необходимые политические и институционные шаги для достижения и утверждения демократических целей, в том числе через установление нейтрального и сбалансированного механизма организации и проведения выборов: обеспечивать подготовку лиц, ответственных за различные аспекты выборов, устанавливая последовательные процедуры голосования; обеспечивать регистрацию избирателей, обновление списков избирателей и процедур голосования, прибегая к помощи национальных и международных наблюдателей; добиваться от партий кандидатов и средств массовой информации принятия и выполнения кодекса поведения, который регулирует их действия в период проведения избирательной кампании и голосования.

- Государство должно уважать и обеспечивать соблюдение прав человека для всех граждан.

- Во время выборов государство и его органы должны обеспечивать: свободу передвижения, собраний, объединений и выражения мнений, особенно во время политических собраний и митингов; партиям и кандидатам свободу в распространении их взглядов среди избирателей и возможность равного доступа к государственным и общественным средствам массовой информации [См.: Введение в избирательное право, 2003. С. 48–50].

В целом, по мнению представителей ЦИК РФ, уже зафиксированы в различных международно-правовых документах и решениях международных организаций следующие принципы:

- 1) участие в управлении своей страной (непосредственно и через своих представителей);

- 2) всеобщее избирательное право (пассивное и активное избирательное право для всех взрослых граждан);

- 3) равное избирательное право (голос избирателя имеет такой же вес, как и голоса других граждан);

- 4) тайное голосование (право граждан на тайну голосования является абсолютным и не может быть никоим образом и чем бы то ни было ограничено);

- 5) свободные выборы (каждый голосующий имеет право голосовать на любых выборах на любую государственную должность за того кандидата или за тот список кандидатов, который он предпочитает, и никто не может принудить его голосовать за какого-либо определенного кандидата или какой-либо определенный список кандидатов);

- 6) справедливые выборы (обеспечивается: а) всеобщим и равным избирательным правом; б) равными возможностями участия в предвыборной кампании, в том числе равным доступом к СМИ для каждого кандидата или каждой политической партии; в) справедливым и гласным финансированием

избирательного процесса; г) честностью при голосовании и подсчете голосов, полным и оперативным информированием о результатах голосования с официальным опубликованием итогов; д) организацией избирательного процесса независимыми беспристрастными органами, работающими открыто и гласно под действенным общественным контролем; е) быстрым и эффективным рассмотрением независимыми органами (избирательными комиссиями или судами) случаев нарушения прав человека и жалоб, относящихся к избирательному процессу, во временных рамках соответствующих этапов избирательного процесса);

7) подлинные выборы (выявляют свободно выраженную волю народа и приводят к ее осуществлению);

8) периодические выборы (выборы должны проводиться с разумной периодичностью, устанавливаемой законом, так чтобы основой выбора избираемых органов государственной власти и выборных должностных лиц всегда была воля народа) [См.: Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации, 2003. С. 159–162].

К «периодичности» также добавляется «обязательность» выборов. В качестве принципов выступают также «альтернативность» (реальная возможность для избирателя выбора одного из нескольких кандидатов посредством свободного волеизъявления), «открытость и гласность» (для всех участников избирательного процесса — кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, общественных объединений, избирателей; гласность, в том числе посредством введения института наблюдателей) [См.: Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации, 2003. С. 281–287].

Сюда же можно отнести «принцип добровольности участия в выборах, согласно которому избиратель самостоятельно принимает решение об участии или неучастии в избирательном процессе» [Астафичев П. А., 1999. С. 44].

Однако из этих правил существует слишком много исключений. Наряду с добровольностью существует «обязательный вотум», когда за уклонение от участия в выборах предусматриваются санкции: наложение штрафа (Австралия), лишение свободы (Греция, Турция), лишение права занимать государственные должности (Аргентина), а также моральные санкции (Италия) [См.: Астафичев П. А., 1999. С. 44].

В ч. 5 ст. 21 Всеобщей декларации прав человека записано, что выборы «должны проводиться при всеобщем и равном избирательном праве». Однако при этом признается наличие значительного числа цензов (наличие гражданства, возраста, психического здоровья, определенного места и срока жительства, гражданской и экономической состоятельности и т. п.).

Аналогичным образом обстоят дела с принципом равного избирательного права. Система квотирования ставит под вопрос наличие одинаковых возможностей у всех избирателей. Так, согласно резолюции, принятой на

XIV сессии Подкомиссией ООН по предупреждению дискриминации и защите меньшинств, не должны считаться дискриминационными меры, предписываемые национальными законами: «а) адекватное представительство какой-либо составной части населения страны, которая в действительности из-за политических, экономических, религиозных, социальных, исторических или культурных условий лишена возможности пользоваться равным с остальным населением положением в отношении политических прав; б) пропорциональное соразмерное представительство различных составных частей населения страны. Все такие меры остаются в силе, только пока в них есть нужда и только в той степени, в которой они необходимы» [Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации, 2003. С. 150].

Вряд ли имеет смысл рассматривать вопросы свободы, подлинности и справедливости выборов в условиях доминирования «манипулятивного общественного мнения», о чем уже говорилось во второй теме. Причем российская политическая практика, если чем и отличается от практики так называемых «цивилизованных государств», то только неумелостью в использовании технологий формирования онога «народного гласа».

Разумеется, можно найти и объяснение этим исключениям как реликтам бывших эпох. Так, П. В. Астафичев утверждает, что «в мировой практике имеет место устойчивая тенденция сокращения избирательных цензов, приводящая к практической всеобщности голосования. «Цензовую» роль в этом случае начинают играть не правовые, а нравственные нормы, а также другие социальные регуляторы — традиции, обычаи и мода» [Астафичев П. А., 1999. С. 35].

Отсюда и проблема с закреплением данных принципов в конституциях разных государств. «Что же у нас осталось в Конституции РФ из общепринятого перечня важнейших принципов избирательного права? Пожалуй, только принцип свободных выборов (ч. 3 ст. 3 Конституции РФ), право граждан избирать и быть избранными (то есть всеобщее избирательное право) — ч. 2 ст. 32 Конституции. Но это и все. Ничего не говорится о равном и прямом избирательном праве при тайном голосовании. Правда, эти принципы упоминаются в ч. 1 ст. 81 Конституции, но ведь эта статья посвящена только выборам Президента РФ. Если буквально толковать эти положения Конституции, то придется согласиться с довольно ядовитым замечанием Н. В. Варламовой о том, что «даже если Государственная дума будет избираться на не прямых выборах, открытым голосованием, то это не будет противоречить Конституции Российской Федерации»» [Колдаев В. М., 2008. С. 16–17].

Кратко ознакомимся с основными проблемами, связанными как с организацией **избирательной системы**, так и с практикой **избирательного процесса**, в первую очередь российского.

Первооснова для образования *избирательных округов* — численность избирателей. Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и прав на участие в референдуме граждан Российской Федерации» формулирует общие требования, которые должны соблюдаться при образовании избирательных округов, и те исключения из общих правил, которые допускаются законом. Допускаются отклонения от средней нормы представительства избирателей не более чем на 10%, а в труднодоступных и отдаленных местностях — не более чем на 15% (как для одномандатных, так и для многомандатных округов).

Исключения:

1) требования о примерном равенстве избирательных округов по числу избирателей могут не применяться при проведении выборов в федеральные органы государственной власти, иные федеральные государственные органы, если федеральными законами устанавливается обязательность образования не менее одного избирательного округа на территории каждого субъекта Российской Федерации;

2) при образовании избирательных округов на территориях компактного проживания коренных малочисленных народов допустимое отклонение от средней нормы представительства избирателей в соответствии с законами субъектов Российской Федерации может превышать указанный предел, но должно составлять не более 30%.

*Избирательные участки* — это территориальные единицы, образуемые для организаций проведения голосования и подсчета голосов соответственно избирателей, участников референдума. Избирательные участки образуются из расчета не более чем 3 тысячи избирателей, участников референдума на каждом участке. Создание участков возложено на главу муниципального образования, который обязан согласовать свое решение с избирательными комиссиями, комиссиями референдума.

Принципиальное значение имеет соотношение границ избирательных участков и избирательных округов. Это соотношение зависит от того, в какой представительный орган проводятся выборы. Если речь идет о выборах в представительный орган местного самоуправления на территории небольшого муниципального образования, то в пределах границ избирательного участка может находиться несколько избирательных округов (при мажоритарной системе выборов). В других случаях, например, при выборах представительных органов местного самоуправления в крупных муниципальных образованиях (больших городах, районах), избирательные участки по своей территории могут быть меньше избирательного округа. Естественно, что при выборах в Государственную думу, органов государственной власти субъектов Федерации в большинстве случаев на территории избирательных округов образуется много избирательных участков. В любом случае границы избирательных участков не должны пересекать границы избирательных округов.

Как показывает опыт, границы территорий подавляющего большинства избирательных участков, образованных на одних выборах (например, в Государственную думу), как бы «наследует» система участков на последующих выборах. Демографическая ситуация в городах и сельских поселениях меняется медленно, но определенные изменения в системе участков будут всегда, хотя и не столь значительные, чтобы они были совершенно неожиданны и тем более неудобны для избирателей [См.: Дмитриев Ю. А., 2004. С. 319–326].

Особое внимание общественности привлекают различного рода *нарушения*. По мнению некоторых специалистов, они неизбежны по следующим причинам. «Избирательный процесс не может протекать без нарушения установленных законом правил и процедур. И причиной тому не только умышленные действия отдельных лиц, направленные на искажение волеизъявления избирателей. Нарушения неизбежны и ввиду низкой правовой культуры избирателей, и несовершенства отдельных положений закона, их противоречивости, и даже объясняются социально-экономическими факторами, в частности, жесткой установкой большинства органов государственной власти и местного самоуправления, избирательных комиссий добиться необходимой явки избирателей, дабы избежать проведения повторных выборов» [Матейкович М. С., 1999. С. 125].

Как пишет современный израильский политолог, «в существующей процедуре демократических выборов состязание конкурентов происходит в ходе предвыборной кампании, для победы в которой они опираются на так называемые избирательные технологии. Неписаной, но общепринятой социально-культурной нормой ведения предвыборных кампаний является отношение к рядовым гражданам как к «сырью», которое надо «обработать» избирательными технологиями <...>. В самом деле, способности и навыки обманывать, подкупать и манипулировать обеспечивают и успех в предвыборных кампаниях, и успех в политике перераспределения (благ в пользу отдельных социальных групп. — *А. Ш.*). В ней ведь наиболее действенными средствами являются торг, сговор, шантаж и тому подобные закулисные махинации» [Савельзон О., 2004. С. 5].

Специфика данного противоестественного положения: 1) публичная политика, став довольно распространенной профессией (оплачиваемым трудовым занятием), так и не сделалась специальностью (видом квалифицированной трудовой деятельности, для занятия которой требуются определенные знания и умения); 2) политические партии все в меньшей степени выступают в роли проводников в жизнь общества каких-то новых идей и все больше превращаются в инструменты борьбы за власть и благосостояние, используемые теми или иными кликами правящей элиты.

В зависимости от отраслевой принадлежности нормативно-правовой основы в российском законодательстве различаются три вида публично-правовой ответственности за нарушения законодательства о выборах.

1. Конституционно-правовая ответственность (она также именуется в научной литературе государственно-правовой ответственностью или ответственностью по избирательному праву) состоит в применении к виновным участникам избирательного процесса определенных конституционно-правовых санкций: предупреждение, отказ в регистрации инициативной группы, отказ в регистрации кандидата (списка кандидатов), отмена регистрации кандидата (списка кандидатов), признание результатов выборов недействительными, отмена решения о признании кандидата избранным, расформирование избирательной комиссии. Фактическим основанием конституционно-правовой ответственности в рассматриваемом случае является совершение избирательного правонарушения.

2. Административная ответственность регламентируется в Кодексе РФ об административных правонарушениях (основной вид санкций, административный штраф) и предусмотрена за: нарушение права гражданина на ознакомление со списком избирателей; вмешательство в работу избирательной комиссии; неисполнение решения избирательной комиссии; нарушение порядка предоставления списков избирателей или сведений об избирателях; нарушение установленного порядка опубликования документов, связанных с подготовкой и проведением выборов; нарушение прав члена избирательной комиссии, наблюдателя, иностранного (международного) наблюдателя, доверенного лица зарегистрированного кандидата, избирательного объединения, избирательного блока или представителя средства массовой информации; отказ в предоставлении отпуска для участия в выборах; нарушение предусмотренных законодательством о выборах условий проведения предвыборной агитации; нарушение в ходе избирательной кампании условий рекламы предпринимательской и иной деятельности; проведение предвыборной агитации в период запрещения ее проведения и в местах, где она запрещена законом; проведение предвыборной агитации лицами, которым участие в ее проведении запрещено федеральным законом; изготовление или распространение анонимных агитационных материалов; непредоставление возможности обнародовать опровержение или иное разъяснение в защиту чести, достоинства или деловой репутации; умышленное уничтожение или повреждение печатных материалов, относящихся к выборам; нарушение установленного законодательством о выборах права на пользование помещениями в ходе избирательной кампании; подкуп избирателей; непредоставление или непубликование отчета, сведений о поступлении и расходовании средств, выделенных на подготовку и проведение выборов; незаконное использование денежных средств кандидатом, зарегистрированным кандидатом, избирательным объединением, избирательным блоком; использование незаконной материальной поддержки кандидатом, зарегистрированным кандидатом, избирательным объединением, избирательным блоком; финансирование избирательной кампании помимо избирательных фондов и оказание иной запрещенной законом материальной поддержки; несвоевременное пере-



числение средств избирательным комиссиям, кандидатам, зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам; незаконную выдачу гражданину избирательного бюллетеня; изготовление неучтенных тиражей бюллетеней для голосования либо сокрытие остатков бюллетеней; нарушение установленного порядка подсчета голосов; непредоставление сведений об итогах голосования или о результатах выборов.

3. За совершение общественно опасных посягательств на избирательные права граждан в Уголовном кодексе РФ предусмотрена уголовная ответственность за воспрепятствование осуществлению избирательных прав или работе избирательных комиссий и за фальсификацию избирательных документов или неправильный подсчет голосов.

Гражданско-правовая ответственность относится к частноправовым видам юридической ответственности и наступает за совершение не избирательных, а гражданских правонарушений. Данный вид ответственности наступает за неисполнение или ненадлежащее исполнение возложенной гражданско-правовой обязанности, а также в случаях причинения вреда как морального, так и материального [См.: Игнатенко В. В., 2002. С. 6–9].

Конституционно-правовая ответственность субъектов избирательных правоотношений:

– расформирование избирательной комиссии (за исключением ЦИК РФ) — в случае признания недействительности итогов голосования либо результатов выборов судом общей юрисдикции;

– отстранение члена участковой избирательной комиссии от работы в ее составе (в день голосования) — воспрепятствование работе участковой избирательной комиссии; воспрепятствование осуществлению гражданином избирательных прав; нарушение тайны голосования, по решению участковой комиссии;

– удаление из помещения для голосования наблюдателей, доверенных лиц, журналистов и иных лиц, наблюдающих за работой участковых избирательных комиссий, — те же нарушения, та же процедура;

– отказ кандидату в регистрации — сходно с нижеследующим; соответствующая избирательная комиссия;

– отмена решения о регистрации кандидата — нарушение правил выдвижения и регистрации кандидатов; нарушение правил ведения предвыборной агитации и финансирования избирательной кампании; использование кандидатами и их доверенными лицами, руководителями избирательных объединений, избирательных блоков должностного или служебного положения в целях избрания; установление фактов подкупа избирателей кандидатами, избирательными объединениями, блоками, иными организациями, действующими в целях избрания определенных кандидатов или их списков; иные основания, предусмотренные законом — соответствующая избирательная комиссия;

– признание итогов голосования или результатов выборов недействительными — соответствующая избирательная комиссия самостоятельно признает итоги голосования или результаты выборов недействительными, если нарушения избирательного законодательства не позволяют с достоверностью определить результаты волеизъявления избирателей; признание недействительными итогов голосования более чем на одной четверти избирательных участков влечет обязанность вышестоящей избирательной комиссии (по логике — вплоть до окружной) признать итоги голосования или результаты выборов недействительными;

– отмена решения избирательной комиссии об итогах голосования или о результатах выборов — нарушения должны быть настолько существенными, что не позволяют с достоверностью определить результаты волеизъявления избирателей; отмена решения об итогах голосования или о результатах выборов осуществляется вышестоящей избирательной комиссией или судом;

– досрочное прекращение полномочий выборного органа или выборного должностного лица — систематическое нарушение действующего законодательства.

Административная ответственность за нарушение норм избирательного права: непредоставление избирательной комиссии (комиссии по проведению референдума) должностными лицами необходимых для ее работы сведений и материалов или невыполнение ими решения комиссии, принятого в пределах ее полномочий; проведение агитации в период ее запрещения; распространение ложных сведений о кандидате; нарушение прав члена избирательной комиссии (комиссии по проведению референдума), наблюдателя или иностранного (международного) наблюдателя; нарушение права граждан на ознакомление со списком избирателей; выдача гражданам избирательных бюллетеней в целях предоставления им возможности голосования за других лиц; отказ работодателя в предоставлении отпуска для участия в выборах (референдуме); нарушение условий проведения предвыборной агитации через средства массовой информации; изготовление или распространение анонимных агитационных материалов; умышленное уничтожение или повреждение агитационных печатных материалов; непредоставление или непубликование отчетов о расходовании средств; незаконное принятие пожертвований; непредоставление либо непубликование сведений об итогах голосования или о результатах выборов.

Преступления против избирательных прав граждан (уголовная ответственность):

– воспрепятствование осуществлению гражданином своих избирательных прав или права участвовать в референдуме, а также воспрепятствование работе избирательных комиссий по проведению референдума;

– подкуп может заключаться в передаче или обещании передать лицу деньги или иное имущество с целью добиться отказа от осуществления им своего избирательного права, а также в предоставлении или в обещании

предоставить этому лицу с указанной целью другие блага и преимущества имущественного характера;

– обман может выражаться в сообщении неверной даты дня голосования, адреса избирательного участка, ложных сведений о выдвинутом кандидате и т. п.;

– насилие предполагает физическое воздействие на гражданина — побои, нанесение телесных повреждений, изъятие документа, необходимого для участия в выборах, и т. п.;

– фальсификация избирательных документов — то есть списков избирателей, удостоверений на право голосования, избирательных бюллетеней, протоколов голосования — может заключаться либо в составлении поддельного документа, либо в изменении подлинного документа путем внесения в него заведомо неправильных сведений, подчистки, пометки другим числом или иной их переделки;

– заведомо неправильный подсчет голосов состоит в умышленном искажении сведений о результатах голосования, совершенном либо в целях избрания кандидата, фактически не получившего требуемого числа голосов, либо для того, чтобы кандидат, за которого проголосовало требуемое количество избирателей, не был избран;

– нарушение тайны голосования может выразиться в умышленном недопущении избирателя в кабину для голосования, в нумерации или иной индивидуализации бюллетеней для голосования либо в отсутствии в помещении для тайного голосования специально оборудованных кабин (субъектом последних трех преступлений могут быть только лица, участвующие в организации избирательного процесса) [См.: Астафичев П. А., 1999. С. 154–163].

Наиболее яркий пример «махинаций» в организации избирательного процесса — проблема нарезки округов.

Материальное равенство избирательного права: голос каждого избирателя должен иметь одинаковый удельный вес, что может быть достигнуто, если один член представительного органа будет избираться от такого же количества избирателей, как и всякий другой член того же представительного органа. Полного количественного совпадения, конечно, добиться невозможно, но необходимо стремиться к тому, чтобы максимально приблизиться к такому равенству. Данное равенство теряет свой смысл при избрании единоличного органа, поскольку избранное лицо в любом случае представляет население всей страны или какой-либо административно-территориальной единицы, и, таким образом, удельный вес голоса каждого избирателя равен удельному весу голоса любого другого избирателя [См.: Зарубежное избирательное право, 2003. С. 13–15].

В США родился специфический термин для обозначения этого явления: «Саламандра Э. Джерри» («Джерри-мандра») — губернатора штата Массачусетс, проведшего закон о нарезке новых избирательных округов в 1812 г. [См.: Зарубежное избирательное право, 2003. С. 15–16].

Принцип джерримендеринга прост: либо собрать весь электорат потенциального противника в пределах одного округа, чтобы он победил там с явным преимуществом, но приобрел всего один мандат, либо, наоборот, расщепить его электорат по многочисленным округам, чтобы он нигде не набрал нужного для победы числа голосов.

В 1962 г. группа избирателей штата Теннесси обратилась в Верховный суд США с жалобой на обесценивание своих голосов вследствие несправедливой нарезки избирательных округов. Округа для выборов в законодательное собрание штата были сформированы еще в 1901 г. С тех пор численность населения в сельских территориях изменилась незначительно, а в городах — резко увеличилась. В результате один голос в сельском графстве Мур оказался приравненным к 19 голосам в урбанизированном графстве Гамильтон. Суд счел такой контраст в пределах одного штата несправедливым и потребовал пересмотреть нарезку округов, чтобы на каждого депутата приходилось примерно равное количество голосов.

О том, что проблема джерримендеринга даже в США с их двухсотлетним опытом избирательных процедур не утратила актуальности, свидетельствует и специальное решение, принятое Верховным судом США в 1986 г., в соответствии с которым проведение границ избирательных округов в штатах контролируется федеральным судом [См.: Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации, 1999. С. 636–537].

*Контроль за проведением выборов* весьма сложен. Приведем в качестве примера США, где действует система общего права, опирающегося на судебные прецеденты.

Федеральные органы власти, как правило, не занимаются составлением и проверкой сводных данных по выборам, за исключением следующих трех случаев:

1) каждые четыре года число голосов членов коллегии выборщиков по выборам Президента и вице-президента США, полученных от штатов, публично объявляется на совместном заседании обеих палат Конгресса США;

2) если правильность результатов выборов в Палату представителей или Сенат Конгресса США оспаривается, проигравший кандидат может подать апелляцию в Конгресс США. Палата представителей имеет право рассматривать такие апелляции по оспариваемым результатам выборов в эту палату. Сенат имеет такие же права в отношении оспариваемого места в нем;

3) претензии и жалобы в связи с результатами выборов рассматриваются также федеральными судами. Иногда это связано с пересчетом голосов по решению суда, производимым лицами, назначенными по решению суда [См.: Зарубежное избирательное право, 2003. С. 59–60].

Методы, применяемые для пересчета поданных бюллетеней в ходе голосования, различны в штатах и отдельных административных районах штатов. Эти методы зависят от: а) типа избирательной системы (например, при использовании бюллетеней в виде перфокарт для ЭВМ пересчет может произ-

водиться на том же компьютере, на другом или вручную); б) характера обжалования (например, опротестовываются ли результаты выборов в целом или результаты по определенным участкам либо нарушения процедуры или система подсчета голосов); в) применимости действующих в конкретном штате норм права; г) процедур в письменном виде, подготовленных избирательными комиссиями штатов, судами или федеральными должностными лицами.

Сам процесс подсчета и проверки голосов на выборах в США крайне децентрализован. Основная обязанность возлагается на местные избирательные комиссии, использующие весьма разнообразные процедуры и системы для голосования (бумажные бюллетени, механические автоматы для голосования или компьютерные системы голосования на перфокартах и бюллетенях с электронными маркерами), с тем чтобы непреднамеренные ошибки или упущения не повлияли отрицательно на результаты выборов. Согласно федеральным законам, организаторы выборов должны в течение 22 месяцев хранить всю документацию, относящуюся к федеральным выборам [См.: Зарубежное избирательное право, 2003. С. 64].

Весьма подробно описываются в законодательстве большинства государств способы и ограничения финансирования избирательных кампаний, чтобы в какой-то мере уравнивать шансы кандидатов. Правила российского законодательства общеизвестны, поэтому обратимся к опыту основных государств Запада.

В США Федеральная избирательная комиссия занимается сбором и проверкой периодических финансовых отчетов от оргкомитетов кандидатов и партий, создаваемых на национальном уровне и уровне штатов. Например, кандидат обязан, согласно федеральному законодательству, проинформировать комиссию обо всех организациях, спонсирующих его выдвижение, а также о частных лицах, внесших в фонд его поддержки сумму, превышающую 200 долларов в год. К тому же запрещено делать пожертвования наличными свыше 100 долл. Имеются ограничения на добровольные взносы лиц в оргкомитеты кандидатов: не более 1000 долл. в одну избирательную кампанию. Частное лицо может также внести сумму до 20 тыс. долл. в течение года в Национальный комитет партии, до 5 тыс. долл. — в фонд любого иного политического комитета. Финансировать федеральные избирательные кампании не имеют право корпорации, профсоюзы, подрядчики федерального правительства, национальные банки, иностранные граждане.

Законодательство США предусматривает государственную финансовую поддержку выборов Президента США, дотации на проведение всеобщих выборов, партийных съездов. Средства в Фонд кампаний по выборам Президента США идут в виде добровольных вычетов из налогов граждан в сумме до 6 долл. Все финансовые документы по избирательным кампаниям на федеральном уровне должны храниться в публичном архиве Федеральной избирательной кампании и быть доступны для ознакомления и копирования. Копии финансовых отчетов кандидатов поступают в архив Палаты представителей и

Сената Конгресса США, а также к Государственному секретарю штата [См.: Зарубежное избирательное право, 2003. С. 64–65].

В Великобритании основные правила финансирования зафиксированы в Акте о народном представительстве 1983 г.:

– каждый кандидат обязан иметь избирательного агента, ответственного за проведение его избирательной кампании. Кандидат может назначить себя агентом;

– ни одна трата средств свыше 50 пенсов, способствующая избранию кандидата, без согласия кандидата или его агента запрещена. Нарушение этого правила является коррупцией, наиболее серьезным из двух видов избирательных правонарушений. Правда, установлены исключения для газет и телекомпаний. По делу Бауман против Соединенного Королевства (1998 г.) Европейский суд по правам человека постановил, что это положение нарушает свободу слова, поскольку не допускает распространение листовок группами давления в поддержку или против определенного кандидата;

– предельный размер средств, которые могут быть потрачены от имени кандидата, устанавливается и изменяется министром внутренних дел. Кандидаты имеют право на использование школ и общественных зданий для встреч с избирателями, а также бесплатно отправить одну листовку каждому избирателю округа;

– полностью запрещены для избирательных органов расходы на транспортные средства для доставки людей или на телетрансляции из-за рубежа;

– политическая реклама незаконна, за исключением телепередач политических партий на основе соглашений между Би-би-си, Ай-би-эй и основными партиями, что позволяет предотвращать эксцессы со стороны состоятельных партий. Политические телепрограммы, за исключением рекламных объявлений, исключаются из расчета предвыборных расходов [См.: Зарубежное избирательное право, 2003. С. 83–85].

Во Франции с момента принятия Закона от 19 января 1995 г. политические партии почти полностью существуют за счет государственных дотаций, прямого финансирования предвыборных кампаний и самих партий, а также пользуются льготами в отношении пожертвований и членских взносов. Следует отметить важное изменение, внесенное в эту сферу Законом от 10 апреля 1996 г. Оно позволяет кандидату оперировать понятием своей «добросовестности», в отношении которого всегда применяется принцип презумпции. В настоящее время кандидат обязан на время избирательной кампании назначить физическое или юридическое лицо — своего финансового представителя, ответственного за ведение бухгалтерской отчетности в ходе выборов.

Частичное государственное финансирование партий введено Законом 1988 г., а условия распределения государственных средств установлены дополняющими его законами 1990, 1993 и 1995 гг. Общий объем выделяемых

политическим партиям средств делится на две равные части. Первая часть распределяется между партиями пропорционально полученным результатам в ходе первого тура парламентских выборов при условии выдвижения партиями не менее 50 кандидатов. Вторая часть предоставляется партиям, представленным в парламенте: размер средств определяется пропорционально количеству депутатов Национального собрания и сенаторов от партии.

Хотя Закон 1990 г. устанавливал, что государственную поддержку могут получить лишь партии, получившие не менее 5% голосов в каждом избирательном округе, Конституционный совет отменил это положение, поскольку оно «по природе своей препятствует выражению новых идей и мнений».

Закон от 19 января 1995 г. запретил пожертвования частных предприятий и иных юридических лиц. Более того, законодатель стремится стимулировать финансирование политической жизни гражданами: взносы в качестве пожертвований от физических лиц в размере до 50 тыс. франков (с 2002 г. — эквивалент в евро) в год партиям давали право на уменьшение налоговых обязательств перед государством.

На парламентских выборах государственное возмещение партийных расходов достигает 50% от максимально допустимой суммы расходов, установленной Законом 1995 г. В отношении кандидатов подлежат возмещению расходы из личных денежных средств или средств, взятых в долг, при условии, что кандидат набрал не менее 5% голосов в первом туре выборов в Национальное собрание. Это положение применяется ко всем организациям при условии выдвижения не менее 50 кандидатов и предоставления финансового отчета избирательной кампании в префектуру департамента [См.: Зарубежное избирательное право, 2003. С. 100–102].

В ФРГ партиям, выдвинувшим собственных кандидатов, а также независимым кандидатам государство компенсирует расходы на проведение предвыборной кампании. На государственное финансирование могут рассчитывать партии, набравшие на последних выборах в Бундестаг не менее 0,5%, а на выборах в ландтаги (парламенты субъектов федерации) — не менее 1% голосов избирателей в поддержку их партийных списков [См.: Зарубежное избирательное право, 2003. С. 116–117].

В Италии на выборах в Сенат фонд поддержки партий распределяют по областям пропорционально численности населения. Возмещение расходов на выборах в Сенат получают партии, которые провели хотя бы одного кандидата в сенаторы или получившие поддержку, как минимум, 5% избирателей, принявших участие в выборах. На выборах в Палату депутатов деньги из фонда финансирования распределяются между партиями, получившими, как минимум, 4% избирателей в избирательном округе, или проведенными хотя бы одного кандидата в одномандатном округе, или получившими не менее 1% голосов в общенациональном масштабе. Распределение денежных средств осуществляется пропорционально количеству мест в палате.



В первый за выборами год партии, имеющие право на финансовую поддержку государства, получают 40% от всей суммы, полагающейся им, а затем каждый год по 15%.

Партии используют различные источники финансирования, однако им запрещено получать материальную помощь от иностранных государств, иностранных физических и юридических лиц [См.: Зарубежное избирательное право, 2003. С. 127].

Все большую роль в признании выборов «справедливыми» играют *наблюдатели*. «Первое, с чем приходится сталкиваться при анализе института наблюдателей, — это разница в понимании целей и задач наблюдения, точнее, в том, что одни истолковывают это понятие более широко, а другие — более узко. Так, в странах с устоявшейся демократией наблюдение за выборами выступает как процедура контроля за выборами на всех стадиях избирательного процесса. Например, в изданной на русском языке разработке Национального демократического института международных отношений (США) «Независимое наблюдение за ходом выборов» подчеркивается: «В настоящее время деятельность наблюдателей уже не сводится к работе только в день выборов или к контролю за процессом подсчета голосов. Эффективный процесс наблюдения за ходом выборов предполагает более масштабные мероприятия, которые начинаются с разработки положений о проведении выборов и заканчиваются расследованием заявлений и жалоб о правонарушениях, допущенных в ходе избирательной кампании и выборов».

В «Руководстве по наблюдению за выборами» ОБСЕ четко различаются «долгосрочное наблюдение» и «краткосрочное наблюдение»: «Долгосрочные наблюдатели работают в течение всех стадий выборов, в то время как краткосрочные — присутствуют в основном в день выборов. Целью долгосрочного наблюдения является приобретение углубленного знания о различных стадиях избирательного цикла. Целью краткосрочного наблюдения является исполнение более классических обязанностей наблюдения за выборами. Оно обеспечивает широкое присутствие наблюдателей на территории всей страны для оценки заключительных дней избирательной кампании, дня выборов и подсчета голосов».

Приходится констатировать, что в России функции контроля «за выборами ограничиваются в основном наблюдением за ходом голосования в день выборов, да изредка (со стороны активистов партий или сторонников кандидатов) выборочным контролем составления списков избирателей и сбора подписей по выдвижению кандидатов» [Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации, 1999. С. 336–337].

По мнению члена ЦИК РФ проф. Е. П. Ищенко, «проведение честных и чистых выборов практически неосуществимо, если в них не участвуют наблюдатели от кандидатов, избирательных объединений и избирательных блоков, других участников избирательного процесса. Они осуществляют общественный контроль за соблюдением избирательного законодательства во

время голосования избирателей, подведения итогов выборов, оформления протоколов избирательных комиссий и другой выборной документации» [Цит. по: Кулясова Н. А., 1999. С. 3].

К официальным участникам контроля за соблюдением законодательства на выборах и референдумах относятся: избирательные комиссии и комиссии референдума; суды; органы прокуратуры; органы внутренних дел.

Общественными наблюдателями могут стать: члены избирательных комиссий и комиссий референдума (как с правом решающего, так и совещательного голоса); кандидаты в депутаты; уполномоченные представители избирательных объединений и блоков, инициативной группы по проведению референдума; доверенные лица избирательных объединений и блоков, кандидатов от одномандатных округов; международные (в том числе иностранные) наблюдатели; представители СМИ; наблюдатели (в понимании избирательного закона) от избирательных объединений и блоков, кандидатов от одномандатных округов, инициативной группы по проведению референдума; избиратели (потерпевшие — граждане, в отношении которых было допущено нарушение их законных прав и интересов; свидетели нарушений закона; активисты — граждане, помогающие общественным организациям осуществлять подготовку и проведение общественного контроля на выборах и референдумах) [См.: Лучин В. А., 2001 С. 7–9].

Наблюдатель вправе:

- находиться в помещении для голосования соответствующего избирательного участка в день голосования, в том числе на избирательном участке в воинской части;

- присутствовать при предъявлении председателем участковой избирательной комиссии ящиков для голосования перед их опечатыванием и перед их вскрытием после завершения голосования;

- знакомиться со списками избирателей;

- присутствовать при проведении голосования избирателей вне помещения для голосования в случае невозможности избирателей по состоянию здоровья либо по другим уважительным причинам прибыть в помещение для голосования;

- присутствовать при подсчете и погашении членами участковой избирательной комиссии с правом решающего голоса неиспользованных избирательных бюллетеней;

- знакомиться с протоколами соответствующих избирательных комиссий об итогах голосования и получать их заверенные копии;

- обращаться к председателю участковой избирательной комиссии с предложениями и замечаниями по вопросам организации голосования;

- обжаловать действия (бездействия) участковой избирательной комиссии в территориальную избирательную комиссию, а участковой избирательной комиссии избирательного участка, образованного за пределами территории России, — в ЦИК РФ или в суд [См.: Наумов В. И., 1996. С. 5–6].

Огромную роль в проведении выборов играют освещающие их *СМИ*. Эта тема, воистину, безгранична, поэтому ограничимся рассмотрением наиболее очевидных проблем.

*СМИ* «являются важным элементом в проведении демократических выборов. Свободные и справедливые выборы состоят не только в том, чтобы отдать свой голос в соответствующей атмосфере. В их ходе должен быть обеспечен доступ к адекватной информации о партиях, проводимой кандидатом политике, а также о самом избирательном процессе, для того чтобы избиратели могли сделать свой выбор на основе достаточной информации. Демократические выборы без свободы *СМИ* оказались бы словосочетанием, не имеющим смысла.

Однако парадокс заключается в том, что для обеспечения этой свободы необходима определенная степень регулирования. Правительственные *СМИ*, финансируемые из некоммерческих источников, должны быть необходимым элементом процесса, гарантирующим справедливое освещение событий и равный доступ к *СМИ*, в частности, оппозиционным партиям. В то же время *СМИ* не могут предлагать свои сообщения, например, о результатах опросов на выходе с избирательных участков или о предварительных результатах выборов до тех пор, пока не будет отдан последний голос, и т. д.

Таким образом, существует довольно сложный клубок вопросов вокруг формулирования соответствующих правил и самого регулирующего органа, который без особого нажима будет обеспечивать свободу работы *СМИ*, действуя во благо избирателя, учитывая его/ее потребности в точной информации» [*СМИ и выборы*, 2002. С. 11–12].

Приведем мнение американских специалистов о согласовании интересов участников избирательного процесса. «При обсуждении вопроса о связи телевидения и выборов политикам следует рассматривать три различные группы интересов, которые часто входят в противоречие между собой, а именно: 1) интересы кандидата, направленные на связь с общественностью; 2) интересы телевидения как специфической формы самовыражения, присущей журналистике; 3) интересы общественности, направленные на получение информации, необходимой для участия в выборах.

При столкновении этих интересов политикам необходимо стремиться к тому, чтобы достичь их равновесия на справедливой и демократической основе. Часто эту дилемму можно выразить намного проще: чьи интересы должны превалировать в конкретной ситуации?

Например, если во время выборов кандидат хочет получить доступ к телевидению для изложения своей позиции, скажем, по безработице, должна ли телекомпания предоставить ему время в эфире, даже если ее руководители считают, что он говорит правду? Обязана ли она предоставить ему эту возможность за деньги, даже если у ее руководителей нет такого желания? Что, если выступающий является не кандидатом, а сочувствующим ему лицом?

Изменится ли ответ, если кандидат желает негативно отозваться о личности противника?

Ответы будут различаться в зависимости от того, чьи интересы считаются главными. Если законы направлены на усиление соревновательности выборов, они могут отклоняться в пользу предоставления (в ограниченных пределах) права кандидатам получить доступ к телевидению, для того чтобы заявить все, что они считают нужным. В США кандидаты на федеральные должности имеют право приобретать в разумных пределах эфирное время для выступления, которое не подвергается никакой цензуре.

Если превалируют интересы свободы и независимости прессы, решение о том, кому и для чего предоставлять эфирное время, принимает телекомпания. В США таким правом пользуются печатные органы массовой информации — газету там нельзя заставить печатать материал, если она не желает этого.

Наконец, если превалируют интересы аудитории, решение вопроса становится значительно более сложным. Можно по-разному интерпретировать интересы общественности в получении информации. Если считать, что они заключаются в получении как можно большего объема информации из любых источников, то следует увеличить доступность средств массовой информации для кандидатов. Если под интересами общественности понимать право на то, чтобы узнать правду, то его можно обеспечить, предоставив различным независимым журналистам, не подчиняющимся правительственным правилам, решать, какие новости следует сообщать публике. По словам участника Комиссии по политике в области телевидения, члена Палаты представителей Конгресса США Эла Свифта, «свобода выборов основана на свободе прессы». Необходимо поддерживать баланс этих интересов или искать компромисс между ними.

При обсуждении вопросов освещения выборов на телевидении противоречия возникают постоянно. Обязаны ли телекомпании предоставлять кандидатам эфирное время бесплатно? Следует ли предоставлять его за невысокую плату? Должен ли быть одинаковый подход ко всем кандидатам? Необходимо ли приглашать на дебаты всех кандидатов, даже если компания считает, что аудитории будет интересно услышать лишь двоих или троих? В каждом случае происходит столкновение прав и интересов. Комиссия по политике в области телевидения рекомендует, чтобы результат определялся в зависимости от более широких интересов общественности: избиратели должны получить достаточный объем информации, чтобы сознательно участвовать в выборах.

В демократическом обществе главной задачей вещания должно быть обслуживание интересов общественности, то есть аудитории. Если вещательная компания представляет собой коммерческое предприятие, она должна выявлять интересы потребителя, поскольку ее задачей является продажа аудито-

рий рекламодателям. Чем больше людей соберут ее программы, тем больше заплатят рекламодатели за объявления, помещенные до, после и во время программ.

С другой стороны, некоторые телекомпании финансируются зрителями. В таких случаях чем больше людей захотят смотреть передачи и платить за это, тем более вероятно, что компания получит достаточно денег, чтобы работать дальше. Наконец, если правительство финансирует вещание или регламентирует правила их деятельности, оно стремится обеспечить выпуск таких программ, которые служили бы решению определенных социальных задач, например, информированию и просвещению общества» [Мицкевич Э., 1996. С. 10–11].

Непосредственно процедуру выборов регулируют *избирательные органы* разных уровней.

Так, в соответствии с ФЗ «О выборах депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации» участковая избирательная комиссия:

- информирует население об адресе и о номере телефона участковой избирательной комиссии, времени ее работы, а также о дне и месте голосования;

- уточняет, а в случаях, предусмотренных п. 3–6 ст. 15 ФЗ, составляет и уточняет список избирателей, проводит ознакомление избирателей со списком избирателей, рассматривает заявления об ошибках и о неточностях в списке избирателей и решает вопрос о внесении в него соответствующих изменений, обеспечивая при этом свободный доступ в помещение комиссии в часы ее работы;

- обеспечивает подготовку помещений для голосования, ящиков для голосования и другого оборудования;

- обеспечивает информирование избирателей о зарегистрированных кандидатах, списках кандидатов на основе сведений, полученных из вышестоящей избирательной комиссии;

- контролирует соблюдение на территории избирательного участка правил проведения предвыборной агитации;

- выдает избирателям открепительные удостоверения для голосования на выборах депутатов Государственной думы;

- организует на участке голосование в день голосования, а также досрочное голосование;

- проводит подсчет голосов, устанавливает итоги голосования на избирательном участке и передает протоколы об итогах голосования в территориальную избирательную комиссию;

- в пределах своих полномочий рассматривает жалобы (заявления) на нарушения ФЗ и принимает по жалобам (заявлениям) мотивированные решения;

– обеспечивает хранение и передачу документов, связанных с подготовкой и проведением выборов в соответствии с порядком, утвержденным ЦИК РФ;

– осуществляет иные полномочия в соответствии с ФЗ [См.: Рабочий блокнот члена участковой избирательной комиссии, 1999. С. 3].

Порядок формирования ЦИК РФ, возглавляющей систему избирательных комиссий, отличается существенными особенностями. Пожалуй, это единственный федеральный государственный орган, который формируется на паритетных началах тремя высшими государственными органами, представляющими две ветви власти (по 5 представителей от Президента, Совета Федерации и Государственной думы Федерального собрания).

Избирательные комиссии субъектов Российской Федерации являются государственными органами субъектов Российской Федерации, действуют на постоянной основе и являются юридическими лицами. В 2007 г. в связи с истечением сроков полномочий осуществлено формирование состава 65 избирательных комиссий субъектов РФ. Всего в эти комиссии назначено 878 человек, из них 426 назначены законодательными (представительными) органами, 432 — исполнительными органами государственной власти субъектов Российской Федерации и 20 — ЦИК РФ.

Территориальные избирательные комиссии (735) формируются сроком на четыре года и работают формально на постоянной основе, но действуют на разных правовых основаниях. Перечень, общее число, количественный и персональный состав территориальных комиссий определяет избирательная комиссия субъекта РФ. Новеллы новейшего законодательства (2005 г.) число членов территориальных комиссий с правом решающего голоса увеличили от 5–9 до 5–14. Председатели этих комиссий назначаются на должность из числа членов данной комиссии с правом решающего голоса и освобождаются от должности избирательной комиссией субъекта Федерации. Кандидатуры в состав территориальных избирательных комиссий предлагаются политическими партиями, представленными в законодательных органах Российской Федерации, субъектов Федерации, в представительных органах муниципальных образований, а также общественными объединениями, представительными органами муниципальных образований, собраниями избирателей по месту жительства, работы, службы, учебы, территориальными комиссиями предыдущего состава.

Самым массовым звеном в системе избирательных комиссий являются участковые комиссии. На федеральных выборах образуются и действуют свыше 95 тыс. комиссий. Срок полномочий участковой комиссии истекает через десять дней со дня официального опубликования результатов выборов, референдума, а при наличии жалобы (заявления) на действия (бездействие) данной комиссии ее полномочия прекращаются со дня принятия решения по жалобе (заявлению) вышестоящей комиссией, а если по жалобе (заявлению)

ведется судебное разбирательство — со дня вступления в законную силу судебного решения.

Число членов участковой комиссии с правом решающего голоса колеблется от 3 до 16 человек в зависимости от числа зарегистрированных на участке избирателей.

Предложения по кандидатурам в состав участковой избирательной комиссии вправе вносить политические партии и избирательные объединения, представленные соответственно в законодательных органах РФ, субъекта Федерации, представительном органе муниципального образования, общественных объединениях, представительном органе муниципального образования, а также в собрании избирателей по месту жительства, работы, службы, учебы [См.: Биктагиров Р. Т., 2007. С. 27–32].

### Использованная литература

*Авакьян С. А.* Выборы-99 депутатов Государственной думы: правила и процедуры / Обществ. коалиция «Гражд. общество и выборы — 99». М.: Междунар. обществ. фонд «Интерлигал», 1999. 111, [1] с.

*Айвазова С. Г.* Мы выбираем, нас выбирают = We elect and are elected...: Гендер. анализ парлам. и президент. выборов 2003–2004 г. в России / Aivazova S., Kertman G. [Айвазова С. Г.; Кертман Г. Л.]; Консорциум женских неправит. объединений. Ин-т сравн. политологии РАН. М., 2004. 107, 89 с.

*Андреенкова А. В.* Представительство женщин в парламентах России и Украины: опыт социол. анализа // Социол. исслед. 2000. № 11. С. 117–127.

*Астафичев П. А.* Избирательное право России: соврем. состояние и перспективы развития: Учеб.-метод. пособие. Орел: Изд-во ОРАГС, 1999. 201 с.

*Ахременко А. С.* Социальные размежевания и структуры электорального пространства России // Обществ. науки и современность. 2007. № 4. С. 80–92.

*Белоновский В. Н.* Представительство и выборы в России: С древнейших времен до XVII в.: (Теория, история, практика) / В. Н. Белоновский, А. В. Белоновский. М.: ПРИОР, 1999. 268 с.

*Биктагиров Р. Т.* Выборы депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации: (обзор новейшего законодательства) / Р. Т. Биктагиров, А. А. Фомин, С. М. Шапиев; Рос. центр обучения избират. технологиям при Центр. избират. комис. Рос. Федерации. М.: РЦОИТ, 2007. 232 с. (Издательская сер. «Участникам избирательного процесса»).

*Бьюэлл Э.* Архаичны, но адаптивны. О политических партиях США (Сверяясь с «классическими» оценками) // Полит. исслед. 1996. № 1. С. 138–150.

В помощь наблюдателю на выборах и референдуме: Учеб. пособие / Галушко И. В., Кораблин В. Е., Кулясова Н. А. и др.; Отв. ред. Ю. А. Веденеев; Рос. центр обучения избират. технологиям при Центр. избират. комис. Рос. Федерации, Рос. фонд свобод. выборов. М.: РЦОИТ, 2003. 276 с. (Издательская сер. «Прикладная юриспруденция»).

Введение в избирательное право: Учеб. пособие / Веденеев Ю. А., Мостовщиков В. Д.; Рос. центр обучения избират. технологиям при Центр. избират. комиссии Рос. Федерации. М.: РЦОИТ, 2003. 204 с.



*Вешняков А. А.* Избирательные стандарты в международном праве и их реализация в законодательстве Российской Федерации: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук / Дипломат. акад. МИД Российской Федерации. М., 1997. 17 с.

Выборы во всем мире. Электоральная свобода и общественный прогресс: Энцикл. справ. / Авт.-сост. А. А. Танин-Львов. М.: РОССПЭН, 2001. 1111, [1] с.

Выборы во Всероссийское Учредительное собрание в документах и воспоминаниях современников / Авт. концепции проекта и сост. И. Б. Борисов и др.; Под общ. науч. ред. Ю. А. Веденеева и И. Б. Борисова; Центр. избират. комис. Рос. Федерации, Науч.-метод. совет при Центр. избират. комис. Рос. Федерации, Рос. обществ. ин-т избират. права. М.: Рос. обществ. ин-т избират. права, 2009. 831 с.

Выборы депутатов Госдумы 2007: сб. законов, регулирующих выборы депутатов Гос. думы Федер. собр. Рос. Федерации пятого созыва: по состоянию на 15 нояб. 2005 г. Новосибирск: Сиб. ун-ское изд-во, 2005. 473 с.

*Гельман В. Я.* Создавая правила игры: российское избирательное законодательство переходного периода // Полит. исслед. 1997. № 4. С. 125–147.

Гендерные аспекты политической социологии: Учеб. пособие для студентов вузов / Айвазова С. Г., Зерилли Л. М., Кертман Г. Л. и др.; Под ред. С. Г. Айвазовой, О. А. Хасбулатовой. М.: РОССПЭН, 2004. 238, [2] с. (Сер. «Учебные пособия по гендерной теории в гуманитарных науках» / Ред. совет: Воронина О. А. и др.).

*Голосов Г. В.* Пределы электоральной инженерии: «смешанные несвязанные» избирательные системы в новых демократиях // Полит. исслед. 1997. № 3. С. 102–113.

*Дмитриев Ю. А.* Избирательное право и процесс в Российской Федерации / Ю. А. Дмитриев, В. Б. Израелян. Ростов н/Д: Феникс, 2004. 864 с. (Сер. «Высшее образование»).

*Желтов М. В.* Институт выборов: становление, социал. функции, роль в политике. Кемерово: Кузбассвузиздат, 2003. 253 с.

*Желтов М. В.* Региональный электорат: (На примере Кузбасса): Учеб. пособие / Кемер. гос. ун-т, Избират. комис. Кемер. обл. Кемерово: Кузбассвузиздат, 1998. 175 с.

Женщина и выборы: Материалы круглого стола 13–14 июня 2001 г. / Под ред. И. Вирганской, Т. Тройновой. М.: Эслан, 2001. 111 с.

Зарубежное избирательное право: Учеб. пособие / Автономов А. С., Веденеев Ю. А., Дегтярева О. В. и др.; Науч. ред. В. В. Маклаков; Рос. центр обучения избир. технологиям при Центр. избир. комис. Рос. Федерации. М.: НОРМА, 2003. 283 с. (Издат. проект «Зарубежное и сравнительное избирательное право»).

*Зеленко Б. И.* Партии и выборы в современной России / РАН. Ин-т сравн. политологии. М., 2003. 235 с.

*Зеленко Б. И.* Партийно-электоральная система в России: регионал. аспекты / РАН, Ин-т сравнит. политологии. М.: Соврем. экономика и право, 2003. 75 с.

*Игнатенко В. В.* Юридическая ответственность и избирательный процесс / Рос. центр обучения избират. технологиям при Центр. избират. комис. Рос. Федерации. М.: РЦОИТ, 2002. 142 с. (Издат. сер. «Прикладная юриспруденция»).

Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации: Учеб. для вузов / Авакьян С. А., Алехичева Л. Г., Альхименко В. В. и др.; Отв. ред. А. В. Иванченко. М.: НОРМА, 1999. 841 с.

Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. 021100 «Юриспруденция» / Большаков С. В., Веденеев Ю. А., Вешняков А. А. и др.; Отв. ред. А. А. Вешняков; Центр. избират. комис. Рос. Федерации, Рос. центр обучения избират. технологиям при Центр. избират. комиссии Рос. Федерации. М.: Норма, 2003. 807 с.

Избирательное право России: Учеб. пособие / Белгород. юрид. ин-т МВД России; Подгот. Ерыгиным А. А. и др. Белгород: БелЮИ, 2004. 180 с.

Институт выборов в истории России: Источники, свидетельства современников. Взгляды исследователей XIX — нач. XX в. / Центр. избират. комис. Рос. Федерации, Рос. центр обучения избират. технологиям при Центр. избират. комис. Рос. Федерации, Калуж. обл. фонд возрождения ист.-культур. и духов. традиций «Символ»; Авт.-сост. Ю. А. Веденеев и др.; Под общ. ред. А. А. Вешнякова. М.: Норма, 2001. 774 с.

Интернет-мониторинг выборов 2003–2004 гг. в России: Гражданская инициатива проекта «Информатика для демократии — 2000+»: Итоговые материалы: В 2 т. / Регион. обществ. фонд «Информатика для демократии». М.: Фонд ИНДЕМ, 2004.

*Катков Д. Б.* Избирательное право: Вопр. и ответы / Д. Б. Катков, Е. В. Корчиго. М.: Юриспруденция, 2001. 168 с. (Сер. «Подготовка к экзамену»).

*Князев С. Д.* Очерки теории российского избирательного права / Дальневост. гос. ун-т. Владивосток: Изд-во ДВГУ, 1999. 414 с.

*Князев С. Д.* Российское избирательное право: Учеб. Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2001. 447 с.

*Колдаев В. М.* Формирование Федерального собрания Российской Федерации: Учеб. пособие / Моск. гос. ун-т путей сообщ., Юрид. ин-т. М.: Юридический институт МИИТа, 2008. 174 с.

Комментарий к Федеральному закону «О выборах депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации» от 20 декабря 2002 г. № 175-ФЗ (постатейный): (В ред. Федер. закона от 23 июня 2003 г. № 85-ФЗ) / Отв. ред. Е. И. Колюшин. М.: Юстицинформ, 2003. 575 с. (Б-ка журн. «Право и экономика»).

Конвенция о стандартах демократических выборов, избирательных прав и свобод в государствах — участниках Содружества Независимых Государств. Рекомендации для международных наблюдателей Содружества Независимых Государств по наблюдению за выборами. М.: Центр. избират. ком. Рос. Федерации: МедиаПресс, 2004. 166 с.

*Кочкина Е. В.* Российский электорат: демографический разрыв как политический ресурс гендерной сегментации // Женщина в рос. обществе. Иваново, 2006. № 3. С. 47–60.

*Кулясова Н. А.* В помощь наблюдателю: Вопр. и ответы / Рос. центр обучения избират. технологиям при Центр. избират. комис. Рос. Федерации. М.: РЦОИТ, 1999. 79 с.

*Лаврентьев С. Н.* Постдемократический синдром политических партий в России // Власть. 2011. № 12. С. 23–27.

*Лафитский В. И.* Выборы в Европейский Парламент / Рос. центр обучения избират. технологиям при Центр. избират. комис. Рос. Федерации. М.: РЦОИТ, 2005. 158 с. (Издат. сер. «Зарубежное и сравнительное избирательное право» / Отв. ред. Ю. А. Веденеев).

*Лучин В. А.* Общественный контроль на выборах и референдуме: Справ. для наблюдателя / Ин-т развития избират. систем (ИРИС). М.: Права человека, 2001. 216 с.

*Лысенко В. И.* Избирательное законодательство и выборы в современном мире / Лысенко В. И., Головин А. Г.; Центр. избират. комис. Рос. Федерации. М.: МедиаПресс, 2009. 527 с.

*Лыцков В. В.* Российское избирательное право: от империи до федерации: Учеб. пособие для слушателей радиотехн. и юрид. фак. Воронеж: ВВШ МВД России, 1998. 131 с.

*Любарев А. Е.* Избирательные системы и российское электоральное законодательство // Полит. исслед. 2003. № 4. С. 120–129.

*Мартелло С.* Выборы в России глазами американцев // Бизнес и политика. 1996. № 1. С. 20–25.

*Матейкович М. С.* Правовое регулирование выборов в органы государственной власти субъектов Российской Федерации. Тюмень: Изд-во Тюмен. гос. ун-та, 1999. 183 с.

*Миннирес И. В.* Выборы в истории Русского государства XVI–XVII вв.: историко-правовое исслед. / Избират. комис. Иркут. обл., Ин-т законодательства и правовой политики, Иркут. обл. гос. универ. науч. б-ка. Иркутск: Ин-т законодательства и правовой политики: ИОГУНБ, 2004. 217 с.

*Миннирес И. В.* Становление выборных начал в истории Русского государства (выборы в Русском государстве в X–XV вв.): Ист.-правовое исслед. / Избират. комис. Иркут. обл., Ин-т законодательства и правовой политики. Иркутск: Избират. комис. Иркут. обл., 2003. 220 с.

*Михалева Н. А.* Парламентские и президентские выборы в России: (В вопросах и ответах). М.: Формула права, 2007. 206 с.

*Мицкевич Э.* Телевидение и выборы / Мицкевич Э., Файерстоун Ч.; Вступ. слово Картера Дж. М.: Комис. по политике телевидения и радиовещания, 1996. 95 с.

Модельные законы о выборах в субъектах Российской Федерации: Одобрены на заседаниях Науч.-метод. совета при Центр. избират. комис. Рос. Федерации 31 окт. и 2 дек. 1997 г. / Рос. центр обучения избират. технологиям при Центр. избират. комис. Рос. Федерации: В 2 вып. М.: Вэлти, 1998.

*Надаис А.* Выбор избирательных систем // Полит. исслед. 1994. № 3. С.70–78.

*Наумов В. И.* Статус и действия наблюдателя за ходом голосования по выборам президента Российской Федерации / Моск. федерация профсоюзов. Учеб.-исслед. центр. М., 1996. 22 с. (Сер. «Выборы»; Вып. 7). (В помощь избирателю).

Научно-практический комментарий к Федеральному закону «О выборах депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации»: (Федеральный закон от 18 мая 2005 г. № 51-ФЗ в редакции федеральных законов от 29 июня 2005 г. № 69-ФЗ [и др.]) / Большаков С. В. и др.; Центральная избирательная комис. Российской Федерации, Российский центр обучения избирательным технологиям при Центральной избирательной комис. Российской Федерации. М.: МедиаПресс, 2007. 783 с.

*Носкова Е. Ю.* Модернизация избирательной системы России: эволюция или реверсирование? // Власть. 2011. № 10. С. 37–40.

Очерки по истории выборов и избирательного права / А. С. Аникиев, Ю. А. Веденев, И. В. Зайцев и др.; Под ред. Ю. А. Веденева, Н. А. Богодаровой; Центр. избират. комис. Рос. Федерации и др. Калуга: Калуж. обл. фонд возрождения ист.-культ. и духов. традиций «Символ». М.: Б. и., 1997. 388 с. (Избират. право: история и современность / Ред. совет: А. В. Иванченко (пред.) и др.)

*Постников А. Е.* Недействительность выборов: Законодательство и судеб. практика / А. Е. Постников, Л. Г. Алехичева; Ин-т развития избират. систем (ИРИС). 2-е изд., доп. и перераб. М.: Права человека, 2001. 190 с.

Рабочий блокнот члена участковой избирательной комиссии: Выборы депутатов Гос. думы Федер. собр. Рос. Федерации третьего созыва. М.: Центр. избират. комис. Рос. Федерации, 1999. 144 с.

*Рябцев А. В.* О деятельности избирательных комиссий / Александр Рябцев, Антонина [В.] Протченко // Власть. 2009. № 8. С. 125–127.

*Савельзон О.* Политика эффективности — новое решение // Вопр. философии. 2004. № 10. С. 3–19.

Сборник нормативных правовых актов зарубежного избирательного законодательства / Авт. введ.: Ю. А. Веденев, В. В. Маклаков; Сост.: И. А. Алебастрова и др.; Отв. ред. А. А. Вешняков; Центр. избират. комис. Рос. Федерации. Рос. центр обучения избират. технологиям. М.: Весь Мир, 2004. 462 с.

СМИ и выборы: Орг. и финансирование выборов: (ACE Project): Пер. / Р. Карвер и др.; International IDEA и др. М.: Права человека, 2002. 206 с.

*Согрин В. В.* Двухпартийная система США: преемственность и обновление // Полит. исслед. 2003. № 3. С. 164–170.

*Старостенко К. В.* Проблема выборов в контексте политического многообразия в России // Власть. 2008. № 3. С. 9–12.

*Степаненкова В. М.* Интернет и выборы // Экономическое и политическое развитие России на современном этапе. Вязьма, 2004. С. 177–185.

*Таагепера Р.* Описание избирательных систем / Таагепера Р., Шугарт М. С. // Полит. исслед. 1997. № 3. С. 114–136.

*Уоллестайн М.* Избирательные системы, партии и политическая стабильность // Полит. исслед. 1992. № 6. С. 156–162.

*Чувиллина Н. Б.* Выборы как фактор региональных политико-властных процессов в постсоветской России // Власть. 2009. № 8. С. 14–17.

Электоральная политология: теория и опыт России: Материалы Второй студ. политол. конф. / Под ред. Л. Сморгунова. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1998. 204 с.

*Яргомская Н. Б.* Избирательная система и уровень партийной фрагментации России // Университетская политология России. М., 1999. С. 50–56.

### **Контрольные вопросы и учебные задания**

– Попробуйте описать процесс развития избирательных процедур (в целом или в конкретных странах);

– Выделите общие тенденции в развитии избирательного процесса в глобальном масштабе;

– Опишите основные категории и понятия, используемые в исследованиях по избирательной проблематике;

– Охарактеризуйте основные проблемы и конфликты, возникающие при проведении конкретной избирательной кампании или организации избирательного процесса на определенном уровне и на определенной территории. Предложите конкретные варианты их решения;

– Что должен знать социолог-ученый и социолог-практик об избирательном процессе и избирательной системе, чтобы эффективно проводить электоральные исследования? Обоснуйте свое мнение.

## Тема 5

### ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КАМПАНИЯ

**Организация кампании.** По мнению И. В. Анциферовой, ключевая проблема социологии избирательной кампании — «анализ избирательной кампании как социального регулятора взаимодействия гражданского общества и государства».

Суть этой функции состоит в сохранении, поддержании и совершенствовании упорядоченности отношений между гражданской и государственной сферами жизнедеятельности социума. В процессе избирательной кампании происходит непосредственное соединение, взаимодополнение гражданского общества и государства, осуществляется переход одной противоположности в другую, учредительной власти народа в представительную. Избирательная кампания в той или иной степени активизирует деятельность гражданских и государственных институтов. Посредством нее гражданское общество самоутверждает себя в создании государственных структур, способных адекватно отражать его потребности и интересы. В свою очередь государство, стремясь легитимировать себя, упрочить свои позиции, прилагает усилия к тому, чтобы получить поддержку активной части гражданского общества — электората, убедить его в своей дееспособности, нужности, значимости. Через общественное мнение избирателей осуществляется коррекция взаимоотношений гражданского общества и государства. Характерная особенность избирательной кампании как социального регулятора состоит и в том, что она вносит изменения в отношения субординации, перемещая центр власти в гражданское общество, когда публичная власть решает судьбу власти государственной» [Анциферова И. В., 1994. С. 12].

Об определениях понятия «избирательная кампания» в широком и узком смыслах уже говорилось в третьей теме.

Вводится понятие «избирательная машина» — социальная организация для управления избирательными кампаниями, то есть избирательная кампания осуществляется специально созданной многофункциональной организацией, все части которой работают слаженно на заданный результат» [См.: Амелин В. Н. Эффективное, 2001. С. 29].

Центром данной структуры является *предвыборный штаб*. Одну из наиболее подробных схем организации избирательной кампании разработал

С. К. Гасанбеков. Он предлагает распределить зоны ответственности сотрудников предвыборного штаба следующим образом.

1) Руководитель группы специалистов — идеолог кампании:

– кандидат (функции и задачи, отчетные документы: анализ социально-психологического портрета (имиджа) кандидата; формирование портфеля кандидата; банк фотоматериалов; коррекция в случае необходимости официальной биографии (базового биографического текста); определение мотивации на занятие выборной должности; обработка перечня добрых дел, рассказ о личных достижениях кандидата в избирательном округе; формирование пакета программно-идеологических документов; выработка принципов ведения избирательной борьбы; организация деловых встреч; ведение неформальных контактов);

– консультанты (функции и задачи, отчетные документы: презентационная встреча; наше технологическое кредо; наше профессиональное кредо; наше авторское кредо; приглашение на работу заказчиком; структурирование и организация работы консультантов штаба);

– кампания. Стратегия кампании (см. также ниже) (функции и задачи, отчетные документы: определение основных требований избирателей; определение основных идей, ценностей (идеологии) кандидата; доведение до избирателей (охват), до максимально возможного числа максимально возможное количество раз (средства доведения); определение наиболее вероятных конкурентов и сбор информации о них; оценка ресурсов (лимит возможностей) кампании; выработка решения на ведение кампании; имиджевая стратегия; электоральная стратегия (стратификация электората и выделение конкретных территорий); рейтинг кандидата; разветвленный политический маркетинг; отслеживание исполнения утвержденной стратегии, сценария избирательной кампании по ее главным субъектам, мониторинг хода избирательной кампании; анализ возможностей взаимодействия с местными некоммерческими организациями; предложения по привлечению специалистов агентства для дальнейшего сопровождения кампании; общая координация работы; контакты с основным заказчиком; утверждение всех отчетных материалов и представление их заказчику);

– аналитическое сопровождение избирательной кампании (функции и задачи, отчетные документы: диагностика (формы сбора и анализа информации об избирательном округе, анализ стартовой ситуации); социологическая диагностика (социологическое сопровождение кампании, план проведения социологических исследований, анализ результатов социологических исследований, проведение социологического опроса, обработка результатов социологического опроса с экспертной оценкой предвыборной ситуации, инструктаж социологов-полевики, начало проведения социологического исследования, подготовка и утверждение анкет ко 2 социологическому замеру, проведение социологического исследования рейтинга кандидата (3 замер, 4 замер), определение рейтинга популярности — 5 замер); экспертное кон-

сультирование кандидата по различным вопросам, связанным с общественной деятельностью и избирательной кампанией; исследовательское обеспечение избирательной кампании; прогнозирование развития ситуации);

– персональное (индивидуально-психологическое) сопровождение кандидата (функции и задачи, отчетные документы: психологическая корректировка поведения кандидата в ходе встреч с избирателями и выступлений в СМИ и др.; тренинг кандидата, релаксационные тренинги; организация деловых встреч);

– опубликование результатов выборов.

2) Эксперт по организационным вопросам:

– назначение выборов (наиболее важные элементы процедуры: гарантии назначения выборов; законодательство о выборах; орган, назначающий выборы; способ определения даты выборов; срок, остающийся до даты очередных или внеочередных (досрочных) выборов; избирательные округа и участки, списки избирателей; избирательные объединения);

– выдвижение кандидата (функции и задачи, отчетные документы: принятие решения о выдвижении; объявление решения о выдвижении; выдвижение инициаторами кандидата и его дублера; контроль выдвижения других кандидатов);

– регистрация кандидата (функции и задачи, отчетные документы: обоснование вида регистрации кандидата (сбор подписей, внесение избирательного залога или их комбинация); проведение пресс-конференции по поводу регистрации кандидата; заявление кандидата о принципах ведения избирательной кампании; публикация статьи по идентификации кампании; контроль регистрации других кандидатов);

– команда кандидата (функции и задачи, отчетные документы: организационно-технологическое сопровождение команды кандидата («избирательная машина» (добровольцы, профессионалы, спонсоры, единомышленники, «звездное окружение»); заявление лидеров общественного мнения о поддержке кандидата); ознакомление с работой имеющейся команды кандидата; доверенные лица; штаб (разработка и утверждение организационной структуры и управленческих функций; обучение команды, изучение психологического климата; построение образа команды кандидата); актив (формирование активистской системы; сбор актива; подбор добровольцев); организация и контроль ежедневной работы в ходе избирательной кампании; организация работы представительства (общественной приемной); оценка районных (местных) органов управления, консультирование по вопросам подбора кадров для региональных представительств, укомплектованию необходимыми сотрудниками, их обучение; связь с общественностью; консультационная работа с населением; план создания, развития и применения организационного ресурса кампании);

– предвыборная агитация. Встречи кандидата с избирателями (функции и задачи, отчетные документы: технологии непосредственного взаимодей-



ствия кандидата с избирателями; составление программы личной активности кандидата; официальные и неофициальные встречи с избирателями, встречи с конкурентами; контроль эффективности встреч);

– предвыборная агитация. Работа агитаторов (функции и задачи, отчетные документы: технологии опосредованного взаимодействия с избирателями; виды агитации; формирование сети агитаторов; встреча кандидата с агитаторами; подготовка методических и методологических материалов для агитаторов (базового пакета агитатора); обучение и инструктаж агитаторов; работа агитаторов с избирателями; контроль эффективности разных форм агитации);

– кампания. Стратегия кампании (см. также выше) (функции и задачи, отчетные документы: разработка общего плана кампании);

– организация голосования, подсчет голосов избирателей (функции и задачи, отчетные документы: финальный пакет; контроль за ходом и проведением выборов; контроль избирательных участков).

3) Эксперт по СМИ — предвыборная агитация. СМИ (функции и задачи, отчетные документы: анализ существующей в избирательном округе системы СМИ; организация взаимодействия с журналистами и редакторами; информационный менеджмент в ходе избирательной кампании; заполнение информационного пространства; рассылка презентационного письма; участие в жеребьевке эфирного времени и газетных площадей; составление и рассылка заявок на размещение материалов; официальная и неофициальная закупка необходимых площадей и эфирного времени; разработка и утверждение медиаплана, его коррекция; подготовка и выход первой информации о кандидате, рассылка информации второй волны; выпуск собственной газеты; распространение по почтовым ящикам избирателей; Интернет; организация системы «обратной связи»; контроль графика представления материалов в редакции с учетом технологического цикла; мониторинг печатных СМИ).

4) Эксперт по рекламе — предвыборная агитация. Наглядная агитация, политическая реклама, изопродукция (функции и задачи, отчетные документы: агитационно-пропагандистское и информационно-рекламное сопровождение кампании; подготовка портфолио для наглядной агитации; идеи и концепции для разработки всех видов полиграфии; проведение фокус-групп по материалам наглядной агитации; выбор типографии; подготовка технических заданий; печать (изготовление); размещение информационных и рекламных материалов; массированный выброс листовок и плакатов).

5) Эксперт по PR — предвыборная агитация. Акции (функции и задачи, отчетные документы: PR-сопровождение кандидата; контроль за соответствием мероприятий стратегии кампании; создание базы данных на основе собранных подписей; программа «от двери к двери»; массовые мероприятия; концерты (встречи с мастерами искусств); встречи со спортсменами; пикеты, митинги, демонстрации; адресная рассылка; безадресная рассылка; телефон-

ная агитация; подготовка и проведение конкретных PR-акций; тематические проекты; приглашение избирателей на выборы).

6) Эксперт по контрпропаганде — антикризисное сопровождение кампании (функции и задачи, отчетные документы: контрпропаганда и специальные технологии (функции, мероприятия) в современных избирательных кампаниях; организация контрмероприятий; нейтрализация действий конкурентов; сбор и архивирование оперативной информации о развитии ситуации и потенциальных конкурентах; обеспечение сохранности и конфиденциальности нашей информации; план специальных мероприятий — план контрпропаганды).

7) Эксперт по правовым вопросам — правовое (юридическое) сопровождение избирательной кампании (функции и задачи, отчетные документы: контроль за правомерностью действий и за соблюдением законодательства; помощь в издании отчетных документов избирательной кампании; контакты с действующими и должностными лицами избирательной кампании; работа с административными органами, с избирательными комиссиями на всех этапах избирательной кампании; сдача фото кандидата в избирательную комиссию).

8) Эксперт по созданию и расходованию избирательного фонда кандидата — финансовое сопровождение избирательной кампании (функции и задачи, отчетные документы: формирование избирательного фонда; финансовое обеспечение и учет; утверждение официального бюджета кампании; начало заполнения избирательного счета кандидата; ведение повседневной финансовой работы, финансового графика кампании) [См.: Гасанбеков С. М., 2002. С. 119–133].

Разумеется, имеются и альтернативные варианты распределения ролей.

Так, В. Н. Амелин и З. М. Зотова предлагают такую схему структурных подразделений штаба:

1) Группа стратегического планирования определяет стратегию и тактику кампании, принимает решения, отвечает за разработку предвыборной программы кандидата, координирует работу подразделений штаба и основные акции кандидата, разрабатывает сетевой график мероприятий, вырабатывает рекомендации по применению предвыборных технологий; организует информационно-аналитическую работу, разработку прикладных материалов.

2) Группа информационно-аналитического обеспечения проводит социологические исследования, изучает общественное мнение, составляет паспорта округов; анализирует социально-экономическую и политическую ситуацию, выявляет предпочтения избирателей в отношении образа кандидата, положений программы, лозунгов; изучает соперников — их биографии, личные качества, сведения о семье, финансовом положении, позиции по ключевым проблемам; исследует базу поддержки оппонентов, постоянно отслеживает стратегию и тактику предвыборной борьбы соперников; изучает специальные актуальные проблемы, возникающие в ходе кампании.

3) Агитационно-пропагандистская группа объединяет организаторов изготовления агитационного материала, ответственного за работу со средствами массовой информации, пропагандистов и агитаторов; основные направления деятельности — работа пресс-центра, контрпропаганда, разработка и тиражирование печатной агитационной продукции, внедрение особых агитационно-пропагандистских приемов; организация встреч кандидата с избирателями, митингов, дебатов, выступления кандидата и членов его команды в средствах массовой информации, подготовка и распространение видео- и кинороликов, радиозаставок, плакатов, листовок, лозунгов, открыток; информирование избирателей о рейтинге популярности кандидата.

4) Группа финансово-технического обеспечения осуществляет финансирование кампании: работа по привлечению средств, бюджет кампании, бухгалтерия, договоры; материально-техническое обеспечение, ксерокопирование, тиражирование, сервисное обслуживание оргтехники; транспорт, связь, выполнение диспетчерских функций.

5) Подразделение, организующее работу групп поддержки набирает и постоянно направляет работу всех добровольцев, подбирает для каждого из них подходящее и интересное дело — сбор подписей, участие в кампании «от двери к двери»; создает определенный информационно-психологический фон вокруг личности кандидата; организует мероприятия, распространяет агитационно-пропагандистские материалы, проводит устную агитацию и др.

6) Доверенные лица. Доверенные лица, в отличие от активистов и добровольцев, — это управомоченные лица. Они имеют право от имени кандидата выступать с заявлениями, публичными выступлениями с разъяснением его предвыборной платформы и личностных качеств, встречаться с избирателями. Функции доверенных лиц являются как исполнительскими, так и представительскими. Среди доверенных лиц возможна своеобразная специализация: по работе среди различных категорий избирателей — пенсионеров, студентов, женщин, военных, рабочих, жителей села и т. д.; по различным направлениям работы — со средствами массовой информации, со структурами власти, с трудовыми коллективами, с предпринимателями, с политическими и общественными организациями и т. д.

В штаб могут входить и другие подразделения в зависимости от вида и уровня выборов [См.: Амелин В. Н. Эффективное, 2001. С. 39–31].

П. В. Гладков рекомендует примерный состав группы по стратегическому планированию: кандидат; руководитель кампании (менеджер); начальник штаба; руководитель аналитической группы; руководитель группы доверенных лиц кандидата; ответственный за работу с добровольцами; пресс-секретарь; руководитель фонда кандидата (финансовый директор); руководитель группы рекламы и работы со СМИ; руководитель организационной группы.

Основные функции группы стратегического планирования: общее руководство кампанией; подбор и расстановка кадров; организация разработки и

координации основных программ избирательной кампании; формирование концепции, стратегии и тактики избирательной кампании; разработка предвыборной платформы и программы кандидата; формирование тактики и графика рекламной кампании.

Функции организационной группы: планирование организации; распределение работ; оценка; создание мотиваций; разработка графика кампании и контроль за его исполнением; руководство исполнением специальных программ.

Функции аналитической группы: политическая и социально-экономическая диагностика округа; изучение менталитета жителей округа; мониторинг результатов воздействия проводимой агитационной кампании на рейтинг кандидата; выявление реакции жителей на те или иные пропагандистские акции; изучение оппонентов; мониторинг кампаний конкурентов; мониторинг СМИ; разработка «электоральной» карты региона; выявление лидеров общественного мнения избирательного округа; специальные социологические и иные исследования (групп электората, ресурсов избирательной кампании и т. д.).

Функции группы рекламы, агитации и пропаганды: разработка стратегии и тактики рекламной кампании кандидата; разработка и исполнение плана агитационно-пропагандистских мероприятий; создание информационных поводов для кампании кандидата; развитие общественных связей кандидата, в том числе создание общественных приемных; работа с представителями СМИ; подготовка и размещение рекламных материалов в СМИ и уличной рекламы; организация кампании «от двери к двери», почтовой рассылки, телефонных обзвонков; организация центров поддержки кандидата в районах региона; подготовка и распространение контрпропагандистской продукции; подготовка выступлений кандидата, доверенных лиц, активистов, тренинг выступлений; заказ и распространение различных видов наглядной агитации (значки, майки, ручки и т. д.); обеспечение штаба, доверенных лиц и команды стандартным набором рекламной информации и т. д.; обеспечение безопасности кампании (личной, информационной и т. д.).

Функции группы территориальных координаторов: подбор и расстановка кадров для работы на территории (прежде всего по избирательным участкам); координация всех работ на территории (агитация, диагностика, наблюдение, контрпропаганда).

Функции группы доверенных лиц: договоры о встрече с кандидатом на предприятиях и по месту жительства избирателей; встречи с избирателями (публичные выступления от имени кандидата); ведение плана-графика выступлений кандидата и доверенных лиц (расписание встреч); представительские функции от имени кандидата в различных административных единицах региона; организация работы с наиболее влиятельными людьми избирательного округа — для получения их поддержки [См.: Гладков П. В., 2000. С. 64–67].

В методичке ЛДПР предложена минимальная номенклатура должностей в штабе кандидата: 1. менеджер, или руководитель избирательной кампании; 2. ответственный за график кампании; 3. казначей кампании; 4. ответственный за связи с прессой; 5. руководитель активистов; 6. ответственные за сбор информации о конкурентах; 7. ответственный за безопасность консультантов и кандидата; 8. ответственный за техническое обеспечение кампании; 9. юрист; 10. секретарь; 11. шофер; 12. курьер.

При наличии определенных резервов в число членов штаба добавляются такие фигуры, как: 1. руководители действий на местах (они нужны, если округ представляет достаточно большую территорию); 2. руководители специальных проектов (телефонных акций, агитационных походов, пикетов); 3. руководители акций по контрпропаганде.

Если к работе привлекаются консультанты-профессионалы, они также становятся членами штаба. В их состав могут входить: 1. главный идеолог кампании; 2. исследователь-аналитик; 3. консультант, работающий с кандидатом; 4. специалист по рекламе (текстовик); 5. пресс-секретарь [См.: Стратегия, тактика, психологические аспекты избирательной кампании, 1999. С. 32–33].

Важнейшее значение для успеха всей кампании играет правильно выбранная система целеполагания. Главным инструментом организации и проведения избирательной кампании является *избирательная стратегия*. Основная проблема в том, что стратегия как форма организации деятельности зависит от множества факторов, начиная от исторической ситуации, переживаемой обществом, и заканчивая особенностями личности кандидата [См.: Амелин В. Н. Стратегия, 2001. С. 5].

Как отмечает специалист по стратегическому консалтингу, «стратегии электорального цикла имеют специфику борьбы за «административный» ресурс. В конечном счете, смысл стратегии заключается в ответе на вопросы: где границы потенциальных аудиторий кандидата? каковы послания, на основании которых избиратели могут проголосовать за этого кандидата? какие события и через какие коммуникационные каналы необходимо подавать? как рационально использовать имеющиеся ресурсы для реализации системы задач?» [Гуваков В. И., 2007. С. 4].

Три основных типа избирательных стратегий.

1) Социальная — направлена на изменение социальной среды, на инициирование тех социальных сил, благодаря которым кандидат получает неоспоримые преимущества перед соперниками. Основная цель стратегии состоит в налаживании взаимодействия кандидата с различного рода социальными группами и слоями, поддержка которых и составляет главный политический капитал, опираясь на который он получает доступ и к другим ресурсам, необходимым для победы.

2) Политическая — акцентирует внимание на политической сфере как главной цели кандидата. Победа зависит от налаживания правильного взаи-

модействия кандидата с основными игроками политической сцены. Создание союзов, коалиций, направленных против одних игроков и в поддержку других, обеспечивает продвижение кандидата на политической сцене. Стратегия этого типа нацелена на достижение высокого политического статуса, который открывает доступ к административным ресурсам и обеспечивает поддержку социальных слоев.

3) Имиджевая — кандидат, используя личностный ресурс — свой имидж, подчиняет себе и социальную, и политическую среды и добивается победы. Имидж — это специально созданная конструкция, предназначенная для подчинения социальной и политической среды целям кандидата. В ходе политической борьбы имидж используется как символический капитал, обладающий порой даже большей силой, чем социальный или политический [См.: Амелин В. Н. Стратегия, 2001. С. 6–7].

П. В. Гладков выделяет следующие модели избирательных кампаний.

1. Рыночная модель — кандидат рассматривается как товар, который консультанты и организаторы кампаний должны продать покупателям-избирателям, используя для этого различные методы рекламы и пропаганды. Обычно такие кампании бурно развиваются в короткий промежуток времени официальной избирательной кампании.

При этом избиратели чаще всего рассматриваются как статисты, как объект манипулирования с помощью методов политической рекламы, а сами кандидаты «превращаются» в сконструированный политическими маркетологами «имидж», часто весьма далекий от личности реального кандидата.

В условиях рыночной модели выборов на главное место выходит не кандидат — товар, а консультант-маркетолог — продавец, задачей которого является создание такой привлекательной обертки-имиджа, которая позволяет сбыть избирателю товар любого качества. Основным ресурсом таких рыночных кампаний являются деньги, которые тратятся как на оплату консультантов, так и на интенсивную рекламную кампанию, прежде всего в СМИ. Особенно популярна в среде бизнесменов.

2. Административно-командная модель — главный ресурс в этой модели — реальная власть. Поэтому пользователями такой модели реально могут стать лишь кандидаты власти, обладающие властно-распорядительными полномочиями.

Нынешние российские администраторы умело применяют опыт, накопленный еще в советское время. Грамотное использование административно-командных ресурсов в некоторых регионах может обеспечить выигрыш всей кампании. Разновидности: мягкая (скрытое использование административного ресурса), жесткая (открытое использование данного ресурса) и патриархальная (применяется при голосовании по национальному и/или земляческому принципу — за «отца» нации/территории).

3. Организационно-партийная модель — основной упор делается на работу региональных организационных структур того или иного блока или

партии. Здесь главным ресурсом избирательной кампании является организация. Агитационная деятельность как бы никогда не прекращается, несмотря на наличие или отсутствие официально объявленной выборной кампании. Основным ресурс такой кампании — многие тысячи активных и подготовленных пропагандистов, постоянно работающих в массах.

4. Имиджевая модель — является одной из альтернатив проведения кампании для кандидатов с неясно сформулированной программно-идеологической базой, не имеющих сильной организационно-партийной поддержки. Чаще всего такие кампании пытаются проводить оппозиционные действующей власти кандидаты. Имиджевые кампании направлены обычно на не политизированные, не определившиеся слои электората.

От рыночной кампании имиджевые кампании отличаются малой «восприимчивостью» к проблемам различных слоев избирателей, формированием «универсально-чистого» образа кандидата, удовлетворяющего вкусам всех.

5. Неструктурированная модель — была характерна для начального этапа демократизации в России. Успех некоторых кампаний объяснялся самоотверженностью и бескорыстием групп поддержки, способных окупить все недостатки организации, личностными ресурсами кандидата.

По мере стирания резких граней между программами кандидатов, уменьшения энтузиазма в ожидании быстрых изменений бескорыстная поддержка кандидатов все более снижается. Кустарщина в организации и планировании кампаний постепенно устраняется из политической практики.

Однако в каждой новой кампании появляются один-два кандидата, использующих именно эту модель.

6. Кампания компроматов — основные усилия тратятся не на продвижение своего кандидата и создание для него благоприятного имиджа, а на «заваливание» других кандидатов, создание для них негативного имиджа.

По своей сути такие кампании аморальны. Они снижают планку моральных требований к политическим деятелям ниже допустимых пределов.

7. Кампания подкупа и запугивания (криминальная модель) — мафия, продвигая своих кандидатов на выборах, обеспечивает им финансирование, осуществляет эффективное противодействие правоохранительной системе, применяет при этом различные методы — от подкупа должностных лиц до запугивания и устранения тех, кто им мешает. Криминальные структуры используют на выборах «хорошо» зарекомендовавшие себя в «бизнесе» методы шантажа, угроз и подкупа. Шантаж и угрозы чаще всего направлены на кандидатов-соперников, членов их команд, представителей избирательных комиссий, журналистов. Для «работы» с избирателями обычно применяется прямой подкуп в сочетании с косвенными угрозами.

8. Комплексная (тотальная) модель — элементы тех или иных моделей можно найти в организации и проведении любых выборов, однако в полной мере использовать преимущества всех перечисленных подходов удается да-



леко не в каждой кампании. Основным фактором здесь является наличие ресурсов.

Одной из разновидностей комплексной модели является тотальная кампания. Основная предпосылка успешного ее проведения — наличие практически «неограниченных» ресурсов по всем направлениям избирательной деятельности, и прежде всего финансовых, административных, людских [См.: Гладков П. В., 2000. С. 16–23].

Часто избирательную кампанию сравнивают со зрелищным действием (шоу). «Реализация избирательной стратегии предполагает, что программа и имидж кандидата будут донесены до избирателей и окажут требуемое воздействие. Для этого разрабатывается сценарий избирательной кампании, то есть последовательность действий, которые привлекут внимание избирателей к кандидату и убедительно покажут им его достижения и достоинства. Хотим мы того или нет, но избирательная кампания может стать успешной только тогда, когда в нее будут вовлечены сами избиратели. Поэтому избирательная кампания должна быть зрелищной, событийной. Событийная канва вытекает из основных стратегических направлений разворачивания кампании и стратегического имиджа кандидата. По большей части это инсценировки, которые специально готовятся командой кандидата, но это могут быть и реальные события, участие в которых привлекает к кандидату внимание общественности.

В избирательной кампании должен быть определенный сюжет, то есть скоординированный набор ярких действий как по отношению к избирателям, так и по отношению к соперникам. В избирательной кампании, как и в любом спектакле, должна быть интрига, свои герои и злодеи, преступление и наказание» [Амелин В. Н. Стратегия, 2001. С. 40–41].

*Периодизация* зависит от масштаба кампании. Так, В. Е. Лызлов выделяет два этапа (подготовительный и предвыборный) в случае борьбы за должность главы администрации города. «Некоторые авторы выделяют иное количество этапов в избирательной кампании. Например, сбор подписей выделяется в самостоятельный этап. Это представляется весьма резонным, так как именно в процессе сбора подписей фактически начинается агитация, именно в процессе сбора подписей формируется состав наиболее многочисленных участников избирательной кампании — агитаторов, или «добровольцев», а также окончательно стабилизируются составы местных штабов. Однако остановимся на том, что бесспорно и не вызывает никаких возражений» [Лызлов В. Е. Как стать мэром, 1999. С. 23–24].

П. В. Гладков на примере кампаний по выборам губернатора выделяет следующие стадии и этапы.

1. Предварительная стадия — начинается задолго до официального объявления начала кампании (за год и больше). Итогом этой стадии обычно является решение кандидата о его намерении вступить в борьбу за какой-либо выборный пост в определенном округе.

1.1. Подготовительный этап — выполняются такие задачи, как исследование политических, электоральных, экономических, культурных и иных предпочтений населения, прорабатываются возможности включения в кампанию тех или иных кандидатов, условий личного участия в кампании.

1.2. Этап планирования кампании — осуществляется уточняющая диагностика избирательного округа, разрабатываются базовые документы избирательной кампании (легенда, официальная биография, программа, концепция, платформа, основная тема, базовая речь кандидата, стратегия кампании), окончательно формируются требования к имиджу кандидата, осуществляется планирование разнообразных агитационных направлений кампании, разрабатываются базовые агитационные материалы, создается система управления и штаб, окончательно формируется команда, проводится обучение.

1.3. Предварительная «раскрутка» кампании (этап PR) — осуществляется первичное представление кандидата гражданам (идентификация кандидата и его лозунгов, биография, программы, наиболее яркие общественные дела), программа создания благоприятного общественного мнения о кандидате, а также проводится работа по косвенной дискредитации возможных соперников.

2. Основная стадия — призвана обеспечить победу кандидата, период от принятия решения о вступлении в борьбу до начала голосования.

2.1. Институирование кандидата — осуществляется юридическое оформление участия кандидата в избирательной кампании, налаживается связь с избирательными комиссиями, подаются заявления и необходимые для регистрации документы, осуществляется сбор подписей, регистрация кандидата и доверенных лиц, создается и регистрируется избирательный фонд.

2.2. Этап агитации и пропаганды — предпринимается попытка убедить избирателей, что кандидат является лучшим из всех претендующих на выборный пост по данному округу. В это время проводится основная масса агитационно-пропагандистских мероприятий, расходуется большая часть ресурсов кампании.

2.3. Собственно выборы (день выборов) — ставится задача реализации преимуществ перед соперниками, достигнутых в процессе агитации, происходит мобилизация сторонников на голосование, осуществляется наблюдение за ходом голосования с целью не допустить фальсификаций и подтасовок в пользу соперников.

3. Заключительная стадия — цель — обеспечить кандидату плавный выход из избирательной кампании в зависимости от ее результатов и дальнейших намерений баллотирующегося кандидата. На этой стадии любой результат выборов трактуется как важный успех в политической деятельности кандидата, начинается кампания по налаживанию связей с общественностью, создаются информационные поводы (по итогам голосования), формируется новый имидж политика, выполняются обещания, данные сторонникам и команде.

3.1. Этап защиты результатов выборов — иногда судебные разбирательства по поводу результатов выборов длятся месяцами и по времени и затратам превышают все остальные периоды избирательной кампании, вместе взятые.

3.2. Этап агитационной работы после выборов — необходимо использовать факт выборов как важный информационный повод для начала следующей политической кампании, приступить к выполнению ранее данных обещаний и активному периоду работы, для которой был избран [См.: Гладков П. В., 2000. С. 7–11].

Под *избирательной технологией* обычно понимают совокупность логически взаимосвязанных моделей, методов и конкретных способов подготовки, организации и проведения избирательных кампаний, направленных на достижение нужного результата на выборах [См.: Гладков П. В., 2000. С. 12].

Несколько наивным кажется разделение избирательных технологий на публичные (открытые, ориентированные на честную агитацию и соблюдение законодательства) и теневые (закрытые, ориентированные на победу любой ценой). Разумеется, по мнению П. В. Гладкова, на Западе преобладают первые, а в современной России — вторые. Публичная (открытая) кампания строится на основе эффективной передачи сообщения от кандидата или его команды к избирателю.

Иное дело кампания тeneвая (закрытая). «Наиболее популярны в этой сфере технологии создание «прямых мотивов» голосования (часто выражается в простом подкупе избирателей и власть предержащих), различные стратегии создания коалиций и «сговоров», не оставляющих избирателям реального выбора, стратегии превентивного «устранения» соперников (в том числе неправовыми методами), работа с органами власти, администрациями, избирательными комиссиями, кампании «черного ПР» и т. д.» [Гладков П. В., 2000. С. 13].

**Электоральная коммуникация.** Как утверждает М. И. Пранова, «нет более точного индикатора эффективности функционирования различных политических организаций, чем выборы. На выборах партия может разом достичь своей главной цели — взять власть, а может все потерять, лишившись государственных постов или фракции в парламенте. В случае успеха партия получает не только прямые политические дивиденды (посты в исполнительной власти или дополнительные места в парламенте, «проценты» голосования за кандидата-одномандатника и т. д.), но и отличный пиар-повод для критики конкурентов. Если же кампания проиграна, партии или кандидату тем более необходимо бороться: доказывать массовые нарушения соперниками избирательных законов, подавать на них иски в суд, подтягивать в качестве свидетелей своих и иностранных наблюдателей и т. п. В этом случае даже чисто формальные победы, вроде пересчета голосов на одном-двух участках, уже дают некоторый моральный перевес. Но если разрыв результатов незначителен, профессионально проведенная юридическая

посткампания может вообще изменить результаты выборов» [Пранова М. И., 2005. С. 10–11].

Эффективная технология электоральной коммуникации в ходе официальной избирательной кампании включает три основных элемента:

1) выработка стратегии кампании, программы кандидата, формулировка содержания коммуникационного «послания» кандидата своим избирателям, исходя из особенностей адресной группы, особенностей образа политика и общей стратегической линии кампании;

2) определение каналов электоральной коммуникации в соответствии с разработанной стратегией и планом кампании (основные каналы: печатные и электронные СМИ; публичные выступления и встречи с избирателями; листовки, адресные почтовые послания, буклеты; наружная реклама; сувенирная продукция);

3) контроль за реакцией избирателей на предвыборные акции, дающий возможность для «маневра», оперативной корректировки предвыборных действий [См.: Пранова М. И., 2005. С. 30].

Как утверждает известный французский политтехнолог, «рекламно-информационная деятельность — это алхимия, которая действует или не действует, в зависимости от времени, в зависимости от аудитории. Но в умах людей она остается магической <...>. Да, коммуникация нужна, но есть нечто худшее, чем вовсе не прибегать к рекламе, — это переборщить с ней. Избиратели тяготеют не к правым и не к левым, но к сдержанности. Какой бы политической ориентации они ни придерживались, за несколько месяцев лицо на афише и плакате становится мишенью, и ответственна за это передозировка коммуникации.

Если кандидат высказывается по всякому поводу, он принижает свой образ до обыденного. Избиратель прощает ему все слабости при одном условии — не переставать его удивлять. Политика страдает избытком слов, избытком фальши. С излишком фраз, с излишком выпренности, опьяненная формой, она потеряла содержание. Ведь существовать весьма просто, достаточно выразить свою душу. Но не свое «эго».

Каюсь, я считаю свое ремесло частично ответственным за это падение политики в глазах общественного мнения» [Сегела Ж., 1999. С. 254, 256].

Именно в процессе создания имиджа кандидата или партии «реальное» превращается в «виртуальное»: «...как за политиком, так и за товаром стоит некоторая идея, которую, по существу, и выбирают люди. То есть покупают, в конечном счете, не подкрашенную жидкость, а легенду, хотя потребляют все-таки подкрашенную жидкость. Точно так и в политике прицениваются к идее и выбирают идею, хотя живут несколько лет с политиком. Налицо создание «виртуальной» модели выборов отличающихся по составу участников с одной и с другой стороны от состава участников «реальных» выборов. В этой «виртуальной» модели и политики не те, и избиратели не такие, как наяву» [Корнев В. В., 2003. С. 143–144].

Сознание избирателя проходит через три этапа:

1) предъявляется некий объект («метка»), отношение к которому является определенно положительным или отрицательным;

2) под «метку» подводится система понятий, идей, символов («маркер»), которые должны быть достаточно очевидными и не подвергаться действию критики. Как правило, это бывают устоявшиеся идеи, в том числе альтернативные прежнему курсу. Сюда же можно отнести какие-либо «коренные ценности» — идеи, настолько укоренившиеся в общественном сознании, что обращение к ним никогда не вызывает вопроса о причинах, следствиях, приоритетах и пр.;

3) предъявление политика, соотносимого с предъявленной «меткой». Действительная принадлежность человека к тем идеям, на фоне которых он будет «появляться», значения не имеет. В конечном счете, как показывает практика, неважными являются социальная принадлежность и профессия человека, хотя некоторое соотношение с системой символов, закладываемых «меткой», все-таки желательно.

Поскольку человек-политик представляет, как правило, некоторую группу людей, постольку становится понятным, чьи интересы он будет выражать в действительности, какие бы лозунги при этом ни произносились [См.: Корнев В. В., 2003. С. 144–145].

Специалисты в области имиджеологии выделяют следующую последовательность приемов, осуществляемых в ходе формирования образа:

1) определение требований аудитории (сегментов аудитории);  
2) соотнесение реальных качеств кандидата с ожиданиями аудитории;  
3) отбор тех характеристик, которые востребованы электоратом и могут быть положены в основу образа;

4) выбор дополнительных характеристик, формулировка составляющих имиджа;

5) перевод выбранных характеристик в разные знаковые контексты: визуальный, вербальный, событийный;

6) позиционирование: направление восприятия имиджа в необходимое русло, представление образа с помощью понятных и благоприятных, с точки зрения интересов населения, категорий;

7) возвышение имиджа, к задачам которого можно отнести корректировку имиджа в связи с неблагоприятной реакцией аудитории [См.: Седова С. П., 2009. С. 240–241].

**К характеристикам стратегического образа кандидата** относятся:

1) региональная обусловленность. Так, например, культурная специфика региона может повлиять на предпочтения электората столь же значительно, как и уровень образования. Нельзя опираться на опыт предыдущих кампаний в других регионах;

2) стратегический образ обусловлен временем. Разные времена требуют разных героев;

3) стратегический образ имеет важнейший психологический аспект — он связан с изменчивостью потребностей избирателей. Они находятся в относительной динамике, особенно сильно меняясь в государстве с нестабильной политической обстановкой;

4) стратегический образ обусловлен демографическим фактором. Вопрос о возрасте и поле избирателей является весьма серьезным, если речь идет о регионах с определенной изменчивостью демографической картины [См.: Стратегия, тактика, психологические аспекты избирательной кампании, 1999. С. 18].

«Имидж публичного субъекта представляет собой многофакторную структуру, которая состоит из психологических компонентов, социальных детерминант, включающих в себя ожидания общественности, а также политических составляющих, характеризующих политика как лидера. Таким образом, основными компонентами имиджа публичного субъекта являются его статусная позиция, профессиональные и личностные характеристики.

При конструировании имиджа в первую очередь уделяют внимание выбору типажа публичного субъекта. Типаж — своего рода одномерный образ, человек-функция, калька с будущего развернутого образа. Основными типажам на политическом рынке России являются: ученый, экономист, юрист, рефлексирующий интеллигент (Г. Явлинский), хозяйственник (Ю. Лужков), эпатажный борец (В. Жириновский), силовик (генерал) (В. Грызлов), менеджер западного типа (А. Чубайс). После определения основного типажа имиджа образ наполняют деталями, более полно характеризующими кандидата как личность. Он наделяется такими качествами, которые отличают его от других. Степень выраженности общечеловеческих, одобряемых в обществе качеств у него должна быть выше, чем у обычных людей. Поэтому в имидже важно сочетать характеристики, присущие каждой личности, чтобы образ кандидата был тождествен образцу повседневного общения, но в то же время в имидже должна содержаться определенная харизматическая составляющая, свидетельствующая о лидере, способном возглавить ту или иную сферу жизни, опираясь на доверие избирателей как реципиентов информационных сообщений» [Лысенко Г. В., 2004. С. 103].

В упрощенном виде важнейшие свойства и качества, предъявленные избирателю, выглядят следующим образом:

1. Здоровое честолюбие, огромное желание стать народным избранником, выражать интересы и волю избирателей, желание быть на виду, быть во власти, быть первым среди равных.

2. Здоровье. И предвыборная борьба, и работа на высокой выборной должности требуют преодоления огромных физических и моральных нагрузок. Поэтому кандидат должен обладать отменным здоровьем и крепкими нервами.

3. Политический кругозор, политическая грамотность и образованность, соответствующие высокому званию народного избранника.

4. Высокие моральные качества. Биография кандидата не должна иметь крупных негативных явлений. Для кандидата важно умение скрыть свои недостатки и подчеркнуть свои достоинства. Необходимо и отсутствие ложной скромности.

5. Достаточная профессиональная подготовка.

6. Психологическая подготовка. Умение не реагировать на провокационные и клеветнические измышления противников, не поддаваться панике при неудачах. Очень важно настроиться только на победу, быть абсолютно уверенным в победе [См.: Лызлов В. Е. Победа, 1999. С. 7].

Центр политического консультирования «Никколо-М» выделил в образе кандидата, с точки зрения российских избирателей, три аспекта: портретный, профессиональный и социальный.

В «портретном» аспекте избирателей волнуют следующие качества (в порядке убывания значимости): честность, порядочность, образованность, доброта — человечность, обязательность, решительность, ум, бескорыстие, энергичность, жестокость, молодость, напористость, способность вести людей за собой, принципиальность, открытость.

В профессиональном аспекте — компетентность, деловитость, работоспособность. В социальном — забота о людях, заинтересованность в народе [См.: Попова И. В., 2003. С. 19].

**Незаконные и «сомнительные» способы предвыборной борьбы.** Полноценная избирательная кампания предполагает ведение полевых работ, как минимум, по восьми направлениям:

1) сплошные и выборочные обходы квартир избирателей (сбор подписей, раздача агитационных материалов и устная агитация);

2) телефонная агитация (прямая и косвенная — «зомбирующая»);

3) пикеты (сбор подписей, раздача агитматериалов, устная агитация);

4) распространение агитационных материалов (их адресная и сплошная разноска и рассылка) по месту жительства избирателей;

5) расклейка листовок и плакатов, «наскальная живопись»;

6) организационно-агитационная поддержка кандидата во время встреч с избирателями и контактов со СМИ;

7) организационная поддержка общественных приемных кандидата (разновидность приемных — «горячая линия»);

8) обеспечение интересов кандидата в день выборов (наблюдение за голосованием, обеспечение явки избирателей и др.).

«Направления оргмассовой работы, которые сейчас перечислены, можно назвать классическими типовыми полевыми технологиями. И еще — это корректные (или, если хотите — чистые, белые) технологии» [Полуэктов В. В., 2002. С. 16–17].

Как видим, и здесь уже появляются вызывающие сомнение приемы типа «зомбирования» телефонных абонентов или порчи стен и заборов («наскальная живопись»).



Во второй теме уже обсуждался вопрос об имитации избирательного процесса. Перефразировав известное выражение Ш.-М. Талейрана, можно сказать, что «выборы слишком серьезная вещь, чтобы доверять их избирателям». Слишком много профессионалов заинтересованы в правильном исходе данного действия. Так, С. М. Воробьев и А. А. Ливеровский сделали расчет в 2002 г. по выборам в Законодательное собрание Петербурга. Было выдвинуто около 500 кандидатов. На каждого из них — два-три члена семьи, близкие родственники, с десятком друзей, около 50 агитаторов, 5–10 штабистов и политконсультантов. Сюда добавляются члены и активисты политических партий, общественники ветеранских и подобных организаций, носители административного ресурса в лице работников территориальных управлений, обслуживающие выборы журналисты, полиграфисты, тысячи членов избирательных комиссий. Таким образом, насчитывается минимум 150 000 человек, участвующих в выборах на платной основе. И это не считая лоббистов.

«Вряд ли кто-либо серьезно полагает, что народные избранники действуют исключительно или хотя бы преимущественно в интересах избирателей. Народный избранник отстаивает интересы в лучшем случае небольшой части электората своего округа, а также своих спонсоров (финансовых, организационных), своей профессиональной группы и, безусловно, свои личные интересы (в частности, чтобы переизбраться). При этом он должен идти на уступки, искать компромиссы, заключать соглашения, о которых избиратель практически ничего не знает. Правовые же ограничения возможного отступления от заявленных кандидатом в депутаты во время выборов намерений практически отсутствуют, так же как и санкции за невыполнение предвыборных программ.

Время альтруистов в органах законодательной власти закончилось, практически не начавшись. Лоббизм того или иного рода или вида — вот основа деятельности представительного органа власти» [Воробьев С. М., 2002. С. 116–117].

Утвердившийся у власти субъект (личность, группа или организация) вовсе не заинтересованы терять ее (во всяком случае, надолго). Использование же «административного ресурса» нарушает как минимум два принципа так называемой «честной игры». 1) Кандидаты на выборный пост, выступающие в роли субъекта управления, «де-юре» лишены права диктовать «правила игры», то есть создавать нормы, обязательные для объекта своего воздействия. Ни один кандидат или избирательное объединение не может издать распоряжение или указ, предписывающие массам модели электорального поведения. 2) Кандидат как субъект управления лишен возможности опереться на право легитимного насилия, на применение санкций и иных мер воздействия на потенциальных избирателей [См.: Попова И. В., 2003. С. 21].

«Под административным ресурсом <...> понимается совокупность возможностей влиять на мнение и поведение избирателей, которые имеются в распоряжении руководителей предприятий, территориальных образований

(районов, городов). Использование властных рычагов является одним из важнейших инструментов ведения предвыборной борьбы и агитации. Однако их не следует сводить, как это часто делается, к прямому воздействию на избирателя, принуждению его к какой-то форме поведения на выборах или к манипуляциям с избирательными бюллетенями в ходе подсчета голосов. Не следует также и переоценивать возможность такого влияния на избирателей» [Звоновский В. Б., 2000. С. 35].

«По сути дела, А-ресурс — это степень готовности избирателя уступить свой политический выбор местному нотабилитету или, иначе, возможность сформировать выбор избирателя при более или менее выраженном согласии последнего» [Воронцова А. Б., 2003. С. 116].

Четыре основные формы воздействия на результаты голосования: 1) интериоризированная (внушенная, усвоенная) в ходе социальной коммуникации установка («председатель нам столько хорошего о нем рассказывал»); 2) передача ответственности за выбор («Кузьмич, голосуй, за кого хочешь, мы тебе доверяем»); 3) «помощь» со стороны членов избирательной комиссии, подсказывающих гражданам, пришедшим на избирательные участки, за кого голосовать; 4) подкуп, запугивание, фальсификация бюллетеней и другие нелегитимные способы воздействия на результаты голосования [См.: Воронцова А. Б., 2003. С. 115].

Способы фальсификаций все время совершенствуются. «Время политических побед, которые в середине 1920-х гг. одержал один из представителей семейства Ротшильдов, когда было достаточно разослать несколько тысяч 50-франковых билетов потенциальным избирателям, прошло. Теперь эта тема настолько обширна, что требует определенных ограничений при ее описании» [Леснин И. В., 1999. С. 31].

И. В. Леснин выделяет два блока, которые непосредственно связаны с местными выборами: 1) компромат, провокации и их роль в политической кампании; 2) избирательный участок: механизм изменения результатов выборов.

Последний блок, в свою очередь, содержит две группы методов. 2.1. Используемые во время процесса выборов (помощь в определении кандидата пришедшим на выборы малограмотным или неустойчивым избирателям; голосование вместо умерших или нетранспортабельных больных (заведомо известно, что они не придут на участок); опускание бюллетеней с именем заказанного кандидата в урну; махинации с выездным голосованием и т. д.). 2.2. Применяемые при подсчете голосов по итогам выборов (неправильный первичный подсчет бюллетеней за обычных кандидатов и заказанного претендента; нужные поправки в итоговом протоколе за счет других кандидатов и т. д.) [См.: Леснин И. В., 1999. С. 31–32, 36–37].

Теперь вернемся к первому блоку. Набор психологических приемов, воздействующих на восприятие человека, довольно широк. Рассмотрим наиболее часто используемые приемы.

Метод фрагментации — на потребителя массовой информации обрушивается непрерывный поток разнородных некомментируемых сообщений, создающих мозаичную картину мира, в которой невозможно уловить какие-то тенденции.

Метод органического совпадения точек зрения — доминирующая в общественном мнении позиция исподволь разрушается, постепенно «совпадая» с предлагаемой манипуляторами точкой зрения.

Метод отвлечения — отвлечение внимания аудитории от неудобной информации с помощью другой информации, поданной в максимально сенсационной форме.

Метод объективного подхода — исключая или добавляя малоизвестные факты, можно выявить несуществующую тенденцию.

Метод апеллирования к государственным интересам и общественным потребностям — активизация стереотипных эмоций.

Метод забрасывания грязью — подбор жестко негативных фактов, образов, эпитетов и определений.

Семантическое манипулирование — целенаправленный подбор слов, вызывающих либо позитивные, либо негативные ассоциации и влияющих, таким образом, на восприятие информации.

Использование слухов — использование передаваемой в межличностном общении актуальной, общественно значимой информации, отражающей стремление людей домыслить неясную ситуацию [См.: Александрова Т. А., 2000. С. 23–24].

Здесь мы опять вынуждены обратиться к деятельности имиджмейкеров. Практически все средства политического манипулирования основываются на создании и внедрении в массовое сознание социальных мифов, то есть идей, утверждающих интересы манипуляторов и принимаемых большинством на веру, без серьезного осмысления. В процессе «мифологизации» современного «героя» (как правило, политического деятеля) и ситуации (как правило, реальных политических событий) реальные черты исчезают и на сцене общественной жизни появляются герои, побеждающие не политических противников, а чудовищ. Идет борьба не определенных политических и экономических интересов, а добра со злом. Подобрать, исходя из предпочтений целевого электората, персонаж для клиента и «подогнать» его деяния к соответствующим мифологическим подвигам является основной задачей имиджмейкера [См.: Компанец Ю. Н., 2005. С. 147].

Контрпропагандистская борьба с конкурентами может сопровождаться более жесткими действиями по их «дестабилизации»:

1. Подрывная деятельность — подрыв единства вашей управленческой команды, создание атмосферы недоверия и подозрительности. Раздувание конфликта интересов. Поиск недовольных среди ваших топ-менеджеров и в среднем звене. Поиск источников и передатчиков информации.

2. Проникновение — внедрение своих сотрудников в штаб и вербовка ваших работников. При «нормальном» поступлении на работу опасность перевербовки.

3. Дискредитация руководства — учет психологии. Ложная, личностная дискредитация может дать обратный эффект. Задача — не факт дискредитации, а эффект.

4. Вмешательство в управленческий процесс — усложнение деятельности, ложные проблемы, провоцирование неверных решений.

5. Негативная PR-кампания — формирование негативного мнения о кандидате, его команде, штабе и т. п. Распространение слухов [См.: Любашевский Ю. Я., 2002. С. 10–11].

**Анализ предвыборной ситуации. Мониторинг избирательной кампании.** О проблемах социологического обеспечения избирательных кампаний с позиций социологии говорилось выше (третья тема). Теперь обратим внимание на потребности организаторов избирательных кампаний.

По мнению В. Е. Лызлова, штабу необходимо выявить основные компоненты, от которых зависит стратегия.

1. Политическая и электоральная обстановка в округе, области, городе и т. п.

2. Определение основной цели кампании, то есть количество голосов, необходимое для победы.

3. Выявление основных проблем, тем и концепции (основной идеи) кампании.

4. Определение целевой или базовой группы избирателей [См.: Лызлов В. Е. Победа, 1999. С. 17].

Представители ЛДПР к этим четырем позициям добавляют пятую: социально-психологический анализ особенностей электората, так как деление на различные общественные слои и группы, различающиеся по своему положению в общественной иерархии, отношению к собственности и, следовательно, имеющие особые политико-экономические интересы и осознающие их, выражено чрезвычайно слабо. В такой ситуации при прогнозировании исходов политических ситуаций, при выборе способов воздействия на избирателей в первую очередь необходим учет психологических факторов [См.: Стратегия, тактика, психологические аспекты избирательной кампании, 1999. С. 14].

Образно говоря, социологи должны стать «глазами и ушами» претендентов, своеобразной разведкой предвыборного штаба.

«Считается, что, для того чтобы завладеть вниманием избирателей и заручиться их поддержкой, партия или кандидат, прежде всего, должны:

– интересоваться потребностями, проблемами, приоритетами и взглядами избирателей;

– понимать их потребности, приоритеты и взгляды;

– определять наилучший способ общения с избирателями.

Опросы общественного мнения отвечают этим требованиям и поэтому стали важным инструментом любой политической кампании. Эти исследования являются источником данных, необходимых для принятия решений в ходе кампании, представляют собой связующее звено между избирателями и участниками избирательного процесса» [Гладков П. В., 2000. С. 82].

Проведение опроса общественного мнения полезно, потому что необходимо:

1) получить аргументацию для подбора кандидата, проверить сильные и слабые стороны кандидата и оппонентов;

2) обеспечить исходный пункт для измерения действенности усилий по реализации разработанных программ. Исходный опрос общественного мнения позволяет оценивать успехи в агитации;

3) опробовать намеченные предвыборные программы, темы и вопросы, методы работы с избирателями и средствами массовой информации, проверить разработанную стратегию [См.: Гладков П. В., 2000. С. 83].

О. В. Епархина рекомендует осуществлять мониторинг по следующим направлениям: уровень социальной напряженности в регионе; уровень конфликтности; оценка работы власти; социально-экономического благополучия региона; исследование качества и уровня жизни; общественного мнения и социального самочувствия. Особое место занимает мониторинг экономических показателей уровня жизни, в частности: 1) душевые ежемесячные денежные доходы, бюджетная статистика и статотчетность предприятий; 2) душевые ежемесячные денежные расходы; 3) экспертная оценка душевых доходов или расходов; 4) экспертная оценка потенциала населения.

«Главным фактором, оправдывающим их использование, является снижение затрат на специализированные исследования: в этом случае возможно лишь регулярное проведение фокус-групп в соответствии с социальной структурой населения региона. Чаще всего проводят 3–4 стандартных сессии, что значительно экономит время и средства и позволяет корректировать тактику избирательной кампании по ходу ее проведения, экономя при этом до 30–40% средств на ее социологическое обеспечение.

Цель работы мониторинга — показать кандидату динамику уже использованных методов привлечения внимания населения и стандартные, стереотипные реакции последнего на действия власти. Действия же власти предполагают активизацию норм: это усилия по сбору информации, выработке новой скорректированной программы действий, то есть не что иное, как изменение габитуса группы» [Епархина О. В., 2005. С. 24–25].

Естественно, ставится вопрос о качестве проводимых исследований. Ведь фальсифицированные или неграмотно проведенные замеры могут привести к поражению. «Следует подчеркнуть, что социологическая информация объективна только тогда, когда исследование проводится методически корректно. В частности, при проведении социологического опроса должны быть соблюдены требования репрезентативности выборки по отношению к

основным социально-демографическим категориям населения округа и к типичным избирательным участкам. Интервьюеры должны быть хорошо проинструктированы, а их работа должна контролироваться. В противном случае исследование вообще лучше не проводить, поскольку искаженная, неадекватная информация только дезориентирует кандидата и приведет его к неверным решениям» [Амелин В. Н. Стратегия, 2001. С. 46].

Разумеется, необходимо учитывать достаточно ограниченные ресурсы. «Какие бы грандиозные задачи ни ставило перед собой исследование, оно всегда ограничивается наличными ресурсами. Самыми главными ограничителями являются: наличие квалифицированных социологов, деньги, время, материально-технические, транспортные и коммуникационные ресурсы, менталитет населения, политическая обстановка.

Бюджет достаточно простого социологического исследования составляет не менее 3–5 тысяч долларов, требует привлечения разнообразных специалистов: организаторов и разработчиков анкеты и выборки, интервьюеров, проводящих непосредственно опрос населения, аналитиков, обрабатывающих результаты, контролеров и т. д. Время на подготовку и проведение такого исследования в масштабах среднего российского региона составляет не менее 7–10 дней» [Гладков П. В., 2000. С. 84].

Другое дело, полученная информация может быть использована как средство в предвыборной борьбе, о чем уже говорилось в третьей теме. «Опросы населения в ходе предвыборной кампании сегодня стали использовать в корригирующих, прогностических и даже пропагандистских целях» [Крылова М. А., 2004. С. 18].

С этой точки зрения деятельность социологов необходимо встроить в соответствии с типом-моделью кампании.

– Кампания «производственного типа» реализуется при помощи стандартного набора инструментов и, как правило, не подразумевает возможности даже тактических изменений в ходе полевого этапа. Кроме того, кампании данного типа часто скоротечны — агитация ведется примерно в течение последних двух недель перед голосованием. Поэтому роль социологического обеспечения в таких кампаниях невелика и ограничивается подготовительным этапом. Чаще всего могут быть полезны стандартные диагностические исследования, позволяющие адаптировать имеющуюся в распоряжении команды технологию к конкретному округу. Для достижения названной цели можно рекомендовать в первую очередь экспертный опрос лиц, владеющих информацией о данной территории, и анализ вторичных данных (например, публикаций в местной прессе или статистических материалов). Также целесообразно использовать метод наблюдения для визуальной диагностики избирательного округа. Использование массового опроса на подготовительном этапе кампании оправданно, если только у команды действительно не хватает ресурсов для получения экспертной и статистической информации. В ходе агитационной кампании проводить опросы населения бессмысленно. Исклю-

чение составляют ситуации, в которых возможно изменение характера кампании: например, в случае успеха на начальной стадии агитации возможны привлечение дополнительных ресурсов и переход к реализации «сбытовой» или «товарной» стратегии. Промежуточный рейтинг кандидата может быть интересен и в случае передачи голосов кому-либо из лидеров накануне первого тура голосования. Однако в этой ситуации обычно бывает достаточно вторичной информации.

– «Товарный тип» — команда делает ставку на имиджевую работу. Поэтому и цели социологического обеспечения связаны в основном с прогнозом и оперативной оценкой восприятия кандидата избирателями. На подготовительном этапе кампании эти цели концентрируются на 1) оценке актуального имиджа кандидата, выяснении его сильных и слабых сторон и отношения к нему избирателей округа (наиболее эффективны массовые опросы населения округа и экспертные оценки); 2) поиске и оценке эффективных имиджевых решений для реализации выбранной избирательной технологии (активное использование качественных методов — глубинное интервью, фокус-группа, тестирование имиджевых разработок). В ходе агитации «товарная» стратегия выиграет, если будет осуществляться оперативная оценка реакции электората на предложенную ему лично-имиджевую конструкцию и выполняться необходимая коррекция имиджа. Для этого можно использовать массовый и экспертный опросы, а также метод наблюдения, позволяющий оценивать реакцию избирателя на представление кандидата (например, реакцию прохожих на плакат или реакцию зала на выступление кандидата). Не исключается, естественно, использование всей совокупности перечисленных выше оценочных методов, если команда обладает для этого необходимыми ресурсами и возможностями для внесения изменений в агитационную работу.

– «Сбытовой тип» — акцент на рекламно-агитационное давление на избирателя. Социологическое обеспечение направлено на оценку его эффективности и оптимизацию. Целью исследований на подготовительном этапе кампании является главным образом детальная диагностика округа с точки зрения возможностей для ведения рекламно-агитационной кампании. Должна быть изучена эффективность различных каналов агитации и предпочтения целевых групп электората в плане источников получения информации общественно-политического характера. Эффективными методами достижения этих целей являются массовый опрос, наблюдение, анализ содержания носителей информации и рекламы (например, анализ местной прессы и содержания наружной рекламы), экспертные оценки. Особо следует уделить внимание территориальной диагностике и зонированию округа. В ходе агитации исследовательский компонент команды концентрируется на оценке эффективности работы «поля». В данном случае целесообразно организовать мониторинг рейтингов известности, доверия и поддержки кандидата и его соперников. Причем ценность такого мониторинга определяется тем, насколько точно он позволяет определить «сильные» и «слабые звенья» в позиции кан-



дидатов — территориальные, статусные, поведенческие и другие кластеры, нуждающиеся в дополнительном рекламно-агитационном давлении. Поэтому здесь необходимы исследования не средних рейтингов по округу, а рейтингов по отдельным четко ограниченным сегментам, зонам, целевым группам. Отдельно может быть выделена и цель оценки эффективности работы задействованных каналов агитации для оперативного перераспределения ресурсов между ними. Оптимальным для достижения названных целей методом может быть признана электоральная панель. Могут быть также использованы мониторинговые или разовые опросы населения.

– «Маркетинговый тип» (самый сложный и дорогостоящий) — кампания кандидата как способ удовлетворения определенных потребностей избирателя. Главная цель социологического обеспечения — диагностика потребностей электоральной среды и приведение им в соответствие стратегии и тактики кандидата. Строго говоря, при таком подходе социологическая поддержка необходима уже на этапе принятия решения о выдвижении. Здесь возникают два принципиальных вопроса: кому выдвигаться (это вопрос к команде) и где выдвигаться (вопрос к кандидату). Ответы на оба вопроса могут быть даны только на основе предварительного анализа электоральной среды как минимум экспертными методами. Подготовительный этап «маркетинговой» кампании также немислим без подробного исследования округа, причем, в отличие от рассмотренных выше подходов, такое исследование должно носить всесторонний характер. Сверхзадача обычно заключается в поиске целевых групп кампании, но при этом приходится решать весь комплекс оценочных задач — от размеров группы избирателей до проверки степени гомогенности ее реакции на инструменты агитации, от выбора оптимального набора коммуникационных каналов до прогноза проникновения и охвата рекламно-агитационным инструментом определенной группы, от актуального позиционирования кандидата в сознании группы до оценки эффективности тех или иных имиджевых «добавок». В итоге стратегия кампании в целом, равно как и частные инструментальные стратегии, должны при таком подходе целиком основываться на объективной информации. Это же требование распространяется и на оперативные решения, принимаемые кандидатом и менеджментом в ходе основного этапа. Поэтому простое правило организации социологического обеспечения при реализации «маркетингового» подхода гласит, что в ходе агитации следует контролировать те факторы, в отношении которых могут быть предприняты какие-либо корректирующие усилия [См.: Политический менеджмент, 1999. С. 138–139].

В зависимости от наличия ресурсов и избранной стратегии кампании решается вопрос, кто будет осуществлять социологическое сопровождение.

1) Собственные сотрудники. Двумя главными преимуществами данного подхода является максимальная конфиденциальность результатов и возможность экономии средств. Основным недостатком — ограниченность кадровых ресурсов. Чаще всего мотивы экономии ведут либо к включению в ко-

манду недостаточно подготовленного и недостаточно опытного профессионала (студента, аспиранта), либо к совмещению функции штатного социолога кем-либо из менеджеров, аналитиков или имиджмейкеров.

2) Привлечение специализированных организаций. Здесь возможна как покупка результатов стандартных исследовательских проектов (которые доступны и конкурентам), так и организация эксклюзивных исследований. Распространение данного способа социологического обеспечения сдерживается пока двумя причинами — неуверенностью заказчиков в конфиденциальности информации (то есть невозможностью для исследовательской организации, с точки зрения современных российских стереотипов, работать одновременно с несколькими заказчиками, не ущемляя при этом ничьих интересов) и относительно высокой стоимостью таких проектов.

3) Покупка результатов социологических исследований у команд других кандидатов. Привлекательной стороной такой покупки выступает, как правило, невысокая цена информации. Недостатки данного способа очевидны (идеальный канал для распространения дезинформации, такая информация практически всегда носит отрывочный характер) [См.: Политический менеджмент, 1999. С. 142–144].

### Использованная литература

*Александрова Т. А.* Манипулятивные психотехнологии и их использование в избирательных кампаниях // Развитие профессиональной и психологической культуры государственных служащих: Для изучающих курс акмеологии и психологии. М., 2000. Ч. 2. С. 21–27.

*Амелин В. Н.* Стратегия избирательной кампании / Амелин В. Н., Федоркин Н. С.; Рос. центр обучения избират. технологиям при Центре избират. комис. Рос. Федерации. М., 2001. 105 с. (Совр. избират. технологии).

*Амелин В. Н.* Эффективное управление избирательной кампанией / Амелин В. Н., Зотова З. М.; Рос. центр обучения избират. технологиям при Центре избират. комис. Рос. Федерации. М., 2001. 99 с., табл. (Совр. избират. технологии).

*Анциферова И. В.* Избирательная кампания как способ реализации народовластия: соц.-управленч. аспект: Автореф. дис. ... канд. социол. наук / Рос. акад. упр. Центр гос. кадровой политики и социал. упр. М., 1994. 19 с.

*Баранов А. Н.* Психологическая война в ходе избирательных кампаний // Вестн. Костром. гос. ун-та. 2000. № 4. С. 49–52.

*Богачева Е. А.* Политическое манипулирование в условиях электоральных кампаний: региональный аспект // Глобальное versus локальное: рос. провинция в условиях глобализации. Невинномысск, 2005. С. 117–128.

*Воробьев С. М.* Рисунок эволюции избирательных кампаний / С. М. Воробьев, А. А. Ливеровский // Выборы в Российской Федерации: Материалы науч.-практ. конф. 16–17 марта 2002 г. / Под ред. М. Б. Горного. СПб., 2002. С. 114–118.

*Воронцова А. Б.* Административный ресурс как феномен российского избирательного процесса / А. Б. Воронцова, В. Б. Звоновский // Полит. исслед. 2003. № 6. С. 114–124.

Выборы депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации: В вопр. и ответах: Полит.-юрид. справ. для кандидатов, организаторов и юных

участников избират. кампаний / Под ред. Д. В. Нежданова, Д. А. Сударушкина. СПб. и др.: Питер: Питер Принт, 2003. 181 с. (Сер. «Библиотека политического консультирования»).

*Гасанбеков С. К.* Содержание избирательной кампании: Материалы науч.-практ. конф. 16–17 марта 2002 г. / Под ред. М. Б. Горного // *Выборы в Российской Федерации*. СПб., 2002. С. 119–133.

*Гладков П. В.* Как стать губернатором: Алгоритм победы на выборах / П. В. Гладков, О. П. Кудинов. М.: Люди, 2000. 319 с.

*Гоулд Ф.* Стратегическое планирование избирательной кампании // *Полит. исслед.* 1993. № 4. С. 134–145.

*Гуваков В. И.* Стратегический консалтинг в современном электоральном цикле / Гос. ун-т — Высш. шк. экономики. М., 2007. 51 с. (Препринт; WP14/2007/ 03. Сер. WP14: Полит. теория и полит. анализ).

*Гуляев М.* Телевидение и выборы // *Бизнес и политика*. М., 1996. № 5. С. 20–23.

*Дмитриев Ю. А.* Избирательное право и процесс в Российской Федерации / Ю. А. Дмитриев, В. Б. Израелян. Ростов н/Д: Феникс, 2004. 864 с. (Сер. «Высшее образование»).

*Епархина О. В.* Социологические мониторинги как элемент избирательной кампании // *Вестн. соц.-полит. наук*. Ярославль, 2005. Вып. 5. С. 23–26.

*Жуков К. С.* Азбука избирательной кампании: Орг.-метод. и соц.-психол. аспекты / Жуков К. С., Карнышев А. Д. М.: ИМА-пресс, 2001. 327 с.

*Зарубежное избирательное право: Учеб. пособие / Автономов А. С., Веденеев Ю. А., Дегтярева О. В. и др.; Науч. ред. В. В. Маклаков; Рос. центр обучения избир. технологиям при Центр. избир. комис. Рос. Федерации. М.: НОРМА, 2003. [4], 283 с. (Издат. проект «Зарубежное и сравнительное избирательное право»).*

*Звоновский В. Б.* Административный ресурс: вариант исчисления объема // *Мониторинг общественного мнения: экон. и соц.* 2000. № 1 (45). С. 35–37.

*Зимин А. В.* Социология выборов: Учеб. пособие для студентов, обучающихся по спец. «Социология» и «Политология» / Тамб. гос. ун-т. Тамбов: Изд-во ТГУ, 2005. 142 с.

*Зырянов В. И.* Выборы губернатора: Модул. план подгот. кампании: Метод. рекомендации / В. Зырянов, В. Степаненков; Ин-т соврем. политики, Рос. центр обучения избират. технологиям при Центр. избират. комис. Рос. Федерации. М.: ИСП, 2000. 244 с. (Сер. «Выборы»).

*Кайманов А. А.* Паблик рилейшнз и его значение для избирательных кампаний // *Социально-экономическое и политическое развитие общества: актуал. пробл.* Саратов, 2001. С. 193–194.

*Каптерев С. Е.* Политическая коммуникация: основы упр. избират. процессом: Учеб. пособие / Нижегород. гос. ун-т. Н. Новгород, 2003. 341 с.

*Каюнов О. Н.* Сделаем выборы честными: Советы заинтересованным / О. Каюнов, В. Луценко, В. Шейнис. М.: АЯКС, 1999. 105, [5] с. (Б-ка «Яблока» / Ред. А. Ю. Михайлов).

*Ковлер А. И.* Кандидат и его команда: (Организац. структура избират. кампании): Метод. пособие / Рос. центр обучения избират. технологиям при Центр. избират. комис. Рос. Федерации. 2-е изд., доп. М.: Изд-во РЦОИТ, 1999. 28, [2] с.

*Ковлер А. И.* Основы политического маркетинга: (Технология орг. избират. кампаний) / Ин-т государства и права РАН, Гуманит. и политол. центр «Стратегия». М., 1993. 46 с.

*Ковлер А. И.* Стратегия избирательной кампании и ее планирование / Ковлер А. И., Зотова З. М.; Рос. центр обучения избират. технологиям при Центр. избират. комис. Рос. Федерации. М.: Изд-во РЦОИТ, 1999. 71, [2] с.

*Ковров В. Ф.* Электоральная социология: Учеб. пособие. Уфа: РИО Баш. гос. ун-та, 2005. 176 с.

*Колесников А. Н.* О роли социальных технологий в предвыборной борьбе // Социол. исслед. 1995. № 10. С. 27–30.

*Компанец Ю. Н.* Манипуляции массовым сознанием в предвыборных технологиях: пробл. правового регулирования // Анализ социально-экономических и политических процессов и систем: Сб. науч. работ. М., 2005. Вып. 1: Методологические вопросы социальных и политологических исследований. С. 144–154.

*Корнев В. В.* Герменевтика и некоторые манипулятивные механизмы в предвыборных кампаниях // Сб. науч. тр. / Сургут. гос. ун-т ХМАО. Сургут, 2003. Вып. 15. Ч. 1: История, философия. С. 143–148.

*Королева Т. А.* Управление политическими избирательными кампаниями / С.-Петерб. гос. ун-т кино и телевидения. СПб., 2004. 61 с.

*Крылова М. А.* Электоральные социологические исследования в ходе избирательной кампании // IX Державинские чтения. Тамбов, 2004. С. 18.

*Кузьмин О. Н.* На пути к победе, или как стать народным избранником / Кузьмин О. Н., Ефимов А. И.; Сев.-Зап. акад. гос. службы, Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации. СПб.: Изд-во СЗАГС, 1998. 92 с.

*Кутырев Н. П.* Технологии победы на выборах. М.: Изд-во ПРИОР, 1999. 93, [2] с.

*Левчик Д. А.* Митинг как форма предвыборной борьбы // Социол. исслед. 1995. № 11. С. 52–58.

*Леснин И. В.* Технология политического успеха, или как победить на местных выборах. Волгоград: Перемена, 1999. 79 с.

*Лызлов В. Е.* Как стать мэром: Методика предвыбор. работы с кандидатами на должность главы администрации города. М.: ПАИМС, 1999. 53 с. (Как стать мэром!).

*Лызлов В. Е.* Победа, только Победа! Методика предвыбор. работы с канд. на выбор. должности в России. М.: ПАИМС, 1999. 109 с.

*Лысенко Г. В.* Средства массовой коммуникации в контексте избирательной кампании в регионе: (На примере Волгогр. обл.) // Социол. власти. М., 2004. № 4. С. 90–106.

*Любашевский Ю. Я.* Выборы: информационная безопасность / Любашевский Ю. Я., Толмачева Н. В., Шульц Э. Э.; Холдинг Рус. шк. PR; Независимый ин-т полит. технологий, Агентство полит. PR «Ключ». М., 2002. 37 с.

*Любашевский Ю. Я.* Выборы — «Под ключ» / Ю. Я. Любашевский, О. Е. Васильева, Э. Э. Шульц; Холдинг Рус. шк. PR, Независимый ин-т полит. технологий, Агентство полит. PR «Ключ». М., 2002. 43 с.

*Максимов А. А.* Как победить на выборах: Опыт и методол. восьми успешных избират. кампаний в России / А. А. Максимов, О. Г. Румянцев. М.: Рос. семена, 1995. 148 с.

*Максимов А. А.* «Чистые» и «грязные» технологии выборов: Рос. опыт. М.: Дело, 1999. 444 с.

*Малкин Е. Б.* Политические технологии: избират. технологии, парт. строительство, полит. проекты / Е. Малкин, Е. Сучков; Ин-т избират. технологий. 2-е (7-е) изд., стер. М.: Рус. панорама, 2008 (2007). 678 с. (Сер. «Профессионалы: просто о сложном»).

*Мерфин Р.* Технология избирательных кампаний в США // Полит. исслед. 1991. № 3. С. 125–131.

*Нурутдинова А. Н.* Организационные ресурсы и приемы электорального успеха в России // Власть. М., 2007. № 5. С. 28–32.

Опыт социологического анализа электоральных предпочтений на старте выборной кампании / Бойков В. Э., Варламова С. Н., Ефанова О. А., Фролов Б. И. // Социология власти. М., 1998. № 4–5. С. 67–86.

Политические избирательные кампании: анализ, ресурсы, технологии: Учеб. пособие / Барыгин И. Н., Игнатенко А. А., Орлова Л. Я., Орлов И. Б.; Науч. ред. Орлов И. Б.; С.-Петербург. гос. ун-т кино и телевидения. СПб., 2003. 217 с.

*Полуэктов В. В.* От двери к двери: Полевые технологии в избират. кампаниях / Ин-т избират. технологий. М.: Рус. панорама, 2002. 233 с. (Профессионалы: просто о сложном).

*Попова И. В.* PR-технологии в избирательных кампаниях / Моск. открытый социальный ун-т. Соц.-психол. фак. Каф. полит. психологии. М., 2003. 134 с.

*Попова И. В.* Социально-психологические особенности технологий избирательных кампаний / Моск. открытый социальный ун-т. Соц.-психол. фак. Каф. полит. психологии. М., 2002. 55 с.

*Пранова М. И.* Воздействие информированности электората на социокультурный характер выборов / Дон. гос. техн. ун-т. Ростов н/Д, 2005. 146 с.

*Сегела Ж.* Национальные особенности охоты за голосами: Восемь уроков для кандидата-победителя / Жак Сегела; Пер. с фр.: М. Огородов, В. Орлов. М.: Вагриус, 1999. 262 с. (Так делают президентов).

*Седова С. П.* Электоральная коммуникация и политическая реклама как ее форма // Соврем. гуманитар. исслед. М., 2009. № 2. С. 237–242.

*Соколова Е. П.* Приемы политической манипуляции в период выборов президента Российской Федерации 1996 г.: (по материалам регион. прессы) // Социум и власть. Челябинск, 2009. № 4. С. 55–59.

Стратегия, тактика, психологические аспекты избирательной кампании: (Стратегия лидера): Метод. рекомендации / Либер.-демокр. партия России; Редкол.: Соломатин Е. Ю. и др. М.: ЛДПР, 1999. 79 с.

*Субботина Т. В.* Социологическое рейдерство в избирательных кампаниях // Социология власти. М., 2007. № 2. С. 55–63.

*Чередниченко В. А.* Воюет социология! (Роль социол. исслед. в ходе предвыбор. борьбы за должность мэра). М.: ПАИМС, 1999. 52 с. (Как стать мэром!).

Электоральное поле России и стратегии избирательных кампаний / Нижегород. гос. с.-х. акад.; Под ред. Кутыревой А. А. и др. Н. Новгород, 2004. 157 с.

## **Контрольные вопросы и учебные задания**

### **1. Описание избирательной кампании.**

Охарактеризуйте крупную (национального или регионального уровня) избирательную кампанию по следующим параметрам:

– общие политико-правовые характеристики (форма правления и политический режим, основные нормы политической культуры, тип правовой системы, основные нормы избирательного права, избирательная система);

– политическая ситуация (общее развитие политического процесса, партийная система, власть и оппозиция, социально-классовая структура, расстановка и взаимоотношения политических сил, программные положения и стратегия основных политических игроков);

– предвыборная ситуация (итоги предыдущих выборов, оценки итогов предыдущего правления, формирование конкурирующих команд, их финансирование, предвыборные программы и стратегические установки, использование общественных организаций и СМИ, социологические исследования);

– ход избирательной кампании (основные события, деятельность избирательных органов, тактические приемы и уловки соперников, трансформация имиджа кандидатов, пропаганда и агитация, освещение кампании в СМИ, социологические исследования);

– итоги избирательной кампании (подсчет и оглашение результатов голосования, протесты проигравших, комментарии экспертов, освещение в СМИ, формирование политической команды победителей).

2. Планирование социологического сопровождения избирательной кампании.

Разработайте примерную программу социологического сопровождения избирательной кампании.

Составьте комплексный документ (общая характеристика избирательной кампании, способы взаимодействия с другими службами предвыборного штаба, необходимый состав участников, объемы финансирования, список и обоснование планируемых социологических исследований).

Далее каждое исследование описывается по стандартным позициям:

– теоретико-методологический раздел (проблема, цели и задачи; определение и описание объекта и предмета; основных понятий; рабочие гипотезы);  
– методико-процедурный раздел (стратегический план исследования; проекты процедур сбора и анализа первичной информации; пошаговое описание каждого этапа).

Прогнозные исследования также описываются по стандартной процедуре:

- описание решаемой в процессе исследования проблемы (проблем);
- объект и предмет прогноза;
- периоды упреждения и обоснования прогноза;
- цели и задачи исследования;
- рабочие гипотезы;
- обоснование методического инструментария;
- обоснование сбора, обработки и анализа информации;
- определение затрат на разработку прогноза;
- пошаговый логический план исследования;
- перечень индикаторов и индексов с обоснованием критериев отбора;
- описание исходной прогнозной модели;
- описание прогнозного фона;
- оценка достоверности, точности и обоснованности прогноза;
- предполагаемые результаты;
- проект рекомендаций для управленческих решений.

## Тема 6

### ПРАКТИКА ЭЛЕКТОРАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

В последней теме рассматривается история и современность электоральной социологии. Разумеется, охватить весь мир в одном небольшом учебном пособии невозможно. Поэтому рассмотрим наиболее яркие сюжеты (разумеется, на взгляд автора), уделив особое внимание становлению российской социологии выборов.

**США.** По мнению большинства исследователей, предшественником социологических электоральных исследований в США выступали предвыборные опросы, проводимые редакциями периодических изданий. Автором термина «соломенные опросы» (straw-polls) является английский политик и ученый Джон Селден (1584–1654) («...возьмите солому и подбросьте ее в воздух — вы сможете увидеть, куда дует ветер»). Предположительно, два первых «соломенных опроса» были проведены в 1824 г. в период президентских выборов. 24 июля газета «Harrisburg Pennsylvanian» опубликовала мнение жителей Уилмингтона (штат Делавер), в августе «Raleigh Star» сообщила об итогах опроса в Северной Каролине.

«Соломенные электоральные опросы проводились редакциями газет. Разработкой опросников и организацией сбора данных занимались журналисты, не знакомые с техникой выборки; вопросы репрезентации электората даже не ставились. Опросные документы печатались в газетах или раскладывались в активно посещаемых магазинах. Заполнение анкет растягивалось на недели, и потому не было возможности зафиксировать динамику электоральных установок. Однако было бы ошибкой относиться к тем давним опросам лишь критически. Они не только выполняли важные социальные и культурные функции, но стали отправными для развития «научных» приемов изучения общественного мнения» [Докторов Б. З., 2008. С. 389–390].

С 1840-х гг. появилась практика предлагать посетителям гостиниц при желании указывать в книге регистрации, за кого они собираются голосовать во время президентской избирательной кампании. В 1851 г. помощник одной из газет в штате Миссисипи провел 800 интервью в 17 округах, где исход борьбы был неясен. Газета правильно предсказала результат в 15 округах, установив, когда в штате возобладали настроения к отделению от Севера.



В 1883 г. редактором газеты «Бостон глоуб» была разработана система предварительного подсчета голосов в день выборов для предсказания окончательных результатов. Для получения достоверных данных репортеры рассылались в тщательно отобранные жилые районы. В самом общем виде система эта сохранилась и поныне и в основе своей используется телевизионными компаниями, демонстрирующими зрителям цифровые данные о ходе голосования [См.: Петровская М. М., 1982. С. 37–38].

«На протяжении следующих почти ста лет — первая фаза проведения соломенных опросов — эти зондажи носили эпизодический, локальный характер и проводились по небольшим выборкам. Начало второй фазы датируется 1916 г., когда журнал «Literary Digest» приступил к своим грандиозным электоральным зондажам. Так, в 1916 г. журнал опросил своих подписчиков из пяти штатов, чтобы определить, кто имел больше шансов победить в начинавшейся президентской кампании. В 1920 г. было разослано 11 млн бюллетеней с целью изучения отношения электората к потенциальным кандидатам на пост президента страны. В 1924 г. было отправлено 16,5 млн карточек, через четыре года — 18 млн.

Каждый раз «Digest» верно называл имя будущего президента» [Докторов Б. З., 2008. С. 389–390].

Постепенно характер электорального поведения менялся, что ставило под вопрос перспективы чисто журналистских исследований. «В конце XIX в. крупнейший специалист в области общественного мнения Дж. Брайс писал о том, что основная масса избирателей в Америке не отличается так разительно от своих политических руководителей, как в Европе, где это отличие выражается не только в уровне образования и информированности, но и в некоем благоговении перед «лидерами». Брайс приходит к выводу, что «в более демократической по духу стране» и само общественное мнение, и интерес к нему носят иной характер, чем в странах с пережитками старых аристократических традиций. Важным обстоятельством было и то, что избирательное право появилось в Америке раньше и осуществлялось в большем объеме, чем в Европе» [Петровская М. М., 1982. С. 36–37].

На рубеже веков активно развивается второй «источник» электоральной социологии — разнообразные экономические исследования (в первую очередь в области маркетинга и финансового прогнозирования). Так, банкир Ю. Мейер в 1900 г. строил свою биржевую игру с учетом прогнозов исхода президентских выборов. На основании собственного анализа Мейер пришел к выводу о переизбрании президента У. Маккинли и соответственно выстроил стратегию своего поведения на рынке ценных бумаг [См.: Докторов Б. З., 2008. С. 376]. П. Черингтон указывал на сходство между выбором потребителями на рынке товаров и услуг и выборами как элементом политической жизни Америки. В исследованиях электората он не просто использовал те же измерительные приемы, что и при изучении потребителя. Фактически он продолжал изучать потребителя, но потребителя особого вида продукции —

политических программ и тех, кто их олицетворял («Потребитель знакомится с рекламой», 1928) [См.: Докторов Б. З., 2008. С. 295–296].

Э. Хурья также использовал приемы исследования рынка акций для прогнозирования итогов электоральных кампаний. Пост консультанта руководителя избирательной кампании Ф. Рузвельта Дж. Фарли позволил применить эти наработки на практике. «На протяжении ряда лет никто не мог понять, каким образом Демократическая партия так точно прогнозировала итоги голосований. Но в 1935 г. Фарли открыл общественности это «секретное оружие», журналисты узнали о методике Хурьи, и он сразу же стал ключевой фигурой национальной политики <...>. В микромодели населения страны, сконструированной Хурьей, учитывались географическое положение и тип поселения, пол респондентов, характер их занятости, принадлежность к определенной конфессии и т. д. Данные всех опросов перевзвешивались на основе квотного принципа. Но главным оружием Хурьи стал анализ направлений и скорости развития мнений; он считал, что изучение трендов — эффективный инструмент аналитика. Отдельной задачей было изучение прессы; по оценкам Хурьи, в то время в стране существовало почти 13 тысяч ежедневных и еженедельных изданий. Для анализа он отобрал 174 газеты, имевшие общенациональную циркуляцию» [Докторов Б. З., 2008. С. 410–411].

Наибольшую популярность на ниве прогнозов результатов выборов приобрел Дж. Гэллап, разработавший во время «инкубационного периода» оригинальную технологию. Им был приобретен опыт опроса избирателей и построения электорального прогноза, осмыслена американская электоральная статистика, разработан и реализован механизм финансирования опросов, определивший независимый характер деятельности Гэллапа, создана система сбора и анализа данных и распространения результатов опросов. Первым практическим опытом стала помощь собственной теще Виоле (Оле) Миллер, баллотирующейся на пост секретаря штата Айова в 1932 г. Опрос проводился студентами Гэллапа, и полученные результаты помогли Оле Миллер выработать стратегию избирательной кампании. В 1934 г., во время выборов в конгресс, Гэллап на основании статистики прежних голосований и публиковавшихся результатов «соломенных опросов» сделал свой прогноз, ошибка которого составила 1% [См.: Докторов Б. З., 2008. С. 372–373].

Основой для изменения отношения к «соломенным опросам» послужили исследования К. Робинсона («Соломенные опросы: исследование политического прогноза», 1932), который был приглашен в 1935 г. Гэллапом в открытый им институт [См.: Докторов Б. З., 2008. С. 451].

20 октября 1935 г. Институт Гэллапа выпустил сообщение по итогам первого опроса, состоявшегося 10–15 сентября 1935 г. Ю. Мейер заплатил за эксплуатацию небольшого дирижабля, курсировавшего над Вашингтоном и рекламировавшего начало общенациональных опросов общественного мнения. В пресс-релизе анализировались мнения американцев по поводу извеч-

ной проблемы — целесообразности государственных расходов. Газеты разместили эти материалы на первых полосах; приводились не только данные опроса в целом, но и позиции отдельных групп респондентов. В некоторых публикациях давалось описание технологии сбора информации: личные интервью по выборке, репрезентировавшей американский электорат. Сообщалось, что краткие отчеты о результатах зондажей будут публиковаться еженедельно. Во многих газетах страны появилась гэллаповская колонка «Говорит Америка».

В ноябре зондировались позиции электората Кентукки (выборы губернатора) и Нью-Йорка (выборы в законодательное собрание). Победы кандидатов от демократов были предсказаны с ошибкой в 2% и 4% соответственно.

11 ноября 1935 г. «Time» отмечал, что, по данным института Гэллапа, популярность Рузвельта очень низка; скорее всего, это было первое упоминание об Американском институте изучения общественного мнения в этом журнале.

Выборы президента 1936 г. превратились в соперничество общенационального «соломенного опроса», проводимого журналом «The Literary Digest», с выборочным опросом Дж. Гэллапа.

Последний определил ошибки оппонентов, проведя пилотажный почтовый опрос (было разослано 3000 почтовых карточек), что вызвало отповедь со стороны редактора журнала У. Фанка, возмущенного критикой давно испытанных методов [См.: Докторов Б. З., 2008. С. 375–376].

По результатам основных опросов ошиблись обе стороны. «В количественном отношении результаты, предсказанные Гэллапом, — 56% голосов за Рузвельта и 44% за Лэндона — нельзя признать точными. В действительности победитель получил 62,5% голосов. Гэллап приводил результаты голосования в процентах от числа избирателей, отдавших свои голоса исключительно двум главным кандидатам. Официальная статистика исходила, естественно, из суммарного числа избирателей, и, поскольку 2,7% голосов было отдано другим кандидатам, официальные данные свидетельствуют о несколько меньшей поддержке Ф. Рузвельта — 60,8%. Но, во-первых, результат Гэллапа был «на верной стороне», и, во-вторых, его ошибка равнялась 6,8%, тогда как исследователи «The Digest» отклонились в три раза дальше (20%). Также верными были прогнозы А. Кроссли — 54% и Э. Роупера — 62% в пользу Рузвельта.

Успех Гэллапа и все события, происходившие вокруг выборов, сделали его фигурой общенационального масштаба. Его имя стало широко известно. Но существенно — другое. Успешное прогнозирование результатов выборов тремя представителями нового направления — выборочных опросов — доказало огромные возможности этого научного подхода к изучению электората. Появились возможности для углубленного анализа и принципиального изменения практики социологических опросов населения» [Докторов Б. З., 2008. С. 379].

1948 г. явился своего рода пробным камнем для всего «бизнеса опросов» в целом. Именно во время президентской избирательной кампании все общенациональные фирмы допустили ошибку, «предсказав» победу Т. Дьюи, а не Г. Трумэна. В некотором роде ситуация была парадоксальной, так как процент неточности в оценке голосов, поданных за каждого кандидата, был значительно ниже, чем в 1936 г.

Однако «срыв» не смог затормозить последующего развития института опросов. Одним из последствий происшедшего было дальнейшее совершенствование техники проведения опросов. Американский совет по исследованиям в области социальных наук провел в течение года специальное изучение существующих методик и пришел к выводу, что организации, проводящие опросы, должны более тщательно составлять выборку, а также усовершенствовать технику интервью. Кроме того, в его выводах содержалась рекомендация проводить последние опросы в периоды предвыборных кампаний как можно ближе ко дню выборов. Положительным моментом, по мнению организаторов опросов, было и то, что в результате «провала» 1948 г. опросы стали рассматриваться не столько как «инструмент предсказаний» в период избирательных кампаний, а скорее как инструмент регулярной констатации состояния общественного мнения по широкому кругу проблем [См.: Петровская М. М., 1982. С. 46–47].

Успехи и ошибки Гэллапа дали толчок для совершенствования опросных методик, в том числе и для развития электоральной социологии. По мнению Б. З. Докторова, к «постгэллаповским» относятся технологии, характеризующиеся следующими критериальными свойствами: 1) они — моложе гэллаповских, являются их развитием и направлены на решение тех задач, которые не в полной мере решаемы в рамках опросных технологий гэллаповского этапа; 2) они — научные, то есть в них учитываются принципы и достижения метрологии — науки о конструировании инструментов измерения, а также рекомендации и обобщения, накопленные полстерами за десятилетия использования технологий гэллаповского этапа; 3) постгэллаповские опросные технологии как измерительные цепи описываются иными функциями, нежели технологии гэллаповского этапа; причем речь идет и о новых функциональных зависимостях, и о новых переменных, или параметрах, участвующих в представлении этих функциональных зависимостей, и о новых областях задания этих функций; 4) последний атрибут (критерий) опросных технологий постгэллаповского этапа требует пояснений, ибо он сформулирован на языке, в настоящее время используемом лишь в работах по методологии социологических измерений. Здесь исходным является утверждение, что опрос как метод измерения установок описывается, точнее — может быть описан, метрологическими уравнениями, то есть серией, или последовательностью, функций, в которых выходными переменными (функциями) являются показатели надежности измерения (точность и правильность), а входными

переменными (аргументами) — важнейшие черты самой измерительной цепи [См.: Докторов Б. З., 2008. С. 557–558].

Прикладная социологии быстро институционализируется. В 1947 г. была создана Американская ассоциация исследователей в области общественного мнения. В 1957 г. в штате Массачусетс при Вильямском колледже была учреждена библиотека для хранения материалов, связанных с опросами, — Роуперовский научно-исследовательский центр по проблемам общественного мнения. В 1967 г. основан Национальный совет по открытым опросам.

В 1963 г. появился конкурент Института Гэллапа «Луис Харрис энд асошиэйтс», проводившей общенациональные опросы, результаты которых публиковались дважды в неделю более чем 250 газетами.

Впрочем, электоральные исследования можно сравнить с «розочкой на торте». Как отмечала М. М. Петровская, «упоминавшиеся политические опросы — лишь видимая часть айсберга исследований общественного мнения, большая часть которых проводится для частного бизнеса. Американские крупные компании тратят миллионы долларов в год для исследований рынка и изучения вкусов потребителей.

Хотя Дж. Гэллап и Л. Харрис более всего известны в связи с теми опросами, которые они публикуют в многочисленных газетах, эти опросы составляют всего лишь малую, хотя и наиболее известную часть их деятельности. Основная доля их доходов поступает от частных клиентов из экономической сферы» [Петровская М. М., 1982. С. 51].

Теперь перейдем к специфике социологического сопровождения избирательных кампаний. Как отмечает Р. Мерфин, «кампании обычно понимаются как биполярные, то есть как двустороннее соперничество между двумя ведущими политическими партиями, между выдвинутыми ими кандидатами или между двумя конкурирующими группами интересов; это верно и в случае, когда имеются две несовпадающие точки зрения по содержанию принимаемого закона или поправки к нему (группы, поддерживающие различные точки зрения по содержанию будущего закона, и будем называть группами интересов). Соперничество более чем двух точек зрения или кандидатов встречается в периоды «первичных выборов» («праймериз» — кампаний по выдвижению кандидатов от каждой из двух основных партий), а также в довольно редком случае, когда в борьбу вступает кандидат от третьей партии. Нашим европейским коллегам привычнее иметь дело с многопартийным соперничеством, и их советы относительно стратегии должны звучать весьма весомо для тех, кто живет в условиях многопартийной системы или готовится перейти к таковой. Это, однако, не значит, что исследовательские методы, о которых ниже пойдет речь, пригодны только для случаев двухпартийного соперничества. Мы с успехом применяли их в ситуациях многопартийного соперничества в Латинской Америке: основные принципы исследования склонностей избирателей остаются теми же самыми» [Мерфин Р., 1991. С. 127].

Особенности использования методического инструментария конца XX в.:

1) Модель, которую используют при обследовании общественного мнения многие американские консультанты, значительно отличается от используемой социологами. Конечная цель опросов общественного мнения заключается в составлении точной картины установок и мнений людей на момент проведения опроса. Это верно как для «чистой» социологии, так и для «прикладного» ведения политической кампании. Но в последнем случае исследование должно пойти дальше простого описания наличных установок и мнений и попытаться выявить еще и вероятные реакции избирателей на некоторое число источников информации (на кандидатов, политические партии, СМИ и др.), которые им предстоит воспринимать в течение кампании.

2) Анализ результатов прошлых выборов важен, поскольку, как показывает опыт, при прочих равных условиях (хотя часто они не равны вовсе) члены демократической партии обычно голосуют за демократов, а республиканской — за республиканцев. К счастью для нашей системы, у нас очень много независимых избирателей, которые не принадлежат ни к одной партии и которые изменяют свои предпочтения от выборов к выборам. Таким образом, ни одна партия обычно не имеет гарантированного большинства. В довершение всего американская система не требует участия в голосовании всех имеющих право голоса.

3) Однопеременный демографический анализ представляет собой анализ демографической типологии избирателей, живущих в данном электоральном регионе. Отдельные демографические переменные: пол, возраст, расовая принадлежность, уровень дохода, образование — иногда значительно влияют на принимаемые избирателем решения.

4) Многопеременный геодемографический (кластерный) анализ переводит демографическое исследование на следующий уровень. Солидные полевые исследования последних лет в США показали, что, производя регрессию демографических переменных, применяя факторный анализ, а затем, группируя результаты в «кластеры», можно определить целый ряд различных типов потребителей. Выделяют до 40 типов классифицируемых по «жизненному стилю» категорий, и каждое из 260 тыс. насчитываемых в США соседских сообществ получило в рамках этой типологии свое, соответствующее его демографическим характеристикам определение.

5) Интервьюирование репрезентативных групп позволяет подойти к уяснению избирательных восприятий в более субъективном аспекте (фокус-группы в 10–12 участников).

6) Репрезентативные группы для электронного интервью те же по составу (регистрация ответов «нравится — не нравится» и «интенсивность переживания»).

7) Мониторинг общественного мнения множит одномоментный опрос, продлевая его на несколько дней. 200–300 ежедневных интервью соединяются

в трехдневные блоки. Представляемые затем в графическом виде, они показывают руководителю кампании, как меняются реакции людей с изменениями, вносимыми в стратегию кампании, с внесением коррективов в лозунги, а также в связи с усилиями оппонентов контролировать коммуникативный процесс.

8) Поверхностное моделирование переводит двухмерную концепцию мониторинга в трехмерный конструкт. Свое отношение ко всякой проблеме, затрагиваемой в ходе политической кампании, избиратели рассматривают как более или как менее значимое для выработки собственной позиции, а стало быть, и намерения (это и есть третье измерение) в вопросе о том, как голосовать. Соответствующая этому форма представления данных обеспечивает руководителя кампании информацией не только о намерениях избирателей, но и о том, насколько близко к сердцу они принимают проблемы, затрагиваемые в ходе кампании, и/или считают ли они, в конечном счете, эти проблемы вообще значимыми.

9) Теория катастроф, находящаяся пока в экспериментальной стадии, сообщает при этом предмету дискуссии четвертое и более высокие измерения. Некоторые могут находиться в нейтральной, ровной области «поверхности поведения» от первого до последнего дня кампании и принять решение лишь в самый момент заполнения бюллетеня. Другие же могут «двигаться» (на модели) по указанной части «поверхности поведения» к срединному временному пункту кампании и тут внезапно решить, как голосовать, — за много дней или недель до дня выборов. В модели они «скатываются» с «поверхности поведения». Такая биполярность поведения избирателей имеет некоторые черты сходства с моделями, используемыми в анализе катастрофы [См.: Мерфин Р., 1991. С. 127–129].

Институт Гэллапа провел накануне выборов 1988 г. широкое комплексное исследование американского электората, с тем чтобы выявить мотивировки, заставляющие граждан принимать участие в выборах. В результате этого исследования было обозначено десять подразделений избирателей.

Среди избирателей-республиканцев были выделены две группы: 1) «предприниматели» («enterprisiers») — 12% электората — с высоким уровнем доходов и образования, отстаивающие интересы частного предпринимательства, выступающие против государственного регулирования; 2) «моралисты» («moralists») — 12% — это избиратели со средним уровнем жизни, среднего возраста, консервативных настроений.

В составе «независимых» были выделены четыре группы: 1) «идущие в ногу с жизнью» («upbeats») — 10% — это молодые оптимисты, патриоты, их волнуют проблемы дефицита государственного бюджета; 2) «недовольные» («disaffecteds») — 10% — избиратели среднего возраста, пессимистически настроенные, отчужденные, выступают против правительства и бизнеса, за военную мощь страны; 3) «последователи» («followers») — 7% — молодые люди с низким интересом к политике и низкой верой в Америку, озабочен-



ные проблемами безработицы; 4) «секуляристы» («seculars») — 9% — избиратели среднего возраста, образованные, без религиозных верований, выступают за свободу личности, им чужды милитаристские взгляды.

Среди демократов также были выделены четыре группы: 1) «демократы 60-х годов» («60-s democrats») — 10% — представляют высшие слои среднего класса, выступают традиционно за гражданские права, мир, сохранение окружающей среды; 2) сторонники «нового курса» («new dealers») — 14% — пожилые избиратели со средними доходами, религиозны, члены профсоюзов с проправительственными настроениями; 3) «бедняки, твердые сторонники партии» («partisan poor») — 9% — выступают за увеличение затрат на социальные нужды, против налоговых реформ; 4) «пассивные бедняки» («passive poor») — 1% — пожилые избиратели с верой в американские институты, выступают за затраты на социальные нужды, настроены антикоммунистически.

Характеристики каждой из этих групп свидетельствуют о том, что та часть электората, которая потенциально голосует за республиканцев, — это более богатые и образованные избиратели, придерживающиеся консервативных взглядов, настроенные в защиту интересов бизнеса, против увеличения налогов ради сокращения дефицита госбюджета, за высокие расходы на оборону. Избиратели — сторонники демократов — это в основном люди с меньшим уровнем доходов, многие издавна связанные с движением за гражданские права и охрану окружающей среды, выступающие за мир, за увеличение затрат на социальные нужды.

В группах «независимых» немало американцев (молодых и среднего возраста), настроенных и против правительства, и против большого бизнеса. Их волнуют проблемы безработицы и дефицита госбюджета, но мало заботят политические проблемы. Часть из них придерживается промилитаристских взглядов, тогда как другая часть выступает против увеличения расходов на военные цели.

Политологи выделяют в составе электората «новые группы», которые потенциально также могут влиять на исход выборов: это работающие женщины; граждане, родившиеся в период «детского бума»; «йаппис» («yuppies») — молодые городские профессионалы, «баппис» — черные городские профессионалы; наконец, «новые воротнички» — работники сферы услуг. Эти группы, по существу, «идеологически нейтральны» и могут склоняться как в одну, так и в другую сторону [См.: Бойко К. Г., 1992. С. 9–10].

Методы работы политических партий с американским электоратом существенным образом отличаются от тех, которые практиковались в XIX — первой половине XX в. «Однако суть не изменилась: главной задачей по-прежнему является рекрутирование электората на поддержку той или иной партии на выборах. А поскольку исключительно демократические выборы являются основой формирования органов государственной и местной власти, то именно это обстоятельство предопределяет формы и методы общения по-

литических лидеров со своими потенциальными избирателями. Последних надо в буквальном смысле привлечь на свою сторону. Электоральная политика партий давно уже превратилась в науку, развивающуюся на стыке политологии и социологии. По мере развития и усложнения общественных процессов, диверсификации интересов различных социальных групп и подгрупп «гонка за голосами» превращается уже даже не столько в науку, сколько в изошренное искусство. При этом все чаще звучат голоса о «закате» американских партий, «кризисе» двухпартийной системы США, «разочаровании» электората и его «ускользании» из-под влияния традиционного политического истеблишмента. Все меньше людей верят в то, что их голосование оказывает или окажет какое-то существенное воздействие на правительство. С другой стороны, все меньше лиц берут на себя труд проследить за ходом избирательных кампаний — избиратель становится в своей массе менее политически информированным и менее склонным голосовать. Он становится политически ленивым. Поэтому такой избиратель выпадает из политического процесса на индивидуальном уровне. Прежние же политические и партийные привязанности ослабевают.

В определенной мере подобного рода алармистские утверждения (а алармизм вообще характерен для американского общества), рассеянные по американской политологической литературе, имеют право на существование. Впрочем, никакой другой сущностной альтернативы в рамках существующей системы пока тоже не просматривается. И связка «партии — электорат» остается краеугольным камнем политической системы страны. И если утверждение «партии уже далеко не те, что раньше» абсолютно верно, то лишь в той мере, в какой верно и другое — «но и американский электорат уже далеко не тот» [Бовт Г. Г., 1995. С. 4].

И в этом соперничестве роль СМИ невозможно переоценить. «Логика предвыборной борьбы и ее содержание определяются текущими новостями. Чем больше соответствия между содержанием новостей и предвыборных материалов — тем сильнее эффект последних. Новости создают определенную призму, через которую избиратели рассматривают затем предвыборные материалы. Однако может создаться ситуация когда последние начинают формировать новости. Например, язык, стиль, аргументы одной партии становятся доминирующими в программах новостей. По сути дела, программы новостей становятся частью предвыборной агитации той или иной партии. Избежать этого практически невозможно. Все попытки «справедливо» распределить время на телевидении и радио между разными кандидатами могут лишь уменьшить «несправедливость», однако не ликвидировать ее полностью. Джордж Буш, например, получил в 1988 г. значительно большее количество времени по сравнению с Майклом Дукакисом в программах новостей. Что же касается 1992 г., то, по мнению многих наблюдателей, mass media была настроена против Буша, что во многом и предопределило его поражение» [Бовт Г. Г., 1993. С. 23].

С доминированием тандема «правлящие политические партии — крупнейшие СМИ» связан и новый «сбой», произошедший на рубеже тысячелетий. Открытые общенациональные опросы по различным предвыборным темам активно проводили около 30 опросных фирм. Они направляли в СМИ и размещали на страницах Интернета огромный объем информации оперативно, а часто и в режиме реального времени. В периоды между выборами респондентов просят оценить работу Президента, Конгресса, потенциал политических партий, дать оценку положению страны, экономики, выделить наиболее важные проблемы общества, оценить, в правильном ли направлении движется страна, охарактеризовать свое собственное положение и т. д. По этим опросам накоплена огромная и доступная для исследователей база данных, позволяющая отслеживать тенденции и повороты в умонастроениях людей. Претенденты на участие в президентской гонке используют ее для определения своих стартовых позиций и формирования имиджа.

В период проведения избирательной кампании количество опросов сильно увеличивается, и предвыборная тематика выходит на первый план. Как только появляются первые участники президентской гонки, начинается опросная работа по выявлению рейтингов претендентов, оценке их политических качеств. Опрашиваемых просят дать свой прогноз относительно того, кто станет кандидатами от партий, кто победит на выборах. С началом первичных выборов эта работа становится особенно напряженной.

В ходе кампании фирмы проводили хорошо знакомый американцам открытый опрос по формуле: «За кого вы проголосовали бы, если бы выборы состоялись сегодня?» («пробные заезды»). К таким опросам при отсутствии явного лидера в президентской гонке 2000 г. было привлечено повышенное внимание. Только с августа по 6 ноября по поводу пар Буш-Чейни, Гор-Либерман службы опросов провели и опубликовали на страницах «Поллинг рипорт» в Интернете результаты около 300 обследований [См.: Долгополова Н. А., 2001. С. 129–130].

«С начала 1990-х годов проведение таких опросов находится в ведении Электоральной службы новостей (ЭСН), которая представляет собой пул корпораций «Эй-би-си ньюз», «Ассошиэтед пресс», «Си-би-эс ньюз», «Си-эн-эн», «ФОКС ньюз» и «Эн-би-си ньюз». Сама ЭСН располагает небольшим штатом (около 30 сотрудников), но в период избирательной кампании она нанимает большое количество внештатных сотрудников для проведения опросов в выборке участков.

Монополия ЭСН давно является предметом критики в США. Указывали на то, что при отсутствии конкуренции вероятны ошибки. «Если в дальнейшем не будут проводиться другие национальные опросы на выходе, СМИ окажутся в уязвимом положении...», — писали в 1994 г. известные специалисты в области опросов Гоуайзер и Уитт. Заметим, что эта дискуссия не выходила за пределы профессионального круга экспертов по опросам и журналистов, а ЭСН была мало известна населению. К тому же прогнозы на основе

«опросов на выходе» славились своей точностью. Однако в 2000 г. во Флориде этот, казалось бы, отлаженный механизм заработал со сбоями, которые и предрекали критики. Первый сбой произошел около 20 час. по восточному поясному времени 7 ноября в штате Флорида. Избирательные участки закрывались в той части штата, которая входит в этот часовой пояс, но еще должны были работать один час в западной оконечности штата, которая входит в Центральный временной пояс. Главные телеканалы объявили о том, что побеждает Гор и получает решающие 25 голосов выборщиков. Позднее выяснилось, что результаты реального голосования расходятся с расчетами ЭСН, а голоса, полученные кандидатами, имеют очень малое численное расхождение. Телеведущие «Си-эн-эн», а затем и другие телеканалы дезавуировали свои сообщения. (Позднее, 16 ноября, председатель подкомитета по телекоммуникациям Палаты представителей Конгресса США республиканец Б. Таузин, ссылаясь на этот эпизод, обвинил телеканалы в вольной или невольной предвзятости и обещал, что в Конгрессе 107-го созыва «этот вопрос может стать предметом слушаний в его подкомитете».)

Второй сбой случился ночью, уже после окончания выборов во Флориде. Телеканалы, один за другим, объявили победителем Буша. Появившиеся позднее результаты, как известно, показали такое малое расхождение в голосах, поданных за Буша и Гора, что по законам штата потребовался пересчет голосов. Это повлекло известные разбирательства, сильно отодвинувшие выявление победителя. Делались попытки найти виновных, причем часто обвиняли ЭСН и телеканалы. Оконфузившиеся организации были вынуждены обещать провести служебные расследования случившегося» [Долгополова Н. А., 2001. С. 131–132].

Причем некоторые неспециалисты четко понимали суть происходящего. Так, в самый разгар флоридских пересчетов в газете «Интернэшнл геральд трибьюн» появилось письмо Дж. Чакмена из штата Мэн: «В ходе выборов оказались посрамленными все политические мудрецы и эксперты. Результат этих выборов ни в коей мере не связан с феноменом разделенной пополам нации. Они скорее отражают тот факт, что наши политические институты безнадежно устарели и невосприимчивы к нашим чаяниям. Наша двухпартийная система не служит людям, поскольку предложила нам двух нежелательных кандидатов. Нам предложили «Хоппер» и «Бигмак», хотя многие из нас терпеть не могут гамбургеров. И по мере того, как оба кандидата смещались к центру, аналогия с гамбургерами становилась все более заметной. Незавидный выбор. Да, были и другие кандидаты, но технические барьеры против подлинной конкуренции практически непреодолимы: надо попасть в избирательные бюллетени, участвовать в президентских дебатах, не говоря уже о нищенском финансировании. Кроме того, результаты этих выборов не дают действенных уроков для гражданского общества. Случившееся явилось прямым следствием существования уходящего своими корнями в XVIII в. института коллегии выборщиков, который следовало отменить давным-

давно. Этот институт лишил многих людей права голоса и заставил весь мир смеяться над нашей глупостью. Так над кем же они смеялись? Они смеялись над нами, неустанно поучающими весь мир, каким демократическим он должен быть» [Цит. по: Федеральные выборы 2000 г. в США, 2001. С. 119–120].

Ставшая образцом для всего мира политическая система показала свое несовершенство. «Журнал «Тайм» назвал их «самыми неистовыми (бурными, буйными, дикими, беспорядочными — the wildest) выборами в истории», поместив это определение на обложке, под портретом Джорджа Буша младшего, который, в свою очередь, красуется на фоне злополучного «бюллетеня-бабочки». Какими бы «самыми» они ни были, можно полагать, что эти выборы еще не единожды аукнутся своими последствиями в политической жизни США, а уж в том, что станут предметом многих научных и публицистических сочинений, сомневаться и вовсе не приходится» [Федеральные выборы 2000 г. в США, 2001. С. 120].

**Франция.** Французская электоральная социология одновременно развивалась и под влиянием социологии североамериканской (в свете перестройки западноевропейской науки в рамках плана Дж. Маршалла), и в условиях сохранения и развития национальной научной традиции.

«Во Франции первый институт зондирования, Французский институт общественного мнения, был создан в 1938 г. Пришлось дожидаться середины шестидесятых, чтобы зондирование полноправно вошло во французскую политическую жизнь. Можно ли объяснить это относительное отсутствие интереса к нему прессы и политических кругов этого периода? Есть тому свидетельство: в 1947 г. Агентство Франс Пресс и Французский институт общественного мнения подписали договор, который предполагал осуществление этим институтом опросов, регулярно информирующих по проблемам текущего момента. Однако двумя годами позже контракт был расторгнут: газеты, подписчики АФП не находили никакого интереса в публикации результатов опроса» [Блондье Л., 1993. С. 36].

Регулярные предвыборные опросы начали проводиться с 1962 г. Взлет опросов общественного мнения приходится на первые президентские выборы путем всеобщего прямого голосования (1965 г.). Накануне первого тура никто не сомневался в победе Ш. де Голля. Тем не менее «Франс-Суар» публикует результаты опроса Французского института общественного мнения, говорящего, что претендент с 43% голосов будет вынужден баллотироваться второй раз. Это предвосхищение было полностью подтверждено результатами выборов.

Отношение к опросам резко изменилось, они стали востребованными (в 1980 г. пресса опубликовала 370 результатов опросов, в 1989 г. — уже 714) [См.: Блондье Л., 1993. С. 35–37].

Соотношение экономики и политики в деятельности основных опросных служб сходно с ситуацией, сложившейся в США. «Несмотря на то, что анкеты общественного мнения (политические, экономические и социальные) и

тем более строго политические приносят ведущим институтам популярность, эта деятельность составляет лишь незначительную долю их оборота: между 12 и 30% в 1985 г., остальная часть идет от изучения рынка. Каждые значительные выборы способствуют появлению особых инструментов, которые присоединяются к традиционным «барометрам», кривым популярности и анкетам текущих вопросов политики.

Перед выборами зондирование намерений голосования не улавливает непосредственных мнений людей, а только их склонность. И ошибочно оставлять за ними предопределяющий характер: они регистрируют намерение голосования в данный момент времени, не имея возможности предсказать внутреннюю динамику окончательного выбора избирателя. Зондирование проголосовавших, позаимствованное Французским институтом общественного мнения в Соединенных Штатах во время муниципальных выборов 1983 г., происходит в день выборов и учитывает только реально проголосовавших людей. Его преимущество: при довольно низких затратах можно проводить более значительную выборку (от 4000 до 5000 человек). Вечером в день выборов, в 20 часов, оглашаются прикидки, которые ошибочно приписывают исследованию общественного мнения. Внедренные во Францию в 1965 г. прикидки основываются на действительных результатах, а не на замыслах избирателей и берут за основу выборку, составленную на избирательном участке.

Иногда на следующий день после выборов опросы общественного мнения оказываются на скамье подсудимых. «Ватерлоо опросов» озаглавила газета «Ле Монд» свою передовицу после выборов в марте 1977 г. Их преступление: неспособность предвидеть с точностью некоторые из ключевых результатов выборов. Регулярно, вслед за шумными провалами, как это было в 1970 г. в Великобритании или на законодательных выборах во Франции в 1978 г., такого рода критика вновь появляется в прессе, не учитывая границы инструмента, который, как всякая техника, имеет свои перебои» [Блондье Л., 1993. С. 40–41].

Изменения последней минуты и мера дифференцированного неучастия — главные сложности, с которыми сталкиваются институты общественного мнения накануне каждых выборов. К этому добавляется еще одна трудность: отказ некоторых людей открыть свои намерения перед голосованием в пользу «крайних» партий. Долгое время это относилось к коммунистической партии, сегодня это касается Национального фронта [См.: Блондье Л., 1993. С. 41].

По мнению французских специалистов, России и Франции присуще немало общих черт. К их числу относятся, в частности, рост абсентеизма и протестного голосования, а также несбалансированность политического спроса и предложения. В целом электорат делится на три основные группы, на которые и пытаются воздействовать политические силы в период предвыборных кампаний. Первая группа электората имеет постоянные политические симпа-



тии, и часто ее члены являются сторонниками определенного блока или партии (примерно треть избирателей). У этих избирателей наиболее четко прослеживается связь между мировоззрением и поведением на выборах и наиболее развито политическое сознание. Вторая группа голосует исходя из своих осознанных интересов. На этих избирателей основное влияние оказывают конкретная политическая деятельность президента и правительства и социальные ожидания, сформированные за длительный исторический период. Это, по сути, неполитизированная часть электората. Третья часть электората делает выбор в последний момент. Она более подвержена психологическому давлению со стороны средств массовой информации или иных более-менее постоянных или случайных величин. Избиратели этой группы чаще голосуют исходя из иррациональных мотивов. Количественно она может включить в себя до четверти избирателей. При росте социальной напряженности, вызванной различными причинами (увеличением безработицы и миграции и другими), третья и частично вторая рассмотренные группы избирателей формируют избирательные корпуса крайних политических течений [См.: Коломыц Д. М., 1995. С.11–12].

Теперь обратимся к так называемому «**постсоциалистическому**» и «**постсоветскому**» пространствам. Первое время после «бархатных революций» и распада СССР наблюдался «пиетет» перед новыми для «второго мира» альтернативными конкурентными выборами. Так, сотрудник Ленинградского обкома КПСС С. В. Кузнецов относительно выборов в Народную палату и местные органы власти ГДР (весна 1990 г.) удивлялся, «почему после сорокалетнего, более или менее благополучного социалистического периода убедительно и совершенно неожиданно даже для серьезных аналитиков одержали победу не правопреемники правящей партии (ПДС), а блок «альянс за Германию», — в составе партий Христианско-демократический союз (ХДС), Немецкий социальный союз (НСС) и Демократический прорыв (ДП), — выступивший под флагом реставрации исторического прошлого и отвергнувший идею социалистического обновления <...>. Социалистически ориентированным силам, и прежде всего ПДС и СДПГ, не удалось выдвинуть в своих выборных программах достаточно понятные и убедительные доводы, чтобы склонить большинство населения на свою сторону» [Кузнецов С. В., 1991. С. 107–108].

Исполняющий обязанности директора Центра социологических исследований АН Грузии Р. Г. Гачечиладзе отмечал в 1991 г., что в Грузии «многопартийные выборы проводились впервые, и вообще представление о многопартийности в сознании людей фактически утверждалось в процессе предвыборной борьбы, поэтому многое было в новинку. Не случайно лишь 11% опрошенных посчитали главной мотивацией при выборе кандидата партийную принадлежность. Не вызвано ли это тем, что для многих она ассоциировалась только с принадлежностью к КПСС?» [Гачечиладзе Р. Г., 1991. С. 60–61].



Но вскоре время «удивления» прошло, его сменило «возмущение» тем обстоятельством, что избирательные процессы плохо укладываются в рамки западных либерально-демократических требований.

А. П. Вардомацкий, описывая выборы первого президента *Белоруссии*, привел результаты опроса, проведенного возглавляемой им Лаборатории аксиометрических исследований «НОВАК» (метод индивидуального интервью по месту жительства, построенная по рандомизированно-квотному принципу выборка объемом примерно в 1 тыс. респондентов репрезентировала имеющее право голоса население, было сделано три замера рейтингов кандидатов).

Как отмечал исследователь, «приведенные данные позволяют говорить о том, что на момент второго тура выборов А. Лукашенко обрел качества харизматического лидера (более 80% проголосовало за него). По крайней мере, в статистическом смысле этого слова. Аналогичный уровень набирал, пожалуй, лишь Б. Ельцин в период своей наибольшей политической популярности» [Вардомацкий А. П., 1995. С. 49].

А по поводу итогов референдума 14 мая 1995 г. (русский язык как второй государственный, изменение символики государства, курс на экономическую интеграцию с Россией, право президента на роспуск парламента) В. С. Охрименко заявила, что «результаты голосования наглядно продемонстрировали устремленность белорусов назад — в советскую эпоху. Широко рекламируемая, в том числе и самим президентом Лукашенко, «белорусская стабильность» оказалась на деле обычным консерватизмом, питаемым страхом любых перемен» [Охрименко В. С., 1997. С. 84].

Сходные оценки даются развитию избирательного процесса в *Казахстане*. Директор Независимого института изучения общественного мнения (Алма-Ата) Л. Я. Гуревич в 1995 г., когда проходили парламентские выборы и два референдума (о продлении полномочий президента Назарбаева до 2000 г. и принятии новой Конституции), по заказу Международного фонда избирательных систем провел исследование на базе 1500 личных интервью по общенациональной репрезентативной выборке респондентов старше 18 лет в 108 точках опроса. Исследование охватывало широкий круг вопросов, относящихся как к непосредственным проявлениям электорального поведения, так и к факторам, его формирующим [См.: Гуревич Л. Я., 1996. С. 64].

Почти 2/3 опрошенных ассоциировали с демократией права и достоинства личности, гражданские свободы и правовое государство. Понимание демократии в сугубо советском духе, то есть как уверенность в завтрашнем дне, высокий материальный уровень жизни, было характерно для небольшого числа респондентов. Недовольство экономической ситуацией не катализирует у казахстанцев тяги к сильной руке (исключение составляют самые бедные слои). В то же время удовлетворенность достигнутым уровнем демократического развития находится в прямой зависимости с готовностью к ограниче-

нию демократии. Базу для авторитаристских тенденций составляют преимущественно не «политические маргиналы», а вполне лояльные граждане.

И если в России под ограничением прав и свобод или установлением диктатуры была бы понята замена «не оправдавшей себя» власти демократов «сильной рукой», то в Казахстане ограничение демократических прав и свобод воспринимается скорее как укрепление существующего политического режима. Из тех, кто не голосовал на выборах в Верховный Совет, 2/3 не приемлют ограничение демократии. Среди тех, кто участвовал в выборах, таких менее половины. Этим объясняется та довольно интересная тенденция, когда с ростом «демократической убежденности» падает избирательная активность [См.: Гуревич Л. Я., 1996. С. 67–68].

В 1998 г. директор Института Гиллера И. О. Малькова, опирающаяся на результаты телефонного опроса, утверждала, что «оппозиция заметна в основном только в Алматы, политическая борьба ведется под ковром, зубастых конкурентов, рвущихся к власти, как в России, у нас не заметно, так что народу выбирать особо не из кого.

Но если Родина-мать позовет, наш послушный электорат, во всяком случае, в большинстве своем к урнам двинется. Такую готовность в том случае, если бы выборы президента состоялись завтра, высказали 60,9% горожан (обращаю внимание на то, что опрос проходил только в областных центрах, в глубинке и особенно в селах электоральная активность традиционно выше, в случае опроса по общенациональной репрезентативной выборке результаты были бы иными — более 70%).

Готовность принять участие в выборах по областным центрам примерно одинакова, если не считать и промышленную Караганду, где электоральная активность традиционно ниже. Полярные позиции занимают ответы жителей двух столиц — южной — бывшей и северной — новой. Сказывается реакция на перенос столицы» [Малькова И. О., 1998. С. 11].

Относительно оценки итогов очередных президентских выборов Р. Ф. Абазов указывал на следующие обстоятельства. 1) По сравнению с Россией правящая «номенклатура» в большей степени контролирует политическую ситуацию и менее разделена на противостоящие группировки. 2) Коммунистическая альтернатива не пользуется в Казахстане такой поддержкой, как в России. 3) Технократическая модель реформ, предложенная Назарбаевым, не похожа как на традиционалистски окрашенные программы правящих кругов соседних Туркменистана и Узбекистана, так и на ориентиры российской власти. В отличие от Ниязова, Назарбаев не игнорирует определенные демократические процедуры. В отличие от Ельцина, Назарбаев устанавливает свои «рамки» для демократии, объясняя это наличием особых традиций «корневой демократии» в Казахстане (что сближает его с сингапурским лидером Ли Куань Ю, продвигающим идею особых «азиатских» ценностей). 4) Политика лавирования и компромисса с различными социальными, этническими и политическими группами позволяет президенту наде-

яться на расширение социальной и политической базы своей власти. 5) При отсутствии среднего класса, сильных демократических институтов и исторических традиций демократии политический режим республики движется, как кажется, в сторону установления полуавторитарной-полудемократической модели [См.: Абазов Р. Ф., 1999. С. 173–174].

В рецензии на политологическую работу Е. Б. Шестопаля в 2002 г. писала: «Сквозь всю книгу красной нитью проходит мысль о том, что в Казахстане отсутствуют системные гарантии демократичности выборов. К участию в них допускаются лишь лояльные властям кандидаты и организации. При таком подходе выборы утрачивают свой истинный смысл, перестают быть механизмом контроля за элитой и превращаются в квазидемократический институт, в декорацию, за которой скрывается моноцентризм президентской власти. В республике нет настоящей, полноценной, а поэтому — и продуктивной конкуренции в политической сфере. Это приводит к росту авторитарных тенденций в практике властных институтов» [Шестопаля Е. Б., 2002. С. 174].

В 2004 г. И. Г. Яковлев даже выражал надежду, что «Казахстан и Россия накопили значительный опыт проведения политических модернизаций. Этот опыт весом, но далеко не одинаков. Часто его связывают с так называемым демократическим транзитом, намекая на то, что политические режимы наших стран могут приобретать либеральные черты лишь на короткое время. Часто нас пытаются убедить в том, что наши поезда следуют от станции «тоталитаризм» к станции «авторитаризм» с весьма непродолжительной остановкой на бурном полустанке под названием «демократия». Хочется надеяться, что такие оценки не соответствуют реальности» [Яковлев И. Г., 2004. С. 89].

Дальше всего, по сравнению со своими соседями, по пути демократического транзита, продвинулась *Украина*. Куда это ее привело, читателям этой книги хорошо известно. Неясно только, какой будет следующая станция и когда ее достигнет украинская политическая система.

О дискуссиях киевских социологов по поводу контроля над избирательным процессом говорилось в третьей теме.

А вот что писал В. Е. Хмелько о президентских кампаниях, проводимых в 1990-е гг. «Так, в 1991 г. число сторонников Л. Кравчука задолго до дня выборов настолько превосходило число сторонников остальных кандидатов, что колебания их рейтингов были несущественными.

И первый президент Украины был избран в первом же туре голосования, получив более 60% голосов.

На президентских выборах 1999 г. рейтинг действующего тогда президента Л. Кучмы не был подвержен таким колебаниям, которые бы ставили под вопрос его победу во втором туре выборов. Существенные колебания наблюдались лишь в численности сторонников двух следующих по популярности кандидатов — П. Симоненко и Н. Витренко.

И лишь на президентских выборах 1994 г. динамика рейтингов ведущих кандидатов была отмечена сменой лидера. Действующий тогда президент Л. Кравчук, задолго до выборов и в первом туре уверенно опережавший основного конкурента Л. Кучму, перед вторым туром утратил свое превосходство. Л. Кучма, выиграв теледебаты, вышел вперед и стал президентом Украины.

Особенность же динамики рейтингов основных кандидатов последних президентских выборов заключалась, помимо прочего, в том, что еще перед первым туром голосования В. Ющенко и В. Янукович, как показали данные наших опросов, дважды сменяли друг друга в качестве лидеров предвыборной гонки» [Хмелько В., 2005. С. 15–16].

В 1998 г. будущий вице-премьер в правительстве Ю. В. Тимошенко Микола (Николай) Томенко писал, что парламентские выборы 1998 г. «лишь этап в процессе формирования общенациональной партийной системы. Окончательное ее обновление, возможно, произойдет уже на следующих парламентских выборах, тем более что они, скорее всего, будут проводиться по чисто пропорциональной системе» [Томенко М., 1998. С. 78].

Он утверждал, что в процессе выборов были разоблачены следующие мифы: 1) об угрозе национализма, так как за Украинскую национальную ассамблею проголосовало 0,39% избирателей; 2) о нарушении культурных и языковых прав русских — провал партий и блоков, защищающих интересы русской культуры; 3) о непререкаемом авторитете Федерации профсоюзов Украины, представительница которой — Всеукраинская партия трудящихся получила 0,79% голосов [См.: Томенко М., 1998. С. 78–79]. Комментарии, как говорится, излишни.

«Среди парадоксов украинской избирательной системы следует назвать соотношение результатов выборов по партийной и мажоритарной частям. Дело даже не в том, что в одномандатных округах большинство депутатских мест завоевали непартийные кандидаты. Выяснилось отсутствие закономерной связи между рейтингом партий в регионе и политической ориентацией депутатов-одномандатников <...>. Такого рода раздвоение электоральных предпочтений обусловлено, на мой взгляд, следующими причинами: осознанием избирателями различной роли партийной Фракции в парламенте, с одной стороны, и конкретного депутата от региона — с другой; преобладанием иррационального начала при выборе партии и прагматического при голосовании за депутата; влиянием субъективных факторов (доступом к информации, позицией местной власти, воздействием СМИ) на решение избирателей <...>. Еще одной особенностью избирательной кампании явилось то, что значительное количество кандидатов баллотировалось и по партийным спискам, и в одномандатных округах. В итоге в сегодняшнем украинском парламенте соперничают четыре различных по степени легитимности группы депутатов» [Томенко М., 1998. С. 79–80].

После «оранжевой революции» 2004 г. и трех туров президентских выборов ситуация к следующим парламентским выборам особо не успокоилась. «Для предвыборной ситуации в Украине зимой — весной 2006 г. была характерна высокая степень электорального напряжения, столкновение на политическом поле различных, в ряде случаев антагонистических интересов. При этом политическое пространство Украины является неоднородным, состоящим из нескольких различных социальных сегментов, каждый из которых достаточно ярко проявил себя в период предвыборной борьбы и в ходе голосования» [Ершов В. Ф., 2006. С. 3].

«Хотя руководитель Центризбиркома Ярослав Давидович весь день заверял журналистов, что все под контролем и все идет по плану.

Но вряд ли в него входили длиннейшие очереди, нехватка бюллетеней, урн для голосования, а также весь тот традиционный букет нарушений, которые в 2004 г. тогдашняя оппозиция в лице «Нашей Украины» так любила приписывать тогдашней власти — «карусели», специально испорченные бюллетени, подкуп избирателей и т. д. и т. п. Хотя в этом году их было несколько меньше. Но добавилось несколько ноу-хау, среди них: фиксирование своего выбора в пользу платившей политической силы на камеру мобильного телефона и соответственно плата за «правильный» выбор. Еще были зажигательные смеси на участках, захлопнувшиеся двери, которые приходилось открывать с помощью сотрудников МЧС.

В Хмельницком выборы в местные органы власти были вообще сорваны. Как оказалось, на протяжении последних четырех дней в теризбиркоме не было кворума для выдачи бюллетеней. Так что примерно через месяц жителям облцентра предстоит пережить еще одни выборы» [Ершов В. Ф., 2006. С. 42–43].

Однако «серьезных нарушений в ходе выборов ни ЦИК, ни европейские наблюдатели не выявили» [Ершов В. Ф., 2006. С. 63].

**Россия.** Советские плебисцитарные неконкурентные выборы не имели «интриги», а потому не становились предметом прикладных социологических исследований. Чего только не писали оппоненты коммунистов о данном ритуале! Приведем только одну цитату из статьи социолога, сотрудника Херсонского пединститута. «Они были элементом советской политической системы, ориентировавшей граждан на воспроизводство искусственно созданного избирательного стереотипа, без тени юмора именуемого «морально-политическим единством советского общества». 99,99% из года в год голосовавших за «единый и нерушимый блок коммунистов и беспартийных» — в этом выражался сложный комплекс отношений народа и власть предержащих. Во-первых, в парадоксальной единодушии выражалось удовлетворение широких масс относительной стабильностью развития советского общества; во-вторых, этот факт свидетельствовал о равновесии между социальной действительностью и массовой социальной мифологией; в-третьих, единодушное голосование выражало смирение и страх перед тоталитарной обществен-

ной силой, инерцию этого страха; и наконец, в-четвертых, сама эта цифра, как нечто самодовлеющее, имела свою собственную «историю», свою инерцию, так что если даже она и не всегда соответствовала действительности — тем хуже бывало для действительности.

Выборы потеряли политический характер для большинства участников и мало-помалу из демонстрации лояльности строю превратились в языческий праздник — с агитками, неумеренными возлияниями, праздничной распродажей и различными ритуальными действиями. Это был настоящий мир условностей и неписаных правил — от «голосования на дому» и кончая составлением протоколов избирательных комиссий» [Коровов В., 1992. С. 80–90].

В период перестройки был провозглашен официальный курс горбачевского руководства на борьбу за «власть Советов» против полумифических «ретроградов от номенклатуры». Так, в статье сотрудника Института социологии АН СССР А. А. Возмителя утверждалось, что «предвыборная кампания и сами выборы продемонстрировали отставание многих партийных комитетов от насущных требований жизни, от демократических процессов, разворачивающихся в обществе» [Возмитель А. А., 1990. С. 34].

А. П. Бутенко выделил основной итог выборов 1989 г.: «хотя выборы народных депутатов не решили главного политического вопроса, вопроса о власти, не вернули всю полноту власти Советам, а через них самим трудящимся (а сами по себе они и не могли этого сделать!), тем не менее выборы высветили новую ситуацию в обществе и расстановку сил в стране» [Бутенко А. П., 1990. С. 5].

Как впоследствии отмечал И. В. Манаенков, недовольство существующей системой приняло форму критики партаппарата, а вместе с тем и всех остальных руководителей. Однако все избранные в Куйбышевской области депутаты и практически все кандидаты были членами КПСС. Поэтому внешне борьба шла между «хорошими» и «плохими» коммунистами, причем критерием разделения на одних и других оказывалось должностное положение кандидата, степень его оппозиционности и готовность критиковать существующие порядки [См.: Манаенков И. В., 1999. С. 35].

В 1989 г. начался процесс постепенного снижения явки. «Следует отметить, что в выборах 1989 г. участвовало максимальное число ленинградцев-петербуржцев за весь период голосований 1989–2002 гг. — 75,9% (Ленинградская область — еще больше: 84,7%). Вероятно, сказались традиция советского периода, новизна ситуации с альтернативными кандидатами, иллюзия «решающей схватки» [Лопушанский И. Н., 2003. С. 63].

Зато на выборах произошла новая легитимизация «любимца столицы». «За период с 1989 по 1996 г. избиратели Москвы пять раз выражали голосованием свое отношение к нему (не считая голосования по проекту «ельцинской» Конституции). За это время изменилось многое — и статус Бориса Николаевича, и политический и экономический строй страны, но поддержка

москвичей оставалась неизменной. Первый раз, на выборах народных депутатов СССР в 1989 г., Ельцин получил 89,4%. Разумеется, такой фантастический результат повторить трудно. Но лишь один раз (в первом туре президентских выборов 1996 г.) за Ельцина проголосовали «всего» 61,2% избирателей Москвы. Зато трижды (на президентских выборах 1991 г., на референдуме 25 апреля 1993 г. и во втором туре президентских выборов 1996 г.) — 72–77%» [Любарев А. Е., 2000. С. 344].

Кампания по выборам народных депутатов СССР 1989 г. резко активизировала социологическую деятельность. Появились группы социологов в предвыборных штабах кандидатов. Так, два сотрудника Макеевского инженерно-строительного института (Донецкая область, УССР) в ходе предвыборной кампании и во время встреч с избирателями после первого Съезда народных депутатов СССР провели исследование социально-политических установок избирателей. При этом использовался комбинированный метод, интегрирующий включенное наблюдение (во время встреч и собраний исследователи были их непосредственными участниками), нестандартизированное интервью (беседы с избирателями в перерывах и после собраний) и эксперимент (изучение реакции на корректировку предвыборной программы кандидата и языка ее изложения). Всего авторы участвовали в 120 встречах, ими проанализировано более 500 высказываний и 1027 вопросов, поступивших кандидату и впоследствии депутату А. Н. Саунину [См.: Губарь О. М., 1990. С. 36].

К недостаткам своеобразного «включенного наблюдения» сами организаторы исследования относили: 1) неполную репрезентативность результатов; 2) отсутствие возможности получить объективные данные о респондентах (возраст, пол, социальное положение, образование) [См.: Губарь О. М., 1990. С. 40].

Выводы были сделаны в соответствии с «духом времени»: «Избиратели поддержали проводимые в стране демократические преобразования, положительную оценку получила деятельность «парламентского меньшинства» на съезде» [Губарь О. М., 1990. С. 39].

Сектор изучения общественного мнения москвичей Института социологии (ИС) АН СССР опросил 2789 избирателей до и после выборов 26 марта 1989 г. 1) 52% респондентов не видели ничего страшного в фактах неизбрания отдельных руководящих партийных работников, поскольку были избраны не менее достойные кандидаты. 2) Были выделены недостатки новой избирательной системы: недостаточный уровень политической культуры предвыборной борьбы; несовершенство системы выдвижения и регистрации кандидатов; слабая разработанность многих процедурных вопросов; уязвимость отдельных положений Закона о выборах. Поэтому, «несмотря на то, что выборы пробудили людей к активной политической деятельности, значительная часть избирателей осталась достаточно пассивной» [Демидов А. М., 1989. С. 35].



Казалось, роль социологии в политической жизни страны стремительно возрастала. Так, I Съезд народных депутатов СССР создал даже собственную социологическую службу [См.: Бетанели Н. И., 1990. С. 25–35].

В 1990 г. прошли новые «судьбоносные» выборы (в республиканские и местные Советы). Предвыборные перспективы КПСС оценивались в статье В. Г. Бритвина, опиравшегося на материалы исследования, проведенного Центром изучения общественного мнения Института социологии в июле 1989 г. в Алма-Ате, Волгограде, Кутаиси, Москве и Риге (около 1460 чел.), с привлечением результатов более ранних исследований. Выводы были вполне очевидны: только улучшение состояния в экономике, в первую очередь в обеспеченности населения продовольствием и промышленными товарами, может улучшить ситуацию. «Пока, на наш взгляд, в общественном мнении и настроениях преобладает не столько собственно критическая оценка партии, сколько установка на поиск субъектов политического процесса, которые в наибольшей степени отвечали бы формирующимся запросам и ожиданиям людей» [Бритвин В. Ш., 1989. С. 26].

Проведенные в Горьковской области исследования привели сотрудников ИС к неутешительным выводам:

– «Дефицит необходимой информации, зафиксированный нами в ряде исследований в конце 1989 — начале 1990 г. в г. Горьком, позволяет утверждать, что значительная часть избирателей делает свой выбор вслепую, ориентируясь на отдельные «анкетные» характеристики кандидатов и конструируя на их основе свой образ «идеального» депутата» [Выборы-90, 1990. С. 13–14].

– «Система информационной связи кандидата со своими избирателями так и не была создана, а использующиеся для этого уже имеющиеся средства информации областного, городского, районного уровней не смогли достаточно эффективно выполнить эту новую для них задачу» [Выборы-90, 1990. С. 36].

Относительно пристрастий москвичей А. М. Демидов сообщил, что люди предпочитали кандидатов, которых они знают лично. Знакомиться с кандидатом избиратели предпочитали на встречах или хотя бы в теледебатах. Газетные публикации или даже листовки оказывали значительно меньшее воздействие, поскольку люди не верят в беспристрастность прессы. Мужчины-кандидаты пользовались предпочтением по сравнению с женщинами. Достаточно сильно избиратели ориентировались на поддержку рабочих, но в связи с тем, что их было выдвинуто крайне мало, доля этой социальной группы в составе новых Советов оказалась невелика. Новый момент: москвичи стали обращать внимание на принадлежность кандидатов к предвыборным блокам (прежде всего к «Демократической России» и блоку Общественно-патриотических движений России), что привело к падению шансов независимых кандидатов. Росла поляризация политических взглядов, радикализация умонастроения людей, усиливался критический настрой в со-

четании с ростом веры во всевозможные чудеса (в том числе и политического свойства), избирателей захлестывали эмоции [См.: Демидов А. М., 1990. С. 127–128].

Народный депутат СССР Э. С. Гамс и социолог В. И. Петров так оценивали результаты газетного опроса в районах Саратовской области, проведенного в декабре 1989 г. Только треть участников считали, что будущие выборы приведут к переменам в лучшую сторону. «Что это означает? Во-первых, четкое осознание необходимости перемен, желание участвовать в их осуществлении. Во-вторых, отсутствие надежд, что эти перемены будут реализованы. Массовое сознание находится в состоянии неустойчивого равновесия: с одной стороны, люди хотят верить в возможность перемен, с другой — сама жизнь убеждает в отсутствии такой возможности. Дальнейшее обострение этого противоречия может привести в действие силы, не поддающиеся контролю официальных институтов власти.

Возможно и другое разрешение этого противоречия, иное развитие событий. Массовое сознание может «уйти в себя», как это делают «черные дыры» — космические тела со сверхплотной массой. Это приведет к инертному образованию, не способному к нормальному саморазвитию и обмену информацией с внешней средой» [Гамс Э. С., 1990. С. 55].

Итак, опять на первый план вышла достаточно тривиальная дилемма: «радикальные перемены» или «деградация».

Уже в 1992 г. В. С. Комаровский подвел предварительные итоги. Выборы 1990 г. в республиканские и местные органы власти позволили социологической науке сделать шаг вперед. обстоятельно стали изучаться темы анализа социально-экономической ситуации накануне выборов, формирования имиджа кандидата в сознании избирателей. Широко использовался весь основной арсенал современных социологических средств: помимо многочисленных и разнообразных опросов, осуществлялись включенное наблюдение за ходом митингов, собраний, встреч кандидатов с избирателями, контент-анализ газет, листовок, разбор программ депутатов и политических объединений, интервью с экспертами.

Однако выборы Президента России многое поставили под сомнение. Прогнозы ряда социологических центров относительно исхода голосования не подтвердились. Причем ошибка в предсказании результатов составила не 2–3% (как это чаще всего случается на Западе), а несравненно больше.

Общие слабости социологических служб состоят в отсутствии «хороших выборок», плохой подготовленности корпуса анкетеров и интервьюеров и т. п. Наблюдается политическая ангажированность значительного числа социологов. Проявляются трудности, связанные со становлением нового направления исследований.

Из-за скоротечности кампании по выборам Президента России социологи не успели к ней подготовиться как следует. Причем даже ВЦИОМ не мог создать достоверную картину результатов выборов, так как не всегда мог

опросить сельское население РСФСР. Менее очевидными, но еще более серьезными были ошибки теоретического характера (причины: 1) не накоплен еще необходимый эмпирический материал; 2) затруднительно адаптировать западный опыт, накопленный при изучении стабильных систем). Так, большинство социологических служб сосредоточились на одной теме (кто и где будет голосовать «за» или «против»), не учитывая позиции не определившихся избирателей [См.: Комаровский В. С., 1992. С. 23–24].

С. В. Туманов сформулировал решаемые в процессе исследований конкретные задачи, сформулированные на основании опыта 1989–1990 гг.: выявление основных характеристик предвыборной ситуации в регионе (районе, городе, области, республике); изучение предпочтений избирателей в отношении социального статуса, личностных качеств депутата; анализ информационных потоков, эффективности средств предвыборной борьбы; определение рейтинга популярности кандидатов в депутаты, прогнозирование результатов голосования.

«Такая последовательность решения исследовательских задач представляется нам оптимальной, так как дает возможность на каждом последующем этапе полнее использовать информацию, полученную в ходе предыдущих этапов. Весь исследовательский цикл в нормальных условиях укладывается в шестимесячный срок.

Конкретные обстоятельства проведения опросов, дефицит времени, ограниченные возможности социологических групп нередко заставляют прибегать к различным сочетаниям исследовательских задач, а следовательно, по-другому выстраиваются и этапы исследования» [Туманов С. В., 1992. С. 46–47].

Ярким примером столкновения принципов политической целесообразности и научности явился консультативный союзный референдум 17 марта 1991 г. Особое раздражение практически у всех аналитиков вызвала неудачная формулировка вопроса (многосложность, неграмотность, содержание подсказок и т. д.). Так, В. С. Комаровский писал: «Создается впечатление, что политики не только принимают решение быть или не быть референдуму, что, безусловно, в их компетенции — но и «единочасно» определяют формулировку вопроса, а здесь им, на наш взгляд, без лингвистов не обойтись. Причем анализ этими и другими специалистами формулировки вопроса, принципов организации референдума должен проходить открыто и гласно, чтобы свою позицию могли отстаивать все участники обсуждения, придерживающиеся различных точек зрения, а не только те, которые ближе к «власть имущим». Это первое условие превращения референдума в важный фактор консолидации народов страны» [Комаровский В. С., 1991. С. 9].

А. А. Давыдов указывал на расхождение результатов с прогнозами социологических служб, а также на то обстоятельство, что в референдуме «полноценно» участвовали лишь пять союзных республик (РСФСР, Украина, Белоруссия, Азербайджан и Киргизия). «С сожалением приходится констати-

ровать, что первый блин получился комом. Причины этого достаточно очевидны. Во-первых, кризисная ситуация в стране, во-вторых, стремление определенных политических сил добиться желаемого результата любыми средствами, вопреки здравому смыслу и рекомендациям социологов» [Давыдов А. А., 1991. С. 154].

Зато ситуация вокруг референдума прекрасно проиллюстрировала степень демократичности оппозиции. «Анализ публикаций в прессе показал, что по мере приближения референдума и все большей очевидности положительного голосования населения за обновленный Союз республик со страниц газет и журналов исчезли прогнозы, основанные на социологических исследованиях, проведенных в той или иной форме. «Демократическая» пресса переключилась в основном на рассуждения о проблемах будущего обновленного Союза, «консерваторы» же стали, как правило, заниматься общенаучными рассуждениями в правильности народного выбора.

Необходимо отметить, что средства массовой информации и в первую очередь печать практически не уделили внимания научному осмыслению итогов референдума. Ведь попытка социологического предсказания результатов плебисцита была характерна для многих изданий различной политической окраски. Можно предположить, что итоги референдума многих разочаровали, некоторым «оракулам», очевидно, было неудобно вновь выступать так же «открыто и смело», как накануне 17 марта, поэтому они предпочли помолчать. Однако порой молчание красноречивее многословия» [Мичурин В. Л., 1992. С. 121].

После революции 1991 г. и разрушения СССР ситуация кардинально меняется. Причем раскол в стане победителей вскоре привел к конфликту между органами исполнительной и законодательной власти. Пропагандистская борьба негативно сказывалась на авторитете социологии, ставшей «игрушкой» в руках противоборствующих сил.

21 февраля 1993 г. в Отделении философии, социологии и права РАН состоялась встреча за круглым столом руководителей социологических служб, обеспокоенных усиливающимся в политических кругах и СМИ манипулированием данных опросов. Причем представители ВЦИОМ по понятным причинам от участия уклонились. М. Н. Руткевич отмечал, что «в сознании большинства граждан в наше бурное и тяжелое время социология ассоциируется с опросами общественного мнения, поскольку именно под рубриками «Социологи говорят», «Социология свидетельствует» и т. д. помещаются в газетах, проходят в радио- и телепередачах результаты опросов населения и экспертов. Эти опросы проводят многочисленные организации — от академических институтов до малоизвестных (или вовсе неизвестных) коммерческих фирм. Методический уровень большинства исследований такого рода невысок, да и в публикациях о результатах опроса по той или иной острой проблеме обычно о выборке, ее репрезентативности, обосновании выбора поставленных вопросов информация, как правило, отсутствует. По-

скольку же зависимость социологических «фирм» от заказчиков, их желания получить «заданный» результат весьма прозрачна, то социологию все чаще в народе именуют «псевдосоциологией» [Общественное мнение, 1993. С. 32].

Б. А. Грушин (*Vox Populi*) выделил три класса трудностей, связанных с получением научной информации социологами: сопротивление поля сбора объективной информации; профессиональная неподготовленность исследователей общественного мнения («халтура»); отсутствие спроса на эту информацию («политикам она ни к чему»). Заслоном дезинформации, по его мнению, может послужить академическая структура (возможно, при участии неакадемических социологических служб) взаимодействия с общественностью, способная своим авторитетом и компетентностью повлиять на качество публикуемой информации.

В. Н. Иванов указал на усложнение языка коммуникаций, ставшего в последние годы непонятным для массового сознания, которому навязываются споры о несуществующих или неадекватно понимаемых социальных феноменах (таких как парламентская и президентская форма правления, частная собственность на землю, консерватизм и либерализм, прогресс и реакция и т. д.). Поэтому от социологов требовалось проявление предельной осторожности, особенно в выборе адекватного языка опросов, и разумное распоряжение отсутствующими у политиков специфическими аргументами.

К нему присоединилась сотрудница ИС РАН О. М. Маслова, выделившая следующие причины «некачественного» изучения общественного мнения: 1) отсутствие приемлемой теории опросов, что ведет к пестроте, неточностям и слабой возможности проверяемости; 2) нехватка вторичного анализа материалов; 3) необходимость поиска минимизации искажений (старая общемировая проблема ангажированного «партийного» социолога); 4) мера и адекватность использования разных методов и технологий, причем при публикации результатов, как и при продаже товара, необходим сертификат качества, гарантирующий от заведомой халтуры.

Были высказаны серьезные сомнения в отношении эффективности планируемого социологического органа. С. Владимировичев (МГУ) отметил, что в обществе созрела потребность в заказной, а отнюдь не объективной информации. Отсюда возрождение «партийной» социологии, втянувшей в свои ряды массу молодых специалистов без должной квалификации и моральных устоев. Алчность в сочетании с недостатком сил и средств ведет к жертве качеством, недаром так распространены опросы уличные, вокзальные, почтовые и им подобные. Он сомневался в эффективности правовых и организационных регуляторов, надеясь на «невидимую руку рынка», которая естественным образом отсеет недоброкачественных и неконкурентоспособных исполнителей.

«Если исследователи общественного мнения заинтересованы в достижении истины, а не других целей, то нужна ассоциация, если нет — тогда не нужна, — заявил Н. И. Бетанели (Институт социологии парламентаризма), —

создание такой ассоциации предполагает постановку более глубокой проблемы: она не должна превратиться в сообщество экспертов-контролеров, выдающих или не выдающих разрешение на проведение тех или иных исследований. В нынешних условиях ни у кого в стране, ни у одной службы нет всероссийской представительной выборки и, судя по всему, долго еще не будет. А без этого ставить вопрос о правомерности распространения получаемых результатов на всю страну не имеет смысла. Сейчас реальное дело для социологов — не спорить между собой по поводу достоверности опросов, а делать вместе всероссийскую выборку» [Общественное мнение, 1993. С. 34].

«Примирительную» позицию занял директор Института сравнительных социальных исследований В. Г. Андреенков, по мнению которого коммерциализация науки — общемировое и в целом положительное явление, так как она усиливает стимулирующую качество исследований конкуренцию. Регулятором является гласность результатов, для чего и необходимо создать на основе академических институтов ассоциацию, которая станет ареной обсуждения научных проблем и вместе с тем возьмет на себя задачу создания информационных баз, доступных для исследователей и студентов.

Референдум 25 апреля 1993 г. привел к еще большему обострению ситуации. М. В. Лисаускене, на основе результатов проводимого Восточно-Сибирским институтом социологии и системных исследований совместно с лабораторией социологических исследований Иркутского госуниверситета мониторинга общественного мнения городских и сельских жителей области (до 1500 чел. ежемесячно), делал вывод, «что референдум не принес национального согласия, обострив противоречия, и еще более расколол, дезинтегрировал общество. Стремление народа к стабильности, проявившееся в результатах голосования, дало возможность и исполнительной, и законодательной ветвям власти продолжать борьбу, прикрываясь «волей народа» [Лисаускене М. В., 1993. С. 47].

Опасения за судьбу социологии высказывались представителями противоположных политических лагерей. На Международной теоретической конференции социологов (июнь 1993, Москва) М. Н. Руткевич указывал на особую опасность информации, распространяемой почти полностью монополизированными «партией власти» СМИ: «Боже упаси, прямой фальсификации результатов не допускается. Но в газетах, на радио, особенно на телевидении допускается достаточно вольное обращение с полученными от социологов данными. В результате сложения усилий тех и других публике «от имени социологии» сообщаются сведения, которые не соответствуют реальному раскладу мнений и ожиданий в обществе» [Руткевич М. Н., 1996. С. 262].

Г. А. Сатаров приводил пример опроса, наиболее популярного среди любителей манипуляций общественным сознанием: проводится на мало-репрезентативной выборке в 1000–1500 респондентов из числа городского



взрослого населения с присутствием обязательного вопроса: «Доверяете ли Вы политику X?».

«В прессе и по телевидению нам сообщают данные о доле людей, положительно или отрицательно ответивших на этот вопрос. Мы уже в недоумении, поскольку среди тех, кто ответил «нет», есть люди, которые не доверяют словам политика, есть те, кто не готов доверить ему власть, а есть и те, кто не доверяет ему «по всем статьям». Я уже не говорю о том, что обычно социологи не спрашивают респондентов, знают ли они политика, о котором задается вопрос <...>. Итак, данные традиционных опросов общественного мнения представляют собой типичный пример примитивного анализа (в смысле «членения») ткани социальной действительности. Синтез, если и осуществляется, то лишь на уровне вульгарного журнализма» [Сатаров Г. А., 1993. С. 44–45].

Победу исполнительная власть смогла одержать только с помощью «последнего аргумента королей», осуществив государственный переворот 21 сентября и расстреляв здание парламента из танковых орудий. Разумеется, так называемая «цивилизованная часть» российского общества, в первую очередь жители столицы были вполне удовлетворены ходом событий. Так, Институт сравнительных социальных исследований провел два телефонных опроса в г. Москве 24–25 сентября и 5–6 октября 1993 г. (631 и 584 респондента). «В целом москвичи поддержали радикальные действия Президента РФ, и даже события, произошедшие в Москве 3–4 октября 1993 г., не особенно сказались на их оценке. Более всего склонны поддерживать Указ Б. Ельцина люди, относящие себя к либералам (76%) <...>. Если бы новые выборы на пост Президента России состоялись в самое ближайшее время, наибольшее число голосов получила бы кандидатура Бориса Ельцина. Его рейтинг после событий в Москве вырос с 36,5% в сентябре до 38,5% 5–6 октября. Второе место у москвичей в качестве претендента на пост Президента занимает Григорий Явлинский (7,6%)» [Андреевкова Н., 1993. С. 58, 62].

Ложкой дегтя в эйфории по поводу «окончательного торжества демократии» оказались итоги выборов в Госдуму с весьма относительным успехом ЛДПР (64 мандата, столько же у «Выбора России») и КПРФ (42). Прогнозы ведущих социологических служб привели к «большому конфузу», который до сих пор оказывает влияние на отношение населения к российской электоральной социологии.

Как «тактично» выразился представитель ФОМ (Фонд «Общественное мнение») И. М. Клямкин, «российская политическая социология неплохо проявила себя в анализе и прогнозировании ведущих тенденций политического развития и гораздо слабее — в оценке ближайших перспектив различных политических организаций и персонажей как конкретных выразителей представляемых этими организациями тенденций <...>. Мы не сомневались в том, что разрыв между политическим поведением и жизненными ценностями



рано или поздно будет преодолен. Но мы прозевали момент, когда этот разрыв действительно начал стремительно сокращаться. Поэтому, быть может, прозевали и Жириновского» [Клямкин И. М., 1993. С. 39, 42].

Политолог, будущий посол США в России, «прославившийся» продвижением политики «перезагрузки» и пока что не состоявшейся «белоленточной революции», М. Макфол перечислил ошибки российских «демократов»: отказ от проведения «учредительных выборов» в конце 1991 г.; недостаток времени для проведения кампании 1993 г.; негативная политическая и социально-экономическая обстановка (шок от расстрела парламента, регулярные невыплаты зарплат и т. д.); неудачно выбранный момент для проведения выборов («депрессивный декабрь»); принятие смешанной избирательной системы в условиях «недоразвитости» российских политических партий; бюрократические препоны для кандидатов; многочисленные нарушения в ходе избирательной кампании. Причем В. В. Жириновский провел наиболее эффективную предвыборную кампанию, хотя по использованному эфирному времени он занимал второе место после «Выбора России».

Далее делался вполне традиционный вывод о «чистоте выборов», организованных в интересах США. «В целом, если свести воедино все претензии, высказывавшиеся во время кампании, наиболее выигравшей от манипуляций правительства правилами электоральной игры стороной должен был бы оказаться «Выбор России». Однако, как показывают результаты выборов, какие бы преимущества ни получила эта партия вследствие процедурных манипуляций, они не оказали сколько-нибудь серьезного последствия на конечный исход. Все международные наблюдатели оценили декабрьские выборы как свободные и беспристрастные» [Макфол М., 1994. № 5. С. 130].

«По горячим следам» ученые Института комплексных социальных исследований (Россия) и Карлтонского университета (Канада) провели опрос в 4 регионах России (Москва, Ставропольский край, республика Коми и Ханты-Мансийский национальный округ, 1200 респондентов) с целью изучения социально-демографической структуры электората ЛДПР. Естественно, в рамки теории рационального выбора российский избиратель «не умещался», «поведение избирателей зависит от усвоенных ими идеологических догм, а не от осознания собственных реальных интересов» [Казаков Е. А., 1995. С. 126].

Как утверждали И. Михайловская и Е. Кузьминский, «победу оппозиции обеспечили колеблющиеся, не имеющие четкой политической ориентации, не определившие, «на кого ставить». Появление в такой ситуации Жириновского с его оголтелой, но доступной пониманию любого политически малообразованного человека демагогией, безответственными, но привлекательными для значительной части населения обещаниями повернуло «болото» к нему и другим антиреформаторам» [Михайловская И., 1993. С. 13].

В качестве причин сложившейся ситуации предлагался уже привычный «джентльменский набор» объяснений: 1. неразвитость отношений собствен-

ности не только порождает атомизацию общества, тормозит процесс его социального структурирования, но и препятствует осознанию людьми их подлинных, а не мнимых интересов; 2. неспособность определенной части населения адаптироваться к изменившимся условиям жизни, требующим иного экономического, профессионального и т. п. поведения, а также нежелание признать такую неспособность подкрепляет в качестве защитного механизма во многом мифологизированный образ «светлого прошлого»; 3. отчужденные от собственности и от власти, ходившие на выборы, чтобы опустить в урну бюллетень с одной-единственной, часто незнакомой фамилией, многие люди еще не осознали значения этой формы участия в политической жизни. Вспыхнувшая в 1990–1991 гг. политическая активность носила в значительной мере эмоциональный, а не рациональный характер; 4. стремление реформаторов построить многопартийную политическую систему путем смелых, но не вполне продуманных экспериментов с правовым регулированием порядка выборов заставило заплатить достаточно высокую цену. Отсутствие не только достаточно сформированных и разветвленных партийных структур, но и четкой их ориентации на определенные социальные слои и группы не давало реальных надежд на успешность попытки создать многопартийную систему «сверху»; 5. демократически ориентированные блоки и партии не приняли во внимание информацию о динамике настроений и симпатий избирателей [См.: Михайловская И., 1993. С. 13–14].

Многие социологи и политологи определяли ЛДРП как «третью силу» в противостоянии «демократов» (либералов) и коммунистов. «Наша демократия получила жестокий урок в результате выборов. На сцену впервые выходит парламентская оппозиция нового типа, готовая использовать недовольство людей, обращенное и на советский, и на нынешний режим. Демократические политики и аналитики надеялись на то, считает Ю. А. Левада, что массовый протест, обиды и неудовлетворенность уйдут в политическое безразличие, в отказ голосовать. «А оказалось, что в обстановке политической свободы и глубокого политического кризиса все эти реакции могут быть собраны в один узел и превратиться в опору воинствующей оппозиции. Сегодня это, прежде всего, «феномен Жириновского», завтра могут появиться другие имена» [Рековская И. Ф., 1995. С. 164].

И. Ф. Рековская также рассмотрела основные политические мифы декабря 1993 г.: 1) демократы потерпели полное поражение на выборах — не учитываются результаты референдума и голосование по одномандатным округам; 2) Жириновский «великодушно» вместе с армией избирателей спас Конституцию — скорее всего, сторонники ЛДПР голосовали «против»; 3) 12 декабря состоялись первые подлинно свободные демократические выборы — зафиксировано огромное количество нарушений и фальсификаций [См.: Рековская И. Ф., 1995. С. 165–168].

Наиболее обстоятельный анализ, на наш взгляд, провел американский социолог, эмигрант из СССР В. Э. Шляпентох, поставивший провал россий-

ских социологов в один ряд с громкими аналогичными провалами в Никарагуа (1989) и Великобритании (1992). Исследователи не смогли не только предсказать победителей, но даже ошиблись в предсказании очередности, с которой партии пришли к финишу, то есть не смогли оценить относительное влияние (вес) политических сил в стране. Наблюдался своеобразный монополизм ВЦИОМ, который опубликовал почти половину содержащих результаты исследований статей (33 публикации) и оставил далеко позади ближайших «преследователей» (11 — Институт парламентаризма, 9 — ФОМ). ВЦИОМ также опубликовал 14 из 20 основанных на всероссийской выборке аналитических работ, причем представителя Центра Л. А. Седова не остановил даже запрет на публикацию прогнозов в преддверии выборов [См.: Шляпентох В. Э., 1995. № 9. С. 15–17].

Ведущие социологические службы даже не стремились скрывать свою политическую ангажированность, не только предрекая, но и навязывая избирателю победу проправительственных сил. Возражали им немногие. В качестве примера Шляпентох приводит мнение того же В. С. Комаровского, представлявшего институт «Социограф», который 27 ноября 1993 г. в газете «Труд» указывал на глубокие различия в настроениях жителей поселений разного типа. «Только несколько исследователей, большинство из которых более или менее враждебны режиму Ельцина, выразили недоверие прогнозируемой победе демократов. Однако их суждения отвергнуты большинством либеральных средств массовой информации как примитивный пропагандистский трюк <...>. В опросе, проведенном в конце ноября 1993 г. социологической службой Российского телевидения в процессе демонстрации программы «Общественное мнение», Гайдар занял первое место. Однако коммунисты были ближайшими, вторыми, что повергло в изумление профессиональных исследователей. Вильчек, глава социологической службы Российского телевидения, отверг эти данные в «Известиях» (1993, 25 ноября) как смехотворные. Он предположил, что только пенсионеры и бездельники имели время для того, чтобы принять участие в телевизионном опросе» [Шляпентох В. Э., 1995. № 9. С. 19].

Провал «политического Нового года» 1993 г. вынудил сторонников власти оправдываться, выдвинув две основные теории: 1) массовых фальсификаций, осуществленных «врагами» демократии в регионах (К. Любарский и сотрудники президентской администрации А. Собянин и В. Суховольский), — как будто «сторонники» демократии не занимались тем же, причем в больших масштабах, учитывая важность итогов конституционного референдума; 2) внезапного сдвига в настроениях в последнюю декаду перед выборами («теория качелей», уже использованная в Никарагуа и Великобритании) — стабильность электората Жириновского, а тем более коммунистов и аграриев на местных выборах, опрокинула эти оправдания.

Выводы Шляпентоха были достаточно пессимистичны. «Забота российских социологов о методологических и методических проблемах, очевидно,

пришла в упадок. Парадоксально, но в 60–70-е гг. при брежневском режиме российские социологи очень серьезно были обеспокоены этими проблемами. В. Вильчек, глава социологической службы, так выразился накануне выборов в своей статье «Убийцы с вопросниками в руках»: «Я социолог, представитель умирающей профессии. Социология погибает теперь, когда Россия стала страной опросов. Теперь это очень доходный промысел частично невежественных, частично циничных людей, готовых делать все ради денег». <...> Скос (искажение) выборки на большие города был, возможно, одной из причин провала при прогнозировании результатов выборов. Число обследований, проведенных среди москвичей по выяснению их отношения к политическим лидерам и партиям, цитировалось в российской прессе в 1,5 раза больше, чем результаты общенациональных опросов (33 против 20)» [Шляпентох В. Э., 1995. № 10. С. 4].

Причем факторы «бедности» (технических и материальных трудностей) накладывались на факторы «глупости» (спешки и неразборчивости с публикацией результатов) и «подлости» (политической ангажированности). Однако в отношении последнего обстоятельства выводы сделал только один Б. А. Грушин, вышедший в январе 1994 г. из Президентского совета.

В 1995 г. представители Центра социологических исследований МГУ опубликовали материалы, основанные на данных исследования декабря 1993 г., проведенного совместно североамериканскими — рук.: профессора Т. Колтон (Гарвардский университет), Дж. Хаф (Университет Дюка) и С. Лейман (Колумбийский университет) — и российскими (РАН и организации 70 регионов) социологами и политологами. Были проведены опросы («face-to-face» по единому вопроснику, репрезентативная для населения России выборка). С помощью зарубежных коллег была предпринята попытка выправить положение, рассмотрев проблему многовариантности электорального поведения (анализ не только сложно определяемого электората конкретных партий, но и целых сегментов (пластов) избирателей, ориентирующихся на «цвет» политической гаммы). «Итоги голосования 1993 г. в целом соответствовали структуре электората. Его оппозиционно настроенная часть приблизительно на 10–15% превышала численность сторонников курса Б. Ельцина. Естественно, что сегодня соотношение сил выглядит уже иначе» [Туманов С. В., 1995. С. 44].

Цитата из выступления А. В. Дмитриева на круглом столе, проведенном 19 октября 1995 г., была приведена в третьей теме (см. выше). Ф. М. Бурлацкий заявил, что он испытал огромное разочарование от того, что СМИ стали средством манипулирования общественным мнением. «Другое разочарование связано с социологами, в частности, руководителем ВЦИОМа Ю. А. Левадой. Вспоминается знаменитая новогодняя ночь 1993 г.: вот бегущей строкой идут цифры о победе Жириновского, а любимый мною Юрий Александрович, крупнейший социолог, продолжает говорить о том, как на-

бирает очки «Выбор России». Это было ужасно» [Социологическое обеспечение избирательных кампаний, 1996. С. 86–87].

Относительно проводившегося в день выборов референдума по Конституции РФ также возникали значительные сомнения. Так, представители канадского Карлетонского университета (Оттава), проведшие опросы в Москве, Ставропольском крае и Республике Коми (по 300 респондентов), писали, что «даже наиболее компетентные люди не могли, не испытывая затруднений, отвергнуть проект конституции полностью или же принять его безоговорочно. Общественные сомнения в демократическом характере референдума усилились, когда источники государственной гласности и средства массовой информации впряглись в протаскивание предлагаемых изменений. Дебаты по поводу референдума вышли на вопросы о природе демократии и о желательности конституционных изменений. Иногда ставились и такие вопросы: соответствует ли конкретная процедура референдума в принципе каким-либо стандартам демократического принятия решений; в какой мере вообще допустимо решать политические вопросы посредством подобного плебисцитарного механизма? Вопреки объявленным результатам (согласно официальному отчету 58,4% участников референдума проголосовали «да» при 45,2% не участвовавших в голосовании) вопросы о процедуре продолжали подниматься» [ДеБарделебен Дж., 1995. С. 12].

Либерально мыслящие активисты («общественность», по терминологии авторов) оказались в безвыходной ситуации: голосование «за» «заведомо усиливало президентскую власть, голосование против могло вызвать аналогичный эффект, но в более сильном варианте. В связи с отсутствием конституции и нелегитимным парламентом президент мог объявить произвольным режим решения политического кризиса, то есть по своему усмотрению» [ДеБарделебен Дж., 1995. С. 15].

Г. В. Осипов выразил сомнения в адекватности подобных «волеизъявлений». Если поставить дополнительный вопрос: «Знакомы ли вы с текстом новой конституции?» — подавляющее число ответило бы отрицательно, в результате чего Россия получила конституцию, утвердившую в стране авторитарный режим. «Структуры, пришедшие к власти путем манипуляции сознанием народа, нередко противостоят его интересам, игнорируют волю народа, забывая о том, что высшим сувереном власти является народ, и он выражает свою волю в референдумах или плебисцитах.

Но что произошло с итогами референдума по сохранению СССР? Народ высказал свое мнение — власти приняли иное решение. Народ проголосовал за сохранение Верховного Совета РСФСР, однако российский парламент был расстрелян. Наконец, никто из российских властных структур не спросил мнения населения по вопросу о переводе страны на рельсы капитализма. Что это — демократия или антидемократия?» [Что происходит с социологией, 1997. С. 13–14].

В 1993 г. на местных и региональных выборах стала проявляться еще одна тревожная тенденция — голосование «ногами», — что ставило вопрос о снижении порога явки. Так, В. С. Комаровский отмечал, что под сомнением оказались планируемые выборы мэра Москвы. По итогам проводимого Политологическим центром РАН исследования (960 респондентов, репрезентативная выборка) твердо можно рассчитывать на участие в выборах лишь 37% избирателей, точно не примут участия — 33%, а остальные пока не определили своей позиции. «Таким образом, судьба возможных выборов была бы в руках 30% не определившихся избирателей» [Комаровский В. С., 1993. С. 56].

А на круглом столе, организованном кафедрой социальной и экономической психологии Российской академии госслужбы в 1994 г., обсуждался вопрос о провале выборов на местном уровне, невзирая на низкий порог в 25% [См.: Местные выборы, 1994. С. 182–187].

Изменилась и сама социология. Как утверждали представители Центра прикладной конъюнктуры, с конца 1993 г. «прикладная социология сделала резкий крен в сторону обслуживания избирательных кампаний и организации медийных войн. При этом исследование федеральной политической ситуации, долгосрочное прогнозирование и поддержка системы принятия политических решений отошли на второй план» [Механизмы власти, 2002. С. 13].

Разумеется, после столь сокрушительной критики и самокритики отечественные социологи провели достаточно серьезную «работу над ошибками». Однако определенные недочеты все равно сохранялись.

Так, Е. Г. Андрющенко, А. В. Дмитриев и Ж. Т. Тощенко («критики слева») по итогам прогнозов осени 1995 г. относительно думских партийных списков указывали на значительные улучшения в области точности результатов при сохранении серьезных ошибок и просчетов. Причем речь не шла о фирмах-однодневках, просто повторявших показатели ведущих центров, за исключением данных по партии-заказчику (метод частичной фальсификации). Среди крупных фирм и экспертов явно уступали своим коллегам службы фондов Карнеги и «Стратегия». Вновь были занижены данные по ЛДПР, зато завышены — по Конгрессу русских общин. Большинство центров явно подыгрывало блоку Явлинского. Причины таких перекосов были вполне очевидны для специалистов. В теоретико-методологической области это в первую очередь слабый учет парадоксальности сознания российского избирателя, преследующего зачастую взаимоисключающие цели. Пример, лежащий на поверхности — персонализация политики. Так, рейтинг Г. А. Явлинского, более высокий, чем у «Яблока», подводил многих исследователей при оценке шансов блока. Слабо учитывался и «эффект от противного», ведущий к голосованию не за меньшее, а за «большее зло». Мало того, большинство служб так и не научились отличать данные опросов от прогнозных показателей.



Исключение составили ФОМ, Институт социологии парламентаризма и Центр социологических исследований «Статус» (редакция «Комсомольской правды»), применившие адекватные методики и потому добившиеся лучших результатов. Нерешенным остался вопрос о сроках обнародования: выдаваемое почти накануне выборов предсказание скорее относилось к вероятным результатам, а не к прогнозам, так как вмешаться и скорректировать процесс, теоретически, было уже невозможно. Также слабо учитывался атрибут пропорциональной избирательной системы в лице 5%-ного барьера, приведшего к потере более половины голосов избирателей.

Зато развернувшиеся дискуссии четко выявили цинизм политического истеблишмента, представители которого «считают нормальным одни и те же правила игры принимать или отвергать в зависимости от ситуации. Те, кто в преддверие выборов 1993 г. превозносили 5%-ный барьер как высшее достижение демократии, в иных, неблагоприятных для них обстоятельствах стали отвергать это положение, используя весь арсенал политической казуистики. Парадоксально, но вместе с тем эти деятели почему-то полагают, что установленная Конституцией явка на выборы 25% избирателей достаточно представительна и демократична, для того чтобы потом диктовать волю 75% не пришедшим на выборы, а если, например, 49% станут говорить от имени избирателей, то это будет уже явно несправедливо, антигуманно и антидемократично» [Андрющенко Е. Г., 1996. С. 8]. Особо отличился Г. А. Сатаров, предложивший отменить голосование по партийным спискам, невзирая на явную криминализацию мажоритарных выборов по одномандатным округам.

Относительно прикладных методик и технологий авторы указывали на следующие особенности. Сохранилась привычная небрежность социологических служб: далеко не везде указываются исходные данные, точное время опроса, погрешности выборки и число лиц, отказавшихся отвечать на вопросы интервьюера. Попытки свалить вину на журналистов выглядели не вполне убедительно, так как сами социологи торопились публиковать результаты, невзирая на качество и объем публикации. Чего уж говорить о жонглировании цифрами: данные часто давались то от числа всех избирателей, то от намеревавшихся идти на выборы, то от числа тех, чьи голоса перейдут от партий, не преодолевших 5%-ный барьер. Не удивительно, что социологи вновь были выбраны официальными СМИ на роль «мальчиков для битья». Что же касается выхода из почти тупиковой ситуации, авторы, наряду с долгосрочным совершенствованием законодательства, предлагали ряд более оперативных мер («краткосрочных методов воздействия»): контроль за выполнением действующих законов по регулированию рынка (в частности, рекламы и авторских прав); введение единых правил обнародования; лицензирование опросных центров со стороны научных и общественных организаций и создание банка данных; сертификация опросов; аккредитация.

Сторонники проправительственных сил из числа журналистов и социологов собрались за круглый стол, созданный по инициативе Фонда за-



щиты гласности в рамках проведения «Мониторинга социологических публикаций в СМИ» (дир. проекта, пред. Фонда А. К. Симонов, рук. проекта В. М. Вильчек, грант Института «Открытое общество»). По мнению Вильчека, в 1995 г. произошла реабилитация социологических служб после провала 1993 г. Однако шельмование со стороны политиков и СМИ продолжалось, причем способствовала этому перепалка между самими социологическими службами, когда одни социологи обвиняли во всех грехах других.

С последним положением согласился и Б. А. Грушин, в целом настроенный не столь оптимистично. Отработанный инструментарий был создан для стабильного общества с устойчивой политической структурой и хотя бы минимальным уровнем политической культуры масс, почему он и не работает в современных российских условиях. Чего уж говорить о появившихся в огромном количестве «халтурщиках». Негативное отношение к социологам со стороны дилетантов вряд ли удастся изменить. Если переданная социологом информация «подается фальшиво, интерпретируется фальшиво и вокруг нее все время возникают какие-то тексты, связанные с криминальной лексикой — смысла в ее публикации я не вижу. Ситуация усугубляется в связи со все более острой политической дифференциацией, которая имеет место в нашем обществе, заинтересованности в объективной подаче информации я просто ни у кого не вижу, и это делает нашу работу достаточно бесперспективной» [Пугачева М. Г., 1996. С. 244].

Н. И. Бетанели указал на неразработанность психологических аспектов исследований, в первую очередь — на отсутствие приемлемой концепции поведения. Но это обстоятельство только проявление общих недостатков. «Нынешняя социология, к сожалению, отличается верхоглядством. Вот мы говорим: выборка. Но разве обладаем точными знаниями о социальной структуре общества? Мы говорим: опрос по месту жительства. Сегодня население довольно запугано, и интервьюеру трудно попасть к человеку в дом, наши выборки, скажем, по списку избирателей «летят». Еще одна особенность: годы авторитаризма сформировали такой тип личности, которая говорит одно, думает по-другому, а действует по-третьему. Мы с таким явлением сталкиваемся постоянно, и это тоже объективная причина, из-за которой достижение истины довольно затруднительно. Наконец, у нас нет сильной школы интервьюеров. Ни гэллаповская структура, ни другие на Западе не обязаны иметь сеть интервьюеров на местах — везде есть региональные сети, к которым я как исследователь могу обратиться. Здесь же каждый из нас должен иметь свою сеть или же (когда есть общая сеть) работать с людьми, которые одинаково халтурно относятся и к нашим исследованиям, и к исследованиям коллег» [Пугачева М. Г., 1996. С. 246].

В. А. Ядов также подчеркнул чрезвычайную важность отделения социологической информации от публицистических комментариев. «Может быть, просто договориться и придерживаться того правила, что социолог должен сопровождать публикацию аккуратным техническим комментарием (сведе-

ния о выборке, особенностях той или иной группы, которые ему достоверно известны, или во всяком случае он может за это отвечать). А вот что касается всякого рода оценок, комментариев содержательного свойства — пускай это делает газета. Газета ангажирована по определению — социолог по определению не может быть ангажирован» [Пугачева М. Г., 1996. С. 246–247].

Р. С. Могилевский попытался оценить взаимоотношения социологов и журналистов в рыночных понятиях. Отсюда и проблема формирующихся социологических «брендов». «Однако так случилось, что деньги чаще лежат не там, где находятся наиболее ценные в социологии кадры. И я бы на месте журналистов все-таки обращался туда, где есть деньги, потому что социология — очень затратное дело, особенно на тех фазах, которые менее заметны для журналистов (прежде всего сбора информации). Нужно прийти в офис и посмотреть, каков он, нужно узнать, есть ли сеть интервьюеров, есть ли независимый контроль, как он обеспечивается, есть ли статистический контроль данных и т. д. При таких условиях социолог получает надежные сведения, а журналист склонен ему доверять» [Пугачева М. Г., 1996. С. 247].

Итак, когда сформируется высокая культура потребления, тогда и будет качественный социологический «продукт».

Вполне оптимистические выводы из урока 1993 г. сделал Ю. А. Левада, по мнению которого «концепции движения общества, которое вначале бежало за лидером, того общества, о котором сейчас еще многие тоскуют, модели монолитного общества у нас не было. А еще в 93-м мы ее ждали. Отсюда и некоторые наши ошибки. <...> Декабрьские выборы 1995 г., по сути, стали всеобщим, представительным опросом, отразившим состояние общественного мнения — реального, с минимальной долей фальсификации. <...> У меня такое представление, что массовый «электорат», голосовавший за антидемократические силы, не читал наших данных и вряд ли интересовался теми издевками, которые раздавались в его адрес. Это урок на будущее, урок сложный» [Пугачева М. Г., 1996. С. 250].

Так сказать, учитесь плюрализму у народа.

Тот же Грушин выступил с программной статьей, оценивая декабрь 1993 г. как «сокрушительное фиаско», а декабрь 1995 г. — как «сомнительное торжество». Ни о какой «полной реабилитации» социологии речи быть не может. В современной России общественное мнение «существует далеко не везде, то есть не во всех социальных средах, и далеко не всегда, то есть не по каждому заслуживающему внимания и интереса, волнующему исследователя поводу.

Будучи теоретически неискушенной основная масса наших поллстеров в прекрасном самочувствии не только не замечает этого решающего препятствия на своем пути, но даже не догадывается о его существовании. В результате препятствие остается непреодоленным и жестко мстит за себя, неизменно оборачиваясь более или менее безобидной подменой объективной картины вещей системой сфабрикованных в ходе исследования артефактов,

то есть большей или меньшей фальсификацией реального состояния массового сознания» [Грушин Б. А., 1996. С. 142].

Условно выборы 1995 г. можно было определить как окончание первого электорального цикла. Так, В. Я. Гельман выражал надежду, что «период «бури и натиска» в электоральной политике России уже завершен. Радикальная трансформация российской избирательной системы, предпринятая в 1993–1995 гг., как бы критически ни относиться к отдельным ее последствиям, позволила более или менее устойчиво структурировать состав Думы, добиться если еще не вполне свободных и честных выборов, то все же использования конкурентного и по большей части законного способа мирной смены власти» [Гельман В. Я., 1996. С. 99].

Он видел две угрозы «законной и мирной смене власти»: 1. сочетание президентской формы правления с полупропорциональной электоральной формулой, что подрывало авторитет Думы и давало козыри внепарламентской оппозиции; 2. перспективы формирования в случае победы Зюганова на президентских выборах многопартийной системы с КПРФ в роли доминирующей партии и маргинализацией — всех остальных. Впрочем, последняя перспектива маловероятна в связи с неоднородностью состава партии и противоречивостью ее идейных установок, чреватых фрагментацией левых сил в случае успеха.

В лагере левой оппозиции долго сохранялись иллюзии о вполне законном приходе к власти, причем, при соблюдении определенных условий. По мнению социологов Института социально-политических исследований, «фаворитом предвыборной президентской гонки на январь 1996 г. являлся Г. А. Зюганов. Он значительно опережал своих соперников. Общая предвыборная ситуация, социально-политическая и экономическая обстановка в стране складывается в его пользу. В случае соблюдения норм и процедуры демократических выборов, при отсутствии у КПРФ и Г. А. Зюганова крупных ошибок в ведении предвыборной кампании вероятность его победы остается высокой» [Левашов В. К., 1996. С. 18].

Совершенно иные настроения царили среди социологов, обслуживающих партию власти. Так, на очередном круглом столе В. М. Вильчек, вспоминая декабрь 1993 г., заявил, что «в 1995-м истории повторились с зеркальной точностью: «выбороссы» были досрочно отправлены социологами на скамейку штрафников, а руки потирали «непримиримые». Н. Рыжков как заклинание повторял: по данным Института социально-политических исследований РАН, уже 70% россиян готовы голосовать против существующего режима, то есть за оппозицию, которую он, Рыжков, со товарищи старается объединить и сплотить. <...> Впрочем, невелика беда, если в мифические 70% готовых выполнить команду «кругом!» поверит Рыжков и горстка его читателей. Беда, если бы поверили имущие реальную власть. Они получили бы моральное и вполне разумное основание заблокировать выборы: еще одной революции Россия не выдержит» [Социология и пресса

в период парламентских и президентских выборов 1995 и 1996 гг., 1996. С. 4–5].

Вот такой «альтернативный демократический выбор»: пока победа предсказуема, электоральная игра возможна, если нет — выборы надо отменить. Причем не только по рациональным, но и по моральным соображениям!

Недаром основной критике подвергся Центр исследований политической культуры России при КПРФ. А. Симонов и В. Вильчек даже высказали «смутное ощущение, что ЦИПКР вообще не тратится на опросы, а имитирует данные, ориентируясь на замеры явно не ангажированных коммунистами служб, если и пока эти данные совпадают с желаемыми» [Социология и пресса в период парламентских и президентских выборов 1995 и 1996 гг., 1996. С. 89].

О развитии подобного безальтернативного сценария писали В. А. Ачкасов, С. М. Елисеев и С. А. Ланцов: «В ходе президентского избирательного марафона многие просчеты предшествующей кампании были учтены: декларации по поводу необходимости укрепления российской государственности подкреплялись акциями, призванными продемонстрировать эффективность и силу власти, а также сопровождались «чистками» исполнительного аппарата и жесткой антикоммунистической риторикой. Новый «образ врага» — это коммунисты с их планами реставрации «реального социализма сталинского образца». Как говорят, «разбитый противник хорошо учится», и потому представляется маловероятным, что «партия власти» позволит «Народно-патриотическому блоку» выиграть на главных для России — президентских — выборах. Российские же избиратели вновь оказались в ситуации выбора между «плохим» и «худшим», в ситуации, когда в России возможно почти все и почти ничего нельзя исключить» [Ачкасов В. А., 1996. С. 124].

Разумеется, в таких условиях выборы не воспринимались значительной частью населения как основной способ легитимации власти. По мнению В. С. Комаровского, «строго говоря, ни одни выборы, проходившие в России начиная с 1989 г. (до этого времени о выборах в советской России просто не имеет смысла говорить), нельзя назвать справедливыми. И в силу несовершенства законодательства о выборах, и в силу того, что каждая из находящихся в определенный момент у власти политическая сила — будь то КПСС или победившие оппоненты — делала процедуру, «правила игры» на выборах «под себя». Справедливости ради стоит отметить: после завершения выборов вдруг выясняется, что «другая сторона» тоже может пользоваться лазейками, оставленными властвующими «для себя», как это сделал В. Жириновский на выборах 1993 г. <...> и после выборов 1993 г., выборов Президента РФ политическая система России и правящая элита в глазах большей части населения (и не только из числа «непримиримой оппозиции») оставалась нелегитимной. И после выборов декабря 1995 г. их легитимность

ставится под сомнение уже правым крылом политического спектра» [Комаровский В. С., 1996. С. 20, 22].

Так что итог кампании «Голосуй, а то проиграешь» был вполне предсказуем. «Большинство ельцинских избирателей вряд ли выразили бы свои мотивы именно в таких или каких-либо других терминах, используемых прессой и политологами, нередко они ссылались на какие-то чисто личностные «внешние» или «внутренние» достоинства своего избранника или на его безальтернативность («больше не за кого голосовать»), но за этими безыскусными, подчас наивными суждениями стояло определенное представление о желательном будущем страны» [Дилигенский Г. Г., 1996. С. 5].

Как объяснял А. М. Салмин, население России разделилось на два лагеря по экономическим (потребительским) ориентациям: 1) дефицит товаров при низких ценах; 2) изобилие товаров при высоких ценах. Причем «выбравших второй оказалось больше, чем тех, кто предпочел первый, характерный для советского периода» [Салмин А. М., 1997. С. 119].

После переизбрания Б. Н. Ельцина «интрига» перестала волновать большинство избирателей. М. В. Малютин в мае 1997 г. отмечал, что «итоги голосований позволяют в полной мере оценить даже не столько политическую стабильность в стране (по предпочтениям населения в ходе кампаний), сколько колоссальную социальную пассивность основной массы жителей России, поражающую всех мало-мальски объективных иностранных наблюдателей» [Малютин М. В., 1998. С. 49–50].

Новые парламентские и президентские выборы раскололи специалистов на «оптимистов» и «пессимистов».

1) В. Я. Гельман даже предполагал, «что выборы 1999–2000 гг. могут носить характер «учредительных выборов» не в меньшей мере, чем выборы 1993–1996 гг. Если угроза поражения в ходе электоральной конкуренции и исчезновения в качестве политических акторов будет вынуждать политические партии и группировки российских политиков к согласию на выбор институтов, исключающих исход борьбы по принципу «победитель получает все», то шансы на демократическую консолидацию России после завершения нового электорального цикла могут значительно возрасти. Но такой исход является лишь одним из возможных вариантов российской трансформации. Срыв выборов, возврат к недемократическому характеру их проведения или сохранение нынешних электоральных практик гибридного режима остаются не менее реальными альтернативами российской демократии» [Гельман В. Я., 1999. С. 62].

2) «Символом избирательного карнавала в 1995 г. были деньги, а главными героями — русские «олигархи». В 1996 г. символом стали средства массовой информации, в первую очередь телевидение. Героями дня предстали телеведущие и «спецы» в области информационных технологий. По этой причине ожидалось, что и 1999 г. будет бенефисом русских ротшильдов и мердоков. Однако со второй половины 1998 г. в России началось разоблаче-

ние мистификаций — почти по булгаковскому роману. И независимые «русские деньги», и независимые «русские СМИ» оказались попросту мыльным пузырем в демократическом антураже. <...> Выборы 1999–2000 гг. при любых обстоятельствах не станут вехой в истории России» [Пастухов В. Б., 1999. С. 10, 16].

Основная борьба между центральной и региональной бюрократией развернулась вне избирательного процесса, а их представители «Единство» и «Отечество — вся Россия» задали новую политическую интригу. Думские выборы действительно не принесли особых сенсаций для исследователей. По мнению Б. В. Овчинникова, «выборы 1999 г. показали временность, ситуативную ограниченность бытовавшего прежде определения раскола с помощью оппозиций «демократы — коммунисты», «за Ельцина — против Ельцина» и т. д. В отличие от прошлых думских выборов, на этот раз по одну сторону «баррикад» оказались и главная оппозиционная сила (коммунисты), и проправительственный блок «Единство» [Овчинников Б. В., 2000. С. 78–79].

По мнению редакции журнала «Политические исследования (Полис)», «итоги парламентских выборов показали, что не оправдались многочисленные прогнозы о нарастающей маргинализации КПРФ и ЛДПР. Для многих неожиданностью стали результаты «Единства» и СПС. Значительная часть российских политологов, не говоря уже о политиках и рядовых гражданах, восприняли эти выборы как очередное свидетельство непредсказуемости политического поведения российских избирателей.

Вместе с тем некоторые политические технологи и аналитики все же высказались в пользу того, что результаты декабрьских выборов закономерны и потому в целом объяснимы и предсказуемы (речь идет не о точных процентах поданных голосов, а о главных тенденциях). Подобные утверждения обнадеживают. Однако большинство из таких мнений, к сожалению, основаны не на всестороннем исследовании данных явлений, включающем в себя солидное теоретическое обоснование, а на интуиции и фрагментарных, конъюнктурных аналитических выкладках, не учитывающих долгосрочные факторы и тенденции электорального процесса» [Структура и динамика российского электорального пространства, 2000. С. 80].

При анализе работы социологических служб по выборам в Государственную думу по пропорциональной системе, М. Н. Руткевич особо выделял исследования РОМИР, наиболее четко учитывающего динамику настроений избирателей в 1999 г. [См.: Руткевич М. Н. Выборы-99, 2000. С. 3–12].

Представители «Российского общественно-политического центра», напротив, указывали на серьезные ошибки РОМИР (Центр «Российское общественное мнение и исследование рынка») в прогнозе итогов по всем партиям и блокам, за исключением «Яблока». В целом же «российская электоральная социология в ходе избирательной кампании 1999 г. продемонстрировала достаточную адекватность. Колебания партийных рей-



тингов хорошо коррелируются с изменениями политической ситуации и с рейтингами президентскими. В ряде случаев (как, например, одновременный выход на плато уровней поддержки «Единства» и В. Путина к середине ноября и синхронное возобновление их роста после заявления премьер-министра о намерении голосовать именно за этот блок) можно предположить и наличие обратной связи. Даже столь проблемная ситуация, как внезапный выход на политическую арену «Единства» и стремительный взлет его популярности, на самом деле не вызвала особых затруднений. Результаты остальных «победителей» гонки также вполне укладываются в рамки экстраполяционных интервалов (в наименьшей степени это утверждение относится разве что к «Яблоку»)» [Гребенникова А. В., 2000. С. 85–86].

Наиболее интересную версию деятельности социологических служб предложил студент Московского государственного социального университета М. О. Тульский, довольно четко обозначивший главные технические проблемы (напр., несопоставимость данных разных типов опросов или невозможность учета фальсификаций при проведении опросов). По его мнению, по качеству итогов опросов лидировал с большим отрывом ФОМ, выполняющий заказы Администрации Президента, 2–3 места делили АРПИ (Агентство региональных политических исследований) и ВЦИОМ, далее следовали РОМИР и ЦИПКР. По официальным расходам на исследования картина обратная (по возрастанию расходов службы выстроились так: (ЦИПКР–ВЦИОМ–РОМИР–ФОМ–АРПИ). Отсюда выводилось положение о том, что по эффективности проведения опросов (соотношение «цена/качество») лидировали ЦИПКР (за счет самых дешевых опросов) и ФОМ (за счет высокого качества опросов), далее следовал ВЦИОМ, а при разных способах подсчета (учет затрат на оплату услуг интервьюеров и набивщиков) РОМИР и АРПИ занимали или 4, или 5 места [См.: Тульский М. О., 2000. С. 23–32].

Никуда не исчезла политическая ангажированность социологов. По мнению Е. Г. Андрющенко, принятые нормы закона, особенно в области обнародования результатов опросов во время самих выборов, нарушались не только «самозванцами» наподобие Г. О. Павловского, но и профессионалами: Ю. А. Левада (ВЦИОМ) и А. А. Ослон (ФОМ). Сложно говорить о полноценных прогнозах, пока продуктами социологических служб являются только «рейтинги», хотя уже и относительно точные. «Подавляющее большинство социологических центров точно назвали именно те партии и избирательные объединения, которые имели реальный шанс пройти в Думу. Все шесть. Даже их очередность по популярности. Назвали и группы риска. Именно благодаря социологам огромной массе избирателей удалось правильно сориентироваться, не бросить бюллетени мимо урны» [Андрющенко Е. Г., 2000. С. 18].

Б. Ф. Усманов также указывал на этот прием социологического «агитпропа». «Тенденциозно используемая методика опроса («социально ожидае-



мые» ответы на вопросы из совсем другой системы координат) и такая же трактовка материалов создают базу под искомый результат, а с ним и вероятность предсказуемого воздействия на избирателя: если сообщается, что такая-то партия опережает другие, то она получает дополнительных сторонников из числа «неопределившихся»; если показывается, что кто-то, наоборот, отстает в популярности от конкурентов, это ведет к новым потерям голосов» [Усманов Б. Ф., 2000. С. 56].

Выборы главы государства имели не относящуюся к избирательному процессу интригу: «каким окажется лицо власти по завершении выборов, куда поведет страну ее новый Президент. Бесспорный лидер этой кампании, будущий президент страны выглядел чрезмерно «эмансипированным», «освобожденным» от прежде надежных внутренних ограничителей власти, таких, например, как сформировавшийся при Ельцине верхушечный пакт-сговор между федеральным центром, «олигархами» и региональными «баронами» [Лапкин В. В., 2000. С. 51].

Сотрудники Фонда «Информатика для демократии», возглавляемого бывшим помощником Б. Н. Ельцина Г. А. Сатаровым, совершили неожиданное открытие. «Главным итогом выборов Президента РФ можно считать то, что политической элите и российской бюрократии удалось избежать передачи власти посредством свободных, честных, демократических выборов. Верховная власть в России была передана от бывшего Президента РФ Бориса Ельцина выбранному им преемнику, а процедура выборов эту передачу власти только легитимировала» [Интернет-мониторинг выборов в России, 2001. С. 67].

Итак, «демократический транзит» не состоялся! Вместо реваншистов-коммунистов был назначен новый враг вестернизации России.

Президентские выборы, по мнению того же Руткевича, были организованы по образцу предыдущих: стремительный рост рейтинга претендента; перенос выборов с июня на март 2000 г.; максимальное использование административного ресурса по всем направлениям; массовые фальсификации (вплоть до «потери» ЦИК 701 тыс. голосов) и т. п. Зато цель — победа в первом туре — была достигнута.

По-видимому, именно подобная предсказуемость и облегчила работу социологов при сохранении уже набивших оскомину ошибок. «В целом сравнение результатов работы пяти центров в декабре 1999 и в марте 2000 г. свидетельствует об устойчивой позиции АРПИ и РОМИР, резком улучшении работы РНИСиНП и наименьшей близости к результатам голосования данных, представленных такими, наиболее широко популяризируемыми СМИ центрами, как ВЦИОМ и ФОМ.

На наш взгляд, по итогам деятельности в период подготовки думских и президентских выборов можно высказать пожелание специализированным социологическим центрам: подвергнуть еще раз анализу принятые ими методики, прежде всего определение выборки при опросах населения. Недооцен-

ка протестного электората, а тем самым влияния КПРФ, свидетельствует о недостаточном представительстве в выборке вполне определенных категорий населения: жителей деревень и малых городов, пенсионеров, малооплачиваемых социальных слоев и т. д. Сравнение реальных ошибок, допускаемых при замерах общественного мнения отечественными центрами, с пределами ошибок, всегда указываемых аналогичными центрами за рубежом, оказывается не в пользу первых» [Руткевич М. Н. Президентские, 2000. С. 41–42].

Напротив, многие политологи высоко оценивали уровень электоральной социологии. Так, руководители Центра политических технологий заявляли, «что такое прогнозирование было бы невозможно, если бы за минувшее десятилетие в стране не появились профессиональные и компетентные социологические службы. Крупнейшие из них научились грамотно и более-менее точно улавливать тенденции в общественном мнении, в том числе — и рейтинги популярности политиков и партий. Только воздав нашим коллегам-социологам должное за эти достижения, можно начинать их критиковать: цифры не всегда точны, выборка неидеальна и т. п. Не будем говорить о фактах подтасовки данных и еще более частых конъюнктурных комментариях вокруг результатов социологических опросов. Серьезные социологические центры (в первую очередь — ВЦИОМ и Фонд «Общественное мнение») слишком дорожат своим именем, чтобы намеренно исказить аналитические данные» [Бунин И. М., 2001. С. 251].

В дальнейшем степень предсказуемости избирательного процесса только увеличивалась. Так, по думским выборам 2003 г. А. А. Ослон признал следующие ошибки, допущенные при составлении прогноза ФОМ: 1) доля голосов за КПРФ по причинам «охлаждения» избирателей к Г. А. Зюганову и появления альтернативы в лице «Родины»; 2) предполагаемая явка по причине того, что сторонников «Яблока» пришло меньше, чем ожидалось [См.: Ослон А. А., 2004. С. 26–28].

Относительно выборов глав исполнительной власти субъектов Российской Федерации И. Н. Панарин весьма неудовлетворительно оценивал работу социологов, так как «большинство из них были призваны не столько отражать, сколько формировать общественное мнение, поскольку социологи находились в непосредственной финансовой зависимости от конкретных заказчиков и выбирали для публикации наиболее подходящие данные, естественно, что эти прогнозы не осуществлялись» [Панарин И. Н., 2003. С. 133–134].

Кстати, по мнению Г. В. Голосова, «именно в первой половине 2000-х годов широкое распространение получила практика устранения оппозиционеров из региональной политики: их либо не допускали к участию в выборах, либо снимали с них» [Голосов Г. В., 2008. С. 27].

Перед переизбранием В. В. Путина Л. А. Седов подвел итоги электорального развития и пришел к неутешительным для либерала выводам: «можно отметить как основную черту сложившейся ситуации своего рода

возвращение «на круги своя» в том плане, что население страны снова, как и в 1991 г., сделало ставку не на институты гражданского общества, а на единоличного лидера. И, как и во времена расцвета популярности Ельцина, за этим лидером стоит половина страны, другая же половина относится к нему не столь однозначно» [Седов Л. А., 2003. С. 69].

Ю. Г. Коргунюк описывал «машину управляемой демократии» в стиле классической сатиры. «Госдума под руководством «Единой России», точнее, курирующей последнюю президентской администрации внесла в выборное законодательство изменения, максимально облегчающие жизнь «партии власти» (отмена ограничений на использование «паровозов»; предоставление кандидатам, отказавшимся от депутатского кресла, возможности забрать мандат «назад»; разрешение госслужащим класса «А» не уходить в отпуск на период избирательной кампании и т. п.) и максимально осложняющие ее для оппозиции (запрет на создание блоков, включение членов одной партии в предвыборный список другой и переход из фракции во фракцию; снижение до 5% числа подписей, недостоверность которых влечет за собой отказ в регистрации списка, и пр.).

Кремль удалил с политической сцены дискредитировавшие себя в его глазах «Родину» и Российскую партию пенсионеров, загнав их в колхоз под названием «Справедливая Россия», то есть в переименованную Российскую партию жизни во главе с архилояльнейшим С. Мироновым.

Федеральная регистрационная служба позаботилась отсечь от выборов «козлиц» (Республиканская партия, РКРП-РПК, «Великая Россия») и дать зеленую улицу «агнцам» («Гражданская сила», ДПР, Партия социальной справедливости), чьим единственным предназначением было ставить подножки неблагонадежным субъектам, которых допустили к гонке исключительно по необходимости соблюдать непонятные приличия, принятые в пресловутом цивилизованном мире. То, что не доделала Росрегистрация, подчистил Центризбирком, «завернувший» списки «Народного союза», но почти не обнаруживший недостоверных подписей среди представленных «Гражданской силой», ДПР и ПСС. В итоге за бортом практически в полном составе оказались националисты — не считая отдельных «великороссов», баллотировавшихся по спискам кто «Патриотов России», кто «Справедливой России».

В свою очередь, президентская администрация выдавила из партийных списков всех неудобных ей политиков — нажима не выдержал никто: ни коммунисты, ни «правые», ни тем более «эсеры».

С началом предвыборной агитации функция реостата перешла к государственным телеканалам, с утра до ночи пичкавшим зрителя громадными дозами представителей ЕР и, разумеется, первого номера ее списка; прочие участники выборов были помещены в самый темный угол. Не остались без работы и региональные администрации, благодаря усилиям которых избирательная кампания доходила до неполитизированных граждан только в виде

реляций от «Единой России» и, изредка, ЛДПР и «Справедливой России»; и начальство всех рангов, гнавшее подчиненных на выборы и требовавшее доказательств голосования именно за ЕР; и сотрудники МВД, блокировавшие деятельность всех «посторонних» агитаторов и в массовых масштабах изымавшие у них печатную продукцию, а также сотрудники прокуратуры, предписывавшие вернуть изъятое в течение месяца — как раз после дня голосования» [Коргунюк Ю. Г., 2008. С. 169–170].

Однако «чистота» избирательных процедур мало волновала прошедших через «горнило» 1990-х годов граждан. На основании исследований «Левада-Центра» Л. А. Седов установил, «что слова «демократ» и «демократия» в сознании большинства людей означают далеко не одно и то же. Если «демократам» сочувствуют, как показано выше, 17% опрошиваемых, то на вопрос о том, по какому пути будут развиваться события в стране после избрания Путина на второй президентский срок, 55% ответили, что в стране будет происходить дальнейшее развитие демократии; в том числе такой ответ дали 77% из тех, кто полностью доверяет Путину, и 61% из тех, кто «скорее доверяет». То есть люди ждут развития демократии (какой бы различный смысл ни вкладывался в это понятие, он всегда положителен) и настоящим демократом считают Путина, а не тех, кого принято называть «демократами». Первые 4 года президентства Путина укрепили в населении уверенность в том, что он именно демократ, а не сторонник сохранения ельцинских порядков и не диктатор. Причем мнение о Путине как о лидере, ведущем страну по пути демократии, доминирует во всех электоратах (чуть меньше в электорате КПРФ), а опасения в отношении диктаторских тенденций присущи в наибольшей мере «яблочникам» [Седов Л. А., 2004. С. 71].

Имелась и противоположная точка зрения. Так, опирающийся на исследования ФОМ Г. Л. Кертман писал, что, «хотя подавляющее большинство респондентов высказываются в пользу института выборов, практика их проведения в сегодняшней России вызывает едва ли не всеобщее недовольство, которое некоторые участники опроса умудряются выразить даже в ответах на вопрос, почему они считают выборы необходимыми.

«Нужны, но не такие, как у нас»; «все выборы куплены»; «нужны демократические выборы, а не такие, как сейчас»; «если они проходят честно, то без них никак нельзя»; «по идее — нужны, но фактически — без толку».

Эти респонденты, таким образом, склонны противопоставлять реальные выборы, проходящие в России, выборам идеальным — какими они должны быть в принципе» [Выборы, 2005. С. 77–78].

Ю. А. Левада определял первый президентский срок В. В. Путина как полный успех нового стиля правления и механизма административного управления страной. Проблема явки избирателей была успешно решена. «Как и ожидалось, главной, «большой» интригой выборов стала сверхзадача обеспечения преемственности власти на перспективу следующего электорального цикла (к 2008 г.) или даже далее него. Известно, что ни один режим из суще-

ствовавших в стране за последнее 100-летие не был способен с ней справиться, каждая смена «караула» на вершине выглядела как отрицание действий и деятелей непосредственно предшествующего периода. События предвыборных недель (особенно с отставкой правительства) показали доминирующую озабоченность правящих структур созданием механизма плавной, неконфронтационной преемственности» [Левада Ю. А., 2004. С. 11].

23 января 2007 г. на круглом столе, прошедшем в РАГС, С. В. Устименко заявил, что «к середине 90-х годов практика выборности в России распространилась на большинство институтов государственной власти и местного самоуправления, начиная от всенародных выборов президента страны, двух палат Федерального собрания, региональных органов власти и заканчивая выборами органов местного самоуправления. В стране сложилась система всеобщности выборов властных органов. Они стали, пусть и с элементами определенной формальности, подконтрольны гражданам — избирателям.

Но уже к концу 90-х годов обозначились такие особенности «выборов по-российски», как «технологии административного ресурса», криминализация избирательного процесса, засилие манипулятивных технологий с грязным оттенком, активное участие в избирательных гонках крупных экономических субъектов, всевластие телевидения (синдром Доренко) и другие, что во многом подорвало в общественном мнении отношение к выборам как к демократическому институту. <...> Формирование государственной вертикали власти, укрепление исполнительных институтов привело в 2000-х годах к радикальному ограничению института выборности, назначению членов СФ региональными властями под присмотром федерального центра, по сути дела, назначению губернаторов, переходу к пропорциональной системе выборов законодательных органов власти как в регионах, так и в центре.

Одновременно с этим — беспорные успехи страны в социально-экономическом секторе, всенародная поддержка курса президента» [Выборы в России, 2007. С. 10].

В очередной раз произошла трансформация партийной системы. По подсчетам А. В. Кынева, «к концу 2007 г. в стране оставалось только 15 партий (фактически — 14 по причине недееспособности Партии возрождения России). Теперь же в условиях резкого ужесточения как партийного, так и собственно избирательного законодательства, приведшего к резкому сокращению возможностей политической конкуренции и поиску регионами своих политических моделей (запрет избирательных блоков, чрезмерное ужесточение партийного законодательства, запрет на переход депутатов в иные партии и т. д.), от этой свободы осталась только видимость. Все, кто не вписывался в довольно узкое «прокрустово ложе» нынешней политической системы, фактически лишались права на существование. Они должны были либо исчезнуть вообще, либо искусственно выдавливались за рамки легального политического процесса.

С учетом упомянутого постоянного ужесточения правил региональных выборов не удивительно, что в декабре 2007 и марте 2008 г. в большинстве регионов в выборах участвовали только партии, представленные в Государственной думе РФ — «Единая Россия», КПРФ, ЛДПР и «Справедливая Россия». Только им законодательные препятствия оказались не страшны (точнее, страшны, просто в меньшей степени и меньшее число препятствий), так как закон дает им привилегии в виде регистрации их региональных списков без внесения подписей или залогов» [Кынев А. В., 2009. С. 11].

По поводу итогов думских выборов состоялась дискуссия в Центральном доме журналистов (18.02.2008). Причем, по заявлению самих организаторов, «информационным поводом» для дискуссии послужила высокая степень совпадения данных социологических опросов о распределении голосов на парламентских выборах 2007 г. трех ведущих компаний — ВЦИОМ, ФОМ, «Левада-центр» — с данными exit polls и официальными данными ЦИК РФ. Даже если не принимать во внимание сведения о фальсификациях (например, в Ингушетии), подобное совпадение вызывает множество вопросов [См.: Что происходит с российской социологией, 2008]. Так что социологов теперь смущала другая крайность — полная предсказуемость результатов выборов.

Сотрудник ВЦИОМ Л. Г. Бызов описывал опасности, связанные со смелой президентом. Ведь «сильное социально ориентированное государство с наличием рыночных отношений и демократии — вот мечта россиян, осуществление которой они лишь частично дождались при В. Путине. Сбудется ли она при путинском преемнике?

Пока социология бессильна дать ответ на этот вопрос. Однако многое указывает на то, что перемены будут и, возможно, будут более значительными, чем это сегодня представляется обществу, убаюканному годами политической стабильности. Политическая система страны вступает в фазу повышенного риска. Временные запасы периода социальной стабильности постепенно истощаются, и их может не хватить на весь новый избирательный цикл. Значительная часть политического класса маргинализируется. Институты многопартийности, представительной власти в целом, призванные быть буфером между обществом и властью, плохо справляются с этой задачей. Выстроенная вертикаль власти может быть подвергнута эрозии» [Бызов Л. Г., 2007. С. 11].

Зато в «путеводителе», подготовленном все тем же ВЦИОМ, был предложен весьма оптимистический для существующих властных структур вариант рационального выбора. «Итак, можно с большой долей уверенности прогнозировать, что избирательные кампании 2007–2008 гг. будут проходить в принципиально иной общественной атмосфере, чем это было, например, в 1996 г. и в 2000 г., когда страна пребывала в глубоком экономическом кризисе, была политически и идеологически расколота, а «торговля страхом» являлась чуть ли не единственным орудием политической борьбы. Сегодня



россиян очень трудно чем-то всерьез напугать или предложить повестку дня, которая большинству населения не интересна. Политический выбор людей будет определяться оценкой социально-экономической ситуации в стране, действий властей, включая президента и ту партию, которая эту власть представляет. Иными словами, избиратель будет исходить из довольно простой альтернативы: если при действующей власти ему жилось хорошо и то, что происходило в стране, ему импонирует, он проголосует за правительственную партию, если нет — то за оппозицию. Впрочем, в обоих случаях возможен и другой вариант — человек просто не пойдет на выборы» [Путеводитель по выборам, 2007. С. 189].

Недаром руководитель ВЦИОМ определял президентские выборы 2008 г. как второй этап плебисцита о доверии Путину (и выбранному им преемнику), после чего «бывший-будущий» президент «поднялся еще выше в пространстве политического мифа: он стал восприниматься как лидер, стоящий над всей политической системой, главный выразитель народных чаяний, конечная инстанция для народных апелляций» [Федоров В. В., 2010. С. 78].

По мнению П. В. Панова, избирательная интрига «ушла» с национально-го уровня. «В России федеральные выборы фактически уже перестали быть конкурентными. На субнациональном (региональном и муниципальном) уровне наблюдается более сложная картина. Здесь правящим группам не всегда удается устранить неподконтрольные им политические силы с электоральной арены, межэлитные противоречия не всегда разрешаются путем непубличных (закулисных) сделок и договоренностей между элитными группами, а порой выходят на поверхность, и политические акторы открыто борются за голоса избирателей. Наличие или отсутствие электоральной конкуренции, таким образом, в значительной мере является индикатором структуры элиты и стратегий взаимодействия между элитными группами» [Панов П. В., 2009. С. 44].

Приговор представителей «свободного мира» предугадать было несложно, ведь постепенно менялся внешнеполитический курс российского руководства. Так, сотрудники Университета Мичигана (Анн-Арбор, США) заявляли, что с 2000 г. в России наблюдается последовательный демонтаж института выборов. 1) Рост институциональных барьеров, подавляющих электоральную конкуренцию между партиями и кандидатами (ужесточение регистрационных требований, повышение заградительных барьеров для политических партий, отмена возможности протестного голосования и порога минимальной явки и т. д.). 2) Избирательные кампании характеризуются явной асимметричностью (избыточной позитивной информационной и финансовой поддержкой прокремлевских кандидатов в сочетании с кампаниями по шельмованию политических конкурентов Кремля). 3) Последовательное снижение транспарентности российских выборов (деятельность избирательных комиссий практически закрыта для российской и международной общественности). Так, если в 2004 г. ОБСЕ дало негативную оценку выборам, то к



2008 г. ситуация настолько осложнилась, что международные организации отказались от наблюдения [См.: Мебейн У. Р. мл., 2009. С. 57].

На круглом столе, организованном кафедрой социологии и психологии политики факультета политологии МГУ 26 октября 2011 г., Е. Б. Шестопал сравнила выборы с политическим «Юрьевым днем», в который граждане могут показать власти, что они о ней на самом деле думают. Причем границы категорий «власть» и «оппозиция» в представлениях опрошенных являются достаточно размытыми, так как для них не ясно, кто входит в состав власти (кроме тандема, представляемого четко).

Ею были выделены основные тренды массового политического сознания: 1) Сама политическая система в момент выборов теряет устойчивость. Общественные настроения весьма неустойчивы. 2) В сознании граждан произошли существенные изменения в запросах к власти. Запрос на стабильность, характерный для 2000-х гг., хотя еще и сохраняется, но уже подвергается существенной корректировке. Появилось первое постсоветское поколение, которое усвоило официальную либеральную лексику и готово к большей активности. Предпенсионная возрастная группа (50–60) и пенсионеры поддерживают молодежь в их готовности к различным формам политической активности (не только конвенциональным). 3) Происходит серьезная дифференциация общества по отношению к власти. Если общий фон для власти пока достаточно благоприятен (пассивность большинства + доверие к лидерам + отсутствие выбора среди лидеров), то для образованного и более молодого слоя людей среднего класса (особенно мужчин), включенных в новые формы политической коммуникации, как раз характерен резкий рост критичности в отношении власти. 4) Этой неустойчивости противостоит ряд противоположных трендов. Так, возвращение Путина в роли президента, несомненно, снижает возникшую тревожность. Его фигура служит фактором укрепления устойчивости политической системы. Другим стабилизирующим фактором является отсутствие авторитетной оппозиции, отсутствие сильных лидеров, сопоставимых по влиянию с Путиным. Однако этот фактор, скорее всего, может оказать воздействие только в краткосрочной перспективе. В долгосрочной перспективе он, напротив, может привести к серьезным проблемам [См.: Российское общество и власть накануне выборов, 2012. С. 149–153].

Г. Л. Кертман полагал, что рокировка первых лиц никакого влияния на массовые настроения не оказала, рейтинги абсолютно никуда не сдвинулись, разве что в пределах статистической погрешности. А вот длительная тенденция к снижению рейтинга первых лиц и «Единой России», безусловно, есть, причем довольно ощутимая, на уровне 10–15% [См.: Российское общество и власть накануне выборов, 2012. С. 157].

Этим и ограничимся. Не будем касаться событий последних лет, на наш взгляд, описывать «белоленточное движение» и «крымский рост рейтинга Путина» еще рановато.

## Использованная литература

*Абазов Р. Ф.* Президентские выборы в Казахстане: до и после // Полит. исслед. 1999. № 3. С. 170–174.

*Аксенов К. Э.* Крупный город — регион — Россия: динамика электорального поведения на парламентских выборах / Аксенов К. Э., Зиновьев А. С., Плещенко Д. В. // Полит. исслед. 2005. № 2. С. 41–52.

*Алашеев С. Ю.* Идеологические стереотипы избирателей в Самаре / Алашеев С. Ю., Тартаковская И. Н. // Социол. журн. 1996. № 1/2. С. 182–190.

*Андреенкова Н.* Москвичи о событиях 3–4 октября и предстоящих выборах // Власть. М., 1993. № 4. С. 58–62.

*Андрющенко Е. Г.* «Не все стриги, что растет!» // Социол. исслед. 2000. № 5. С. 16–18.

*Андрющенко Е. Г.* Общественное мнение и прогнозирование выборов // Россия: центр и регионы. М., 2003. Вып. 11. С. 5–24.

*Андрющенко Е. Г.* Опросы и выборы 1995 г. / Андрющенко Е. Г., Дмитриев А. В., Тощенко Ж. Т. // Социол. исслед. 1996. № 6. С. 3–18.

*Андрющенко Е. Г.* «Спираль умолчания» на последних выборах // Социол. исслед. 2003. № 9. С. 96–106.

*Анохина Н. В.* Эволюция структуры партийного спектра России накануне парламентских выборов 2007 г. / Анохина Н. В., Мелешкина Е. Ю. // Полит. исслед. 2008. № 2. С. 105–121.

*Арбатская М. Н.* Региональное электоральное пространство: структура и динамика / Науч. ред. Б. М. Ишмуратов; Избират. комис. Иркут. обл., Ин-т географии Сиб. отд-ния Рос. акад. наук. Иркутск: Изд-во ИГ СО РАН: Избират. комис. Иркут. обл., 2002. 198 с.

*Ахременко А. С.* Структурирование электорального пространства в российских регионах (Факторный анализ парламентских выборов 1995–2003 гг.) // Полит. исслед. 2005. № 2. С. 26–40.

*Ачкасов В. А.* Легитимация власти в постсоциалистическом российском обществе / В. А. Ачкасов, С. М. Елисеев, С. А. Ланцов; Ин-т «Открытое общество». М.: Аспект-пресс, 1996. 125 с.

*Башкирова Е. И.* Каким видят россияне Президента / Башкирова Е. И., Лайдинен Н. В. // Социол. исслед. 2000. № 5. С. 19–24.

*Башкирова Е. И.* Президент: феномен обществ. поддержки / Башкирова Е. И., Лайдинен Н. В. // Социол. исслед. 2001. № 9. С. 29–36.

*Берзина Е. В.* О точности прогноза результата голосования // Социол. исслед. 1995. № 2. С. 98–104.

*Берзин Б. Ю.* Выборы губернатора / Берзин Б. Ю., Маклаков В. Т. // Социол. исслед. 1996. № 5. С. 56–64.

*Бетанели Н. И.* Социологическая служба I Съезда народных депутатов СССР: первый опыт / Н. И. Бетанели, В. В. Лапаева // Социол. исслед. 1990. № 4. С. 25–35.

*Блондые Л.* Изучение общественного мнения // Политика и общество во Франции: Пер. с фр. М., 1993. С. 35–45. (Рос.-фр. сер.: Информ. и учеб. материалы; № 25).

*Бовт Г. Г.* Американские партии в борьбе за избирателя / Ин-т мировой экономики и междунар. отношений. М., 1995. 78 с.

*Бовт Г. Г.* О некоторых социально-психологических особенностях предвыборных кампаний в США: К вопросу о тактике и полит. стиле // Два опыта избирательной системы. М., 1993. С. 3–26.

*Бойко К. Г.* Американский электорат: новые тенденции: Науч.-аналит. обзор / К. Г. Бойко, Л. М. Успенская; РАН. ИНИОН. Отд. стран Америки. М., 1992. 45 с. (Социал. и полит. пробл. США).

*Бойков В. Э.* Выборы Президента России: второй тур: Результаты IV этапа социол. мониторинга. М.: Изд-во РАГС, 1996. 27 с. (Информ. бюл. Центра социол. обеспечения подготовки гос. служащих / Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации. Центр социол. обеспечения подгот. гос. служащих; № 8).

*Бойков В. Э.* Выборы Президента России: тенденции развития ситуации: (Результаты социол. мониторинга). М.: Изд-во РАГС, 1996. 61 с. (Информ. бюл. Центра социол. обеспечения подгот. гос. служащих / Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации. Центр социол. обеспечения подгот. гос. служащих; № 7).

*Бойков В. Э.* Мозаика электорального поля перед финишем выборов: (Социол. оценка) // Социология власти. М., 1999. № 5/6. С. 5–26.

*Бойков В. Э.* Отношение российских избирателей к выборам Государственной думы как проекция взаимоотношений государства и гражданского общества // Социология власти. М., 2007. № 6. С. 31–38.

*Бойков В. Э.* Политическая самоидентификация российских граждан перед стартом выборов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации // Социология власти. М., 2007. № 5. С. 29–58.

*Бойков В. Э.* Россия перед парламентскими выборами: ценности массового сознания и политическая дифференциация избирателей / Бойков В. Э., Ожиганов Э. Н. // Социология власти. М., 1999. № 2/3. С. 5–28.

*Бойков В. Э.* Электоральные настроения и их влияние на итоги выборов Государственной думы пятого созыва // Социология власти. М., 2008. № 1. С. 19–27.

*Бритвин В. Ш.* Кто станет депутатом? // Социол. исслед. 1989. № 6. С. 21–26.

*Бунин И. М.* Политическое прогнозирование как искусство возможного / Бунин И. М., Макаренко Б. И. // Полития: Анализ: Хроника: Прогноз. 2001. № 5. С. 245–251.

*Бутенко А. П.* Политическая жизнь советского общества: от выборов до забастовок (попытка анализа) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12, Теория науч. коммунизма. М., 1990. № 1. С. 3–13.

*Бызов Л. Г.* Выборы-2007 и перспективы трансформации политической системы России // Мониторинг обществ. мнения: экон. и социал. перемены. М., 2007. № 4. С. 4–11.

*Вардомацкий А. П.* Выборы первого президента Белоруссии // Социол. исслед. 1995. № 9. С. 45–49.

*Васильев И. А.* Кто боролся за место в Думе? / И. А. Васильев, О. М. Дудина, Н. С. Кожеурова, А. Т. Мельникова // Социол. исслед. 1996. № 12. С. 71–82.

*Великая Н. М.* Основные тенденции политического участия в системе местного самоуправления // Социол. исслед. 2003. № 8. С. 43–50.

*Вилков С. В.* Количественный анализ индексов концентрации политических имиджей // Политические проблемы современного общества. Саратов, 2006. Вып. 5. С. 13–23.

*Вишневский Б. Л.* Петербургские выборы: турнир провокаторов // Полит. исслед. 1999. № 2. С. 98–109.

*Вишневский Б. Л.* Петербургский избирательный «марафон» и его уроки // Полит. исслед. 2000. № 4. С. 105–122.

*Возьмитель А. А.* На изломе // Социол. исслед. 1990. № 2. С. 34–41.

*Выборы // Социол. наблюдения, 2002–2004 / Сост. А. А. Ослон и др. М., 2005. С. 73–100.*

*Выборы: кому должны служить средства массовой информации?: Материалы конф. работников средств массовой информ. 16–17 окт. 1995 г., Москва. М.: Права человека, 1996. 175 с.*

*Выборы в Московскую городскую думу и избирательный цикл 2007–2008 гг.: материалы круглого стола [Аналит. совета фонда], 24 нояб. 2005 г. / Фонд «Единство во имя России»; под ред. А. Владиславлева, В. Никонова. М.: Фонд «Единство во имя России», 2006. 62 с.*

Выборы в посткоммунистических обществах: Сб. ст. М.: ИНИОН, 2000. 184 с. (Политическая наука: Пробл.-темат. сб. / Рос. акад. наук, ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. политологии и правоведения, Ин-т сравн. политологии; № 3).

Выборы в России: вчера, сегодня, завтра: (Материалы круглого стола) // Власть. 2007. № 4. С. 10–20.

Выборы в России и во Франции: уроки для полит. науки / Сост. Л. З. Якупова // Полит. исслед. 2004. № 1. С. 178–180.

Выборы в Российской Федерации / В. В. Альхименко, В. И. Васильев, Ю. А. Веденев; Под общ. ред. А. В. Иванченко и др. М.: ВЭЛТИ, 1998. 144 с.

Выборы-90: (Итоги исслед. в Горьков. обл.): Сб. ст. / АН СССР. Ин-т социологии; Отв. ред. В. О. Рукавишников. М.: ИС, 1990. 55 с.

Выборы и партии в регионах России: Сб. учеб. материалов по курсу «Полит. регионалистика» / Междунар. ин-т гуманит.-полит. исслед. (ИГИПИ), Центр исслед. Вост. Европы при Брем. ун-те; Под ред. Г. Люхтерхандт-Михалевой и С. Рыженкова. М.: ИГПИ; СПб.: Летний сад, 2000. 277 с. (Studia politica; Вып. 2).

Гаман-Голутвина О. В. Российские партии на выборах: картель «хватать-всех» // Полит. исслед. 2004. № 1. С. 22–25.

Гамс Э. С. Глас избранных / Э. С. Гамс, В. И. Петров // Социол. исслед. 1990. № 8. С. 53–57.

Гачечиладзе Р. Г. Многопартийные выборы в Грузии // Социол. исслед. 1991. № 5. С. 53–62.

Гельман В. Я. Второй электоральный цикл и трансформация политического режима в России // Выборы в Российской Федерации: Материалы науч.-практ. конф., 16–17 марта 2002 г. / Под ред. М. Б. Горного. СПб., 2002. С. 19–33.

Гельман В. Я. Избирательные кампании в России: испытание электоральной формулы // Полит. исслед. 1996. № 2. С. 84–100.

Гельман В. Я. «Подрывные» институты и неформальное управление в современной России // Полития. 2010. № 2. С. 6–24.

Гельман В. Я. «Учредительные выборы» в контексте российской трансформации // Обществ. науки и современность. 1999. № 6. С. 46–64.

Гилятзитдинов Дж. М. Мотивы голосования на президентских выборах 1996 г. // Социол. исслед. 1997. № 8. С. 20–24.

Голосов Г. В. Независимые кандидаты и зависимые избиратели: влияние социальных сетей на электоральную политику в России / Голосов Г. В., Шевченко Ю. Д. // Полит. исслед. 1999. № 4. С. 108–121.

Голосов Г. В. Электоральный авторитаризм в России // Pro et contra. М., 2008. Т. 12. № 1. С. 22–35.

Гребенникова А. В. Парламентская кампания 1999 г. и электоральная социология / Гребенникова А. В., Каспэ С. И. // Полития: Анализ: Хроника: Прогноз. 2000. № 1 (15). С. 64–86.

Грушин Б. А. Электоральная социология в России: что мешает ее успеху? (полемиц. заметки) // Российский избиратель: Сб. ст. / Соред. В. И. Бакштановский, В. А. Чурилов. Тюмень; М., 1996. С. 140–150. (Этика успеха; Вып. 9).

Губарь О. М. Общественное мнение в предвыборной борьбе / Губарь О. М., Зывцев В. Н., Саунин А. Н. // Социол. исслед. 1990. № 4. С. 36–40.

Гудков Л. Д. Российские выборы: время «серых» / Гудков Л. Д., Дубин Б. В. // Мониторинг обществ. мнения: экон. и социал. перемены. 2000. № 2 (46). С. 17–29.

Гуляев М. Телевидение и выборы // Бизнес и политика. М., 1996. № 5. С. 20–23.

Гуревич Л. Я. Особенности электорального поведения граждан Казахстана // Социол. исслед. 1996. № 5. С. 64–71.

- Давыдов А. А. Всесоюзный референдум: взгляд социолога // Социол. исслед. 1991. № 8. С. 152–154.
- Дашевский В. В. Выборы 1995–1996: социал. психоанализ и прогнозы / Дашевский В. В., Задорожнюк И. Е. // Социол. исслед. 1996. № 9. С. 152–154.
- ДеБарделебен Дж. Отношение россиян к референдумам / Дж. ДеБарделебен, Дж. Х. Паммет / Пер. с англ. В. В. Платковская // Социол. исслед. 1995. № 10. С. 11–26.
- Демидов А. М. Москвичи о выборах // Социол. исслед. 1990. № 10. С. 123–128.
- Демидов А. М. Секреты избирателей // Социол. исслед. 1989. № 5. С. 29–35.
- Десять лет социологических наблюдений / Фонд «Обществ. мнение»; Сост. А. А. Ченяков; Ред. Т. В. Воронцова, М. В. Каневская. М.: Ин-т Фонда «Обществ. мнение», 2003. 686 с.
- Дилигенский Г. Г. Пейзаж после битвы // Власть. 1996. № 8. С. 3–9.
- Добромелов Г. В. Использование регрессионных моделей для прогнозирования результатов выборов // Политический анализ: Докл. Центра эмпирич. полит. исслед. СПбГУ. СПб., 2006. Вып. 7. С. 87–98.
- Докторов Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США: История зарождения. Судьбы творцов / Центр социал. прогнозирования. М.: ЦСП, 2008. 628 с.
- Долгополова Н. А. Опросы общественного мнения в кампании 2000 г. // США в 2000 г. / С. М. Рогов, В. Н. Гарбузов, Э. А. Иванян и др.; Редкол.: С. М. Рогов, М. Г. Носов (отв. ред.) и др.; Рос. акад. наук, Ин-т Соедин. Штатов Америки и Канады. М., 2001. С. 129–143.
- Доленко Д. В. Выборы и российский демократический транзит // Политическая наука: Ежегодник. 2008. М., 2009. С. 50–65.
- Дубицкая В. П. Какого политика можно «продать»? / В. П. Дубицкая, М. И. Татарухина // Социол. исслед. 1998. № 10. С. 118–127.
- Дубра К. Н. Основные формы ведения электоральных кампаний в современных условиях: (По материалам выборов в Красноярском крае 2001 г.) // Сибирь в XXI в.: альтернативы и прогнозы развития: Материалы науч.-практ. конф. Красноярск, 2003. Ч. 1. С. 164–167.
- Ершов В. Ф. Выборы в Парламент Украины 26 марта 2006 г.: итоги и перспективы / Центр полит. исслед. «Конгресс». М.: МАКС Пресс, 2006. 86 с.
- Жуманов Т. А. О некоторых тенденциях в поведении российского электората в условиях становления многопартийности: (по итогам парламент. выборов 1993 и 1995 гг.) // Проблемы становления гражданского общества в России. Красноярск, 1996. С. 248–252.
- Зеленко Б. И. Партии и выборы в современной России / РАН. Ин-т сравнит. политологии. М., 2003. 235 с.
- Зеленко Б. И. Партийно-электоральная система в России: регион. аспекты / РАН, Ин-т сравнит. политологии. М.: Современ. экономика и право, 2003. 75 с.
- Зоркая Н. А. Думские выборы 1993–2003 гг.: К проблеме социал. цены постсовет. «парт. строительства» // Вестн. обществ. мнения: Данные. Анализ. Дискуссии. 2004. № 4 (72). С. 19–30.
- Зубков В. И. Чем рискует российский избиратель? / Зубков В. И., Федякин А. В. // Социол. исслед. 2000. № 8. С. 38–48.
- Зырянов С. Г. Выборы в Государственную думу пятого созыва: оценки кампании // Власть. 2008. № 5. С. 86–91.
- Зырянов С. Г. Политические симпатии избирателей Южного Урала в 1996 г. // Социол. исслед. 1997. № 10. С. 42–49.
- Иванченко А. В. Российские выборы от перестройки до суверенной демократии / Иванченко А. В., Любарев А. Е.; Нац. центр мониторинга демокр. процедур. 2-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2007. 232 с.

Интернет-мониторинг выборов в России: (новая гражд. инициатива Проекта «Информатика для демократии — 2000+») / Общая ред., предисл. Г. А. Сатаров. М.: МИПО РЕПРО, 2001. 235 с.

Итоги выборов главы Нижнего Новгорода в результатах социологических исследований / Куревин Н. Д. и др.; Науч. ред. Куревин Н. Д. Н. Новгород: Гладкова О. В., 2002. 43 с. (Социол. вестн.; № 22).

Итоги октябрьских выборов и стратегия политических партий перед выборами 2007 г. / Башкирова Е., Богомолов В., Борисов И.; Под ред. Владиславлева А., Никонова В. М., 2006. 51 с. (Материалы заседания круглого стола Аналит. совета; № 50).

Иудин А. А. Выборы и электорат: полит. эволюция / Иудин А. А., Марченков П. А., Некрасов А. И.; Н.-и. социол. центр. Н. Новгород: Изд-во Волго-Вят. акад. гос. службы, 1997. 117 с.

Казаков Е. А. Социальная база поддержки ЛДПР и В. В. Жириновского на выборах 12.12.1993 г. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18, Социология и политология. 1995. № 2. С. 121–126.

Калинин К. О. Социетальные размежевания и электоральное поведение в России (1993–2003 гг.) // Обществ. науки и современность. 2006. № 5. С. 35–49.

Капустин Б. Г. Предварительные итоги окончательного результата // Власть. 1996. № 10. С. 13–16.

Кинсбургский А. В. Социальное недовольство и протестное голосование на выборах в Государственную думу — 2003 / А. В. Кинсбургский, М. Н. Топалов // Конфликтология. СПб., 2004. № 1. С. 30–34.

Кириллов А. Д. Выборные кампании в России и политическое развитие областей и республик Урала // Судьба России: вектор перемен: Материалы Междунар. науч. конф. Екатеринбург; М., 2007. Т. 1. С. 68–82.

Кириллов А. Д. Урал политический: история и современность. Партии. Выборы. Депутаты / А. Д. Кириллов, Н. Н. Попов, Б. А. Кириллов. Екатеринбург: Урал. рабочий, 1999. 335 с.

Клямкин И. М. До и после выборов // Полит. исслед. 1993. № 6. С. 39–53.

Ковалев В. А. Выборное раздвоение: Регион. полит. нравы как отражение рос. полит. тенденций // Политэкс = Politex. СПб., 2007. Т. 3. № 2. С. 265–286.

Кокуш М. Ю. Эстетико-политическая коммуникация в предвыборной кампании // Власть. 2010. № 11. С. 26–29.

Коломыц Д. М. Эволюция мотивов голосования французского электората на примере выборов периода «Пятой республики»: Автореф. дис. ... канд. полит. наук / Казан. гос. ун-т. Каф. политологии. Казань, 1995. 13 с.

Колосов В. А. Осенне-зимние выборы глав исполнительной власти в регионах: сценарии перемен / Колосов В. А., Туровский Р. Ф. // Полит. исслед. 1997. № 1. С. 97–108.

Колосов В. А. Электоральные предпочтения избирателей крупных городов России: типы и устойчивость / Колосов В. А., Бородулина Н. А. // Полит. исслед. 2004. № 4. С. 70–79.

Коляда Е. Ю. Региональные выборы. Анализ и перспективы // Выборы в Российской Федерации: Материалы науч.-практ. конф., 16–17 марта 2002 г. / Под ред. М. Б. Горного. СПб., 2002. С. 196–200.

Комаровский В. С. Выборы мэра Москвы // Социол. исслед. 1993. № 4. С. 56–59.

Комаровский В. С. Демократия и выборы в России: теория и история вопроса // Социол. исслед. 1996. № 6. С. 18–31.

Комаровский В. С. Политический выбор избирателя // Социол. исслед. 1992. № 3. С. 23–34.

Комаровский В. С. Размышления социолога в связи с референдумом // Социол. исслед. 1991. № 6. С. 3–9.

Комаровский В. С. Типология избирателей // Социол. исслед. 1990. № 1. С. 42–47.

Коргунок Ю. Г. Сумерки электоральной инженерии: (К партийно-полит. итогам думск. кампании 2007 г.) // Полития: Анализ. Хроника. Прогноз. М., 2008. № 1 (48). С. 169–192.

Коробов В. Чапаевский синдром, или кое-что о поведении советского избирателя // Новое поколение. М., 1992. № 1/2. С. 89–100.

Красильникова О. В. Эволюция российской электоральной политики в 1990–2000 гг.: Регион. аспект. Казань: Изд-во Каз. ун-та, 2005. 212 с.

Кротов П. П. Кто побеждает на выборах: нетрадиц. социол. подход // Рубеж (альм. социал. исслед.). 2000. № 15. С. 231–241.

Кувалдин В. Б. От «электоральной пирамиды» к «партии власти» / Кувалдин В. Б., Малютин М. В. // Полит. исслед. 2004. № 1. С. 37–42.

Кузин Д. Если бы выборы были сейчас / Кузин Д., Петренко Е. // Власть. 1997. № 6. С. 11–16.

Кузнецов С. В. ГДР: итоги свобод. выборов // Социол. исслед. 1991. № 5. С. 104–108.

Кынев А. В. В ожидании нового электорального предложения: Выборы регион. законодат. собраний конца 2004 — начала 2005 г. // Полит. исслед. 2005. № 3. С. 116–130.

Кынев А. В. Выборы парламентов российских регионов 2003–2009: Первый цикл внедрения пропорцион. избират. системы. М.: Центр «Панорама», 2009. 514 с.

Кынев А. В. Переход к смешанным выборам в регионах: «принудит. трансформация» // Полит. исслед. 2004. № 2. С. 32–40.

Лапкин В. В. Опыт количественного описания трансформаций электорального пространства России в электоральном цикле 1999–2000 гг. // Вестник МГУ. Сер. 12, Полит. науки. 2000. № 6. С. 51–67.

Лапкин В. В. Пейзаж перед битвой: (Рос. электорат за два года до президент. выборов) // Полит. исслед. 1998. № 3. С. 61–73.

Левада Ю. А. Свобода от выбора? Постэлектор. размышления // Вестн. обществ. мнения. 2004. № 2. С. 8–17.

Левашов В. К. Как живешь, Россия? (Социол. мониторинг, янв. 1996 г.) / Левашов В. К., Хлопьев А. Т. М.: ИСПИ, 1996. Вып. 5. 61 с.

Левчик Д. А. Типы политического поведения населения / Левчик Д. А., Левчик Э. Г. // Социол. исслед. 1997. № 12. С. 24–34.

Лисаускене М. В. Политические ориентации сибиряков // Социол. исслед. 1993. № 10. С. 47–53.

Лопушанский И. Н. Политическая жизнь Санкт-Петербурга, 1703–2003. СПб.: С.-Петербург. юрид. ин-т Ген. прокуратуры Рос. Федерации, 2003. 131 с.

Любарев А. Е. Выборы в Москве: опыт двенадцати лет. 1989–2000. М.: Стол. град, 2001. 412 с. (Б-ка Рос. объединения избирателей; 6).

Любарев А. Е. Корреляционный анализ результатов парламент. выборов 1995 г. // Полит. исслед. 1996. № 2. С. 116–129.

Макаренко Б. И. Парламентские выборы 2003 г. как проявление кризиса партийной системы // Полит. исслед. 2004. № 1. С. 51–65.

Макфол М. Осмысление парламентских выборов 1993 г. в России // Полит. исслед. 1994. № 5. С. 124–138; № 6. С. 179–185.

Малькова И. О. Власть в зеркале мнений электората // Социол. исслед. 1998. № 3. С. 9–13.

Малютин М. В. Электоральные предпочтения россиян: «парадокс стабильности» // Обществ. науки и современность. 1998. № 1. С. 41–50.

Манаенков И. В. Выборы депутатов высших органов законодательной власти: Самар. обл., 1989–1995 / И. В. Манаенков, И. А. Носков, Г. И. Марченко; Самар. гос. ун-т, Самар. ин-т повышения квалификации и переподгот. работников образования. Самара: Изд-во



Самар. ин-та повышения квалификации и переподгот. работников образования, 1999 (2000). 156 с.

*Марченко Г. В.* Россия между выборами: (Социополит. анализ и прогноз состояния электората) // Полит. исслед. 1996. № 2. С. 101–115.

*Мебейн У. Р. мл.* Электоральные фальсификации в России: комплексная диагностика выборов 2003–2004, 2007–2008 гг. / Мебейн У. Р. мл., Калинин К. О. // Рос. электор. обозрение. 2009. № 2. С. 57–70.

*Мерфин Р.* Технология избирательных кампаний в США // Полит. исслед. 1991. № 3. С. 125–131.

«Местные выборы»: парадоксы и прогнозы (с позиций соц. психоанализа) / Материал подгот. Е. И. Запарожнюк, В. Н. Маркин // Социол. исслед. 1994. № 11. С. 182–187.

Механизмы власти: 10 лет полит. аналитики / Березовский В. Н., Федоров В. В., Цуладзе А. М. и др.; Центр полит. конъюнктуры России. М.: Алгоритм, 2002. 303 с.

*Михайловская И.* Итоги выборов в Государственную думу России: вариант анализа и объяснения / Михайловская И., Кузьминский Е. // Конституц. право: восточноевроп. обозрение. М.; Чикаго, 1993. № 1/4. С. 10–15.

*Мичурин В. Л.* Социологические прогнозы и реальность / Мичурин В. Л., Ягодина О. Л. // Социол. исслед. 1992. № 1. С. 119–121.

Мониторинг демократических процедур: бюллетень / Нац. центр мониторинга демокр. процедур. [б. м.], 2007. № 5: Выборы депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации пятого созыва. 2008. 192 с.

Общественное мнение: стратегия массовых опросов (круглый стол) / Материал подгот. А. И. Зимин // Социол. исслед. 1993. № 6. С. 31–36.

*Овчинников Б. В.* Электоральная эволюция: пространство регионов и пространство партий в 1995 и 1999 гг. // Полит. исслед. 2000. № 2. С. 68–79.

Опыт социологического анализа электоральных предпочтений на старте выборной кампании / Бойков В. Э., Варламова С. Н., Ефанова О. А., Фролов Б. И. // Социология власти. М., 1998. № 4/5. С. 67–86.

Ослон А. А. Выборы-2003: Предвыборные опросы и прогнозы на фоне исхода выборов. Работа над ошибками: (Точный прогноз с двумя большими неточностями) // Социология власти. 2004. № 1. С. 25–38.

*Ослон А. А.* Коллекция предвыборных прогнозов Фонда «Общественное мнение» // Социал. реальность. 2007. № 9. С. 85–113.

*Ослон А. А.* Опросы общественного мнения и проблема прогнозирования итогов выборов // Рос. монитор. М., 1996. Вып. 7. С. 127–135.

*Охрименко В. С.* Президентские выборы в Беларуси: взгляд из 1997 г. // Полит. исслед. 1997. № 6. С. 80–86.

*Панарин И. Н.* Информационная война и выборы. М.: Городец, 2003. 411 с.

*Паниотто В. И.* Социологические исследования как способ контроля за результатами выборов и референдумов / Паниотто В. И., Харченко Н. // Социология. М., 2002. № 17. С. 34–55.

*Панов П. В.* Выборы в России: институциональная перспектива // Полит. исслед. 2008. № 5. С. 99–111.

*Панов П. В.* Современные избирательные кампании и опыт выборов в Советы на Урале в первые годы НЭПа // «Экватор» 90-х. Пермь, 1995. С. 65–67.

*Панов П. В.* Электоральные практики на конкурентных и неконкурентных выборах в современной России // Рос. электор. обозрение. 2009. № 2. С. 44–56.

*Пантин В. И.* Итоги электорального цикла 2007–2008 гг. и политико-институциональные сдвиги в России // Основные тенденции и перспективы политических трансформаций в России и в Украине в период 2004–2008 гг. М., 2008. С. 97–104.

- Пантин В. И.* Какой рубеж прошла Россия? // Полит. исслед. 1997. № 1. С. 117–119.
- Парсиев А. П.* Общественное мнение населения Пензенской области в условиях президентской предвыборной кампании / Пенз. гос. техн. ун-т, Пенз. регион. центр социол. исслед. Пенза: Изд-во ПГТУ, 1996. 47 с.
- Парсиев А. П.* Президентская предвыборная кампания-96: (Социол. анализ) // Гуманитарные науки и современность. Пенза, 1995–1996. Вып. 2. С. 3–11.
- Пастухов В. Б.* Власть и общество на поле выборов, или игры с нулевой суммой // Полит. исслед. 1999. № 5. С. 5–16.
- Патрикеева О. А.* Российская общественность и выборы в I и II Государственные думы (1905–1907 гг.). СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2005. 205 с.
- Петренко Е. С.* Провинциальная Россия: выборы прошлые и будущие // Власть. М., 1996. № 10. С. 6–12.
- Петренко Е. С.* Региональные выборы: предварит. результаты и выводы // Власть. М., 1997. № 1. С. 27–32.
- Петренко Е. С.* Телевидение и парламентские выборы в декабре 1995 г. // Открытая политика. М., 1996. № 3/4. С. 52–57.
- Петровская М. М.* США: политика сквозь призму опросов. М.: Междунар. отношения, 1982. 272 с.
- Петухов В. В.* Предстоящие выборы и динамика социальных перемен // Мониторинг обществ. мнения. М., 2007. № 1. С. 4–15.
- Политическая ситуация в России после выборов Государственной думы и Президента Российской Федерации: (Материалы круглого стола) // Социология власти. М., 2004. № 3. С. 29–73.
- Пономарев С.* Субъективные заметки о несубъектных выборах // Рос. электор. обозрение. СПб., 2008. № 1. С. 23–29.
- Попов В. В.* Трансформация политического ландшафта в электоральном цикле 2003–2007 гг. // Вестн. РГГУ. М., 2009. № 2. С. 68–76.
- Попова Е. В.* Проблемные измерения электоральной политики в России: губернаторские выборы в сравнительной перспективе // Полит. исслед. 2001. № 3. С. 47–62.
- Преснякова Л. А.* Предвыборный пасьянс: те же плюс «Справедливая Россия» // Социал. реальность. 2007. № 4. С. 5–23.
- Проект «Информатика для демократии — 2000+»: 4-я науч.-практ. конф. «Выборы 2004»: Стенограмма / Регион. обществ. фонд «Информатика для демократии». М., 2004. 239 с.
- Пугачева М. Г.* Социология и журналистика: Круглый стол в Доме журналистов / Пугачева М. Г., Яшина Ю. А. // Социол. журнал. 1996. № 1/2. С. 244–250.
- Путеводитель по выборам: полит. Россия — 2007 / Боков М. Б., Бызов Л. Г., Кофанова Е. Н. и др.; Под ред. Федорова В. В.; Всерос. центр изучения обществ. мнения (ВЦИОМ). М., 2007. 447 с.
- Пятакова Т. Л.* Выборы и избиратели // Изв. Центра систем. исслед. Майкоп. гос. технол. ин-та. Майкоп, 1999. Вып. 1. С. 36–40.
- Растов Ю. Е.* Выборы губернатора: точность социологических прогнозов // Социол. исслед. 1997. № 12. С. 35–39.
- Рековская И. Ф.* Выборы-93: Парадоксы обществ. сознания или просчеты социол. прогнозов? (Обзор) // Российские контрасты: Социол. исслед. 1993–1994 гг. М., 1995. С. 164–190.
- Римский В. Л.* Опросы общественного мнения на выборах в Государственную думу РФ 1999 г. // Выборы. Законодательство и технологии. 2000. № 3. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.indem.ru/rimskiy/niv01\\_02/niv03.htm](http://www.indem.ru/rimskiy/niv01_02/niv03.htm) (дата обращения: 12.06.2014).

Российское общество и власть накануне выборов: Круглый стол каф. социологии и психологии политики фак. политологии МГУ / Круглый стол подгот. Е. Добрыниной // Полит. исслед. 2012. № 1. С. 149–164.

Россия-95: накануне выборов / РАН. Ин-т соц.-полит. исслед.; Редкол.: Осипов Г. В. (отв. ред.) и др. М.: Academia, 1995. 304 с.

Россия и выборы, лето — 1999 г.: Электор. установки избирателей страны на выборы депутатов Гос. думы и Президента РФ: Итоги социол. опросов / Науч.-исслед. центр при Ин-те молодежи; Ред. и сост. Кириенко В. П. М., 1999. 39 с.

Россия и президентские выборы 2000 г.: (Отчет по итогам двух экспресс-опросов, провед. по заказу Гос. ком. Рос. Федерации по молодеж. политике) / Н.-и. центр при ин-те молодежи, Нац. ин-т бизнеса. М.: НИЦ при ИМ, 2000. 40 с.

Россия накануне думских выборов 1999 г.: Сб. / Моск. центр Карнеги; Под ред. М. Макфола и др. М.: Гендальф, 1999. 322 с.

*Руткевич М. Н.* Выборы-99 в зеркале социологии // Социол. исслед. 2000. № 5. С. 3–12.

*Руткевич М. Н.* Президентские выборы-2000: социол. анализ // Социол. исслед. 2000. № 10. С. 37–42.

*Руткевич М. Н.* Социология: проблема престижа // Многообразие интересов и институты власти: (материалы Междунар. теор. конф. социологов, Москва, 15–16 июня 1993 г.) / Отв. ред. А. Г. Здравомыслов. М., 1994. С. 262–265.

*Салмин А. М.* Выборы 1995–1996 гг. и трансформация политического режима в Российской Федерации // Полит. исслед. 1997. № 1. С. 119–122.

*Сатаров Г. А.* Политики и граждане: попытка склеить разбитое зеркало // Рос. монитор. 1993. Вып. 4. С. 44–51.

*Седов Л. А.* О чем вещают голоса избирателей? // Обществ. науки и современность. 2004. № 5. С. 65–74.

*Седов Л. А.* Российский электорат: десятилетняя эволюция // Обществ. науки и современность. 2003. № 5. С. 60–69.

*Соколова Е. П.* Приемы политической манипуляции в период выборов президента Российской Федерации 1996 г.: (по материалам регион. прессы) // Социум и власть. Челябинск, 2009. № 4. С. 55–59.

*Соловьев А. И.* Электоральный дефолт и деинституционализация политического рынка // Полит. исслед. 2004. № 1. С. 12–14.

Социологическое обеспечение избирательных кампаний / Материал подгот. А. И. Кравченко // Социол. исслед. 1996. № 4. С. 80–90.

Социология и пресса в период парламентских и президентских выборов 1995 и 1996 гг.: Отчет по проекту «Мониторинг социол. публ. в СМИ» Фонда защиты гласности / Подгот. Вильчек В. и др. М.: Права человека, 1996. 150 с.

*Старостенко К. В.* Проблема выборов в контексте политического многообразия в России // Власть. 2008. № 3. С. 9–12.

Старт думской кампании и перспективы президентских выборов: материалы заседания круглого стола, 3 сентября 2007 г. / Под ред. А. Владиславлева, В. Никонова. М.: Фонд «Единство во имя России», 2007. 59 с.

Структура и динамика российского электорального пространства: Круглый стол // Полит. исслед. 2000. № 2. С. 80–109.

*Сысоева Н. А.* Электоральное поведение: амер. теории и рос. практика / Н. А. Сысоева, А. В. Новокрещенов, А. З. Фахрутдинова. Красноярск: Б. и., 2001. 256 с.

*Толыго А. К.* Украинские выборы: кандидат и избиратель // Полит. исслед. 2001. № 4. С. 86–99.

*Томенко М. (Н. В.)* Итоги парламентских выборов в Украине: (Полит. ориентации и предпочтения населения) // Полит. исслед. 1998. № 3. С. 74–81.

- Третий электоральный цикл в России: Круглый стол // Полит. исслед. 2004. № 1. С. 6–73.
- Третий электоральный цикл в России, 2003–2004 гг. / Гельман В. Я., Голосов Г. В., Лихтенштейн А. В. и др.; Отв. ред. Гельман В. Я.; Европ. ун-т в Санкт-Петербурге. Фак. полит. наук и социологии. СПб., 2007. 294 с. (Тр. фак. полит. наук и социологии / Европ. ун-т в Санкт-Петербурге; Вып. 14).
- Третьяков В. П. Результаты выборов депутатов Законодательного собрания Санкт-Петербурга третьего созыва глазами социологов / Третьяков В. П., Антонова Е. Ю. // Полития. М., 2002. № 3. С. 210–215.
- Труевцев К. М. Партитура для парламента и партия президента: (Закономерности развития многопартийности и избират. процесса в России). М.: ГУ-ВШЭ, 2001. 156 с.
- Тульский М. О. Социологические службы на выборах-99 // Социол. исслед. 2000. № 12. С. 23–32.
- Туманов С. В. Социологическое обеспечение выборов народных депутатов: (метод. аспекты изучения и учета обществ. мнения) // Методика изучения обществ. мнения. М., 1992. С. 45–70.
- Туманов С. В. Электорат в России в 1993 г. / С. В. Туманов, И. Г. Бурькин // Социол. исслед. 1995. № 9. С. 22–44.
- Туманов С. В. Электорат России в 1993–1995 гг. // Власть. М., 1996. № 5. С. 64–77.
- Усманов Б. Ф. Эффективность избирательного процесса: конструирование будущего // Социол. исслед. 2000. № 8. С. 53–60.
- Федеральные выборы 2000 г. в США / Рос. акад. наук, Ин-т Соедин. Штатов Америки и Канады; Отв. ред. Н. Г. Зяблюк. М.: ИСКРАН, 2001. 166 с.
- Федоров В. В. Русский выбор: введение в теорию электор. поведения россиян. М.: Праксис: ВЦИОМ, 2010. 383 с. (Образ общества).
- Федосеев Н. М. Региональные аспекты избирательного процесса 1995–1996 гг. в Российской Федерации // Политическое управление: теория и практика. М., 1997. С. 186–203.
- Холодковский К. Г. Парламентские выборы 1999 г. и партийное структурирование российского общества // Полит. исслед. 2000. № 2. С. 45–53.
- Холодковский К. Г. Политическое структурирование российского общества: влияние парламент. выборов 1999 г. // Куда идет Россия?...: Власть, общество, личность, 2000. М., 2000. С. 182–190.
- Что происходит с российской социологией? [2008] [Электрон. ресурс] URL: <http://www.hse.ru/data/2010/04/13/1218013222/Что%20происходит%20с%20российской%20социологией.doc> (Дата обращения: 5.11.2014).
- Что происходит с социологией: (Беседа с академиком Г. В. Осиповым) // Социол. исследования. 1997. № 5. С. 3–14.
- Чувиллина Н. Б. Региональные электоральные процессы в постсоветской России / Акад. наук Респ. Башкортостан, Башк. акад. гос. службы и упр. при Президенте Респ. Башкортостан. Уфа: Гилем, 2011. 285 с.
- Чурилов Н. Н. Первый «exit poll» в Украине / Н. Н. Чурилов. С. В. Потоцкая // Социол. исслед. 1999. № 10. С. 40–46.
- Шатилов А. Региональные выборы / Шатилов А., Нечаев В. // Свобод. мысль. М., 1997. № 6. С. 58–69.
- Шереги Ф. Э. Электоральная ситуация в России // Обновление России: трудный поиск решений. М., 1997. Вып. 5. С. 156–168.
- Шестопал Е. Б. Авторитарный запрос на демократию, или почему в России не растут апельсины // Полит. исслед. 2004. № 1. С. 25–28.
- Шестопал Е. Б. Выборы прошли: пейзаж после битвы // Полит. исслед. 1997. № 1. С. 123–124.

*Шестопал Е. Б.* Электоральный авторитаризм: казахстан. вариант: [Рец. на кн.: Куртов А. А. Демократия выборов в Казахстане: авторитарная трансформация] // Полит. исслед. 2002. № 6. С. 172–174.

*Шляпентох В. Э.* Предвыборные опросы 1993 г. в России: (критич. анализ) / Пер. с англ. Т. Макарова // Социол. исслед. 1995. № 9. С. 14–22; № 10. С. 3–11.

*Шубина Л. В.* Общественное мнение об опросах общественного мнения // Социол. исслед. 2005. № 11. С. 138–141.

Электоральное поле России и стратегии избирательных кампаний / Нижегород. гос. с.-х. акад.; Под ред. Кутыревой А. А. и др. Н. Новгород, 2004. 157 с.

*Яковлев И. Г.* Выборы в Казахстане сквозь призму российских аналогий: (Упр. смыслами и полит. модернизация наших стран) // Социология власти. М., 2004. № 4. С. 77–89.

*Янковский И. Р.* На пути к реальному народовластию: избират. технологии в России XX в. М.: Максима, 1999. 73 с.

### **Контрольные вопросы и учебные задания**

– Попробуйте описать практику электоральных исследований в одной из зарубежных стран за определенный временной отрезок.

– Попробуйте описать практику электоральных исследований в одном из регионов и/или субъектов Российской Федерации за определенный временной отрезок.

---

## ПЛАН ПРАКТИЧЕСКИХ АУДИТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

### Тема 1

#### Предмет электоральной социологии

##### Семинар

*Обсуждаемые вопросы:*

- Социология политики в системе социологического знания.
- Проблема политических выборов и избирательной системы.
- Соотношение электоральной социологии с другими разделами социологии политики.
- Электоральная социология и смежные дисциплины: демаркация и междисциплинарные связи.
- Методология и техника исследования избирательного процесса.
- Категориально-понятийный аппарат социологии политики и электоральной социологии.
- Основные направления исследований в электоральной социологии.
- Узловые проблемы электоральной социологии.
- Основные исследовательские центры и научные школы.

### Тема 2

#### Теоретические основания политических выборов

##### 1. Семинар

*Обсуждаемые вопросы:*

- Насильственная и мирная передача власти.
- Трансцендентное и общественное обоснование власти.
- Легитимность и легитимация.
- Проблема обновления властных структур.
- Законодательное оформление преемственности.

- Политические ритуалы.
- Безальтернативные и альтернативные способы смены состава властных органов.
- Формы политического представительства и общественного волеизъявления.
- Проблема подконтрольности властных структур.
- Общественное мнение и «глас народа».
- Способы и формы политической борьбы.
- Роль политической культуры в обострении и смягчении политической борьбы.
- Место избирательных процедур в развитии политических процессов.
- Избирательный процесс как способ перегруппировки политических сил.
- Символическое и ритуальное значение избирательных процедур.

## **2. Диспут «Значение политических выборов в жизни современного общества»**

Проводится по форме соревнования двух команд, отстаивающих позиции: «...Политические выборы имеют большое значение для жизни современного общества» / «Значение политических выборов для жизни современного общества сильно преувеличено».

## **3. Диспут «Выборы и демократия»**

Проводится по форме защиты индивидуальных проектов по предложенной теме (темы утверждаются по согласованию с преподавателем).

# **Тема 3**

## **Социологическое сопровождение избирательного процесса: организация и методы**

### **Семинар**

*Обсуждаемые вопросы:*

- Избирательный процесс и социология.
- Теоретическая социология и избирательный процесс.
- Методология электоральной социологии.
- Отраслевая социология и избирательный процесс.
- Прикладная социология и избирательный процесс.
- Методический инструментарий избирательных исследований (методы и технологии на выбор).
- Профессиональные и этические проблемы.



## **Тема 4**

### **Избирательный процесс и избирательная система**

#### **Семинар**

*Обсуждаемые вопросы:*

- Генезис и развитие выборных процедур.
- Формы организации избирательного процесса.
- Избирательный процесс и формы правления.
- Принципы и нормы избирательного права.
- Избирательная система.
- Права и обязанности участников избирательного процесса.

## **Тема 5**

### **Избирательная кампания**

#### **1. Семинар**

*Обсуждаемые вопросы:*

- Избирательная кампания: определение и основные подходы.
- Отбор и выдвижение кандидатов.
- Формирование команды кандидата.
- Анализ предвыборной ситуации.
- Мониторинг избирательной кампании.
- Политическая агитация и пропаганда.
- Незаконные и «сомнительные» способы предвыборной борьбы.
- Интерпретация итогов избирательной кампании.

#### **2. Специальный семинар**

Презентация и обсуждение двух типовых исследовательских проектов «Описание избирательной кампании» и «Планирование социологического сопровождения избирательной кампании» (подробнее см. раздел «Контрольные вопросы и учебные задания» к данной теме).

## **Тема 6**

### **Практика электоральных исследований**

#### **Специальный семинар**

Презентация и обсуждение одного исследовательского проекта «Описание практики электоральных исследований в одной из зарубежных стран» или «Описание практики электоральных исследований в одном из регионов и/или субъектов Российской Федерации» (на выбор).

---

## СПИСОК ТЕМ ДЛЯ ПИСЬМЕННЫХ ТВОРЧЕСКИХ РАБОТ

1. Электоральная социология в системе социологического знания.
2. Электоральная социология и смежные дисциплины.
3. Методология и техника исследования избирательного процесса.
4. Категориально-понятийный аппарат социологии политики и электоральной социологии.
5. Узловые проблемы электоральной социологии.
6. Основные подходы к определению феноменов политики и власти.
7. Безальтернативные и альтернативные способы смены состава властных органов.
8. Общественная поддержка политической подсистемы.
9. Формы политического представительства и общественного волеизъявления.
10. Проблема подконтрольности властных структур.
11. Место избирательных процедур в развитии политических процессов.
12. Избирательный процесс как способ перегруппировки политических сил.
13. Символическое и ритуальное значение избирательных процедур.
14. Избирательный процесс и социология.
15. Принцип выборности в классических и современных социологических теориях.
16. Избирательный процесс в моделях социально-политической динамики.
17. Разработка общих и социальных требований к избирательной системе.
18. Взаимодействие общественных и политических структур посредством избирательного процесса.
19. Избирательная проблематика в социологии политики.
20. Электоральная культура в социологии культуры.
21. Избирательные идеологемы в социологии духовной жизни и социологии познания.

22. Электоральное поведение в социологии повседневности.
23. Основные виды прикладных социологических исследований в области избирательной проблематики.
24. Исследования избирательной динамики.
25. Исследования идеологических предпочтений избирателей.
26. Исследование моделей электорального поведения.
27. Сопровождение избирательной кампании: ординарные и специальные исследования.
28. Профессиональные и этические проблемы электоральной социологии.
29. Специфика методов электоральной социологии.
30. Генезис и развитие выборных процедур.
31. Формы организации избирательного процесса.
32. Избирательный процесс и формы правления.
33. Границы распространения избирательных процедур.
34. Политический режим и характер избирательного процесса.
35. Избирательная система.
36. Виды и уровни выборов.
37. Избирательные органы.
38. Права и обязанности участников избирательного процесса.
39. Способы профанации и фальсификации выборного процесса.
40. Избирательная кампания: определение и основные подходы.
41. Типология избирательных кампаний.
42. Организация избирательной кампании.
43. Стратегия и тактика избирательной кампании.
44. Отбор и выдвижение кандидатов.
45. Формирование команды кандидата.
46. Финансирование избирательной кампании.
47. Анализ предвыборной ситуации.
48. Социологические исследования в избирательной кампании.
49. Мониторинг избирательной кампании.
50. Принципы составления предвыборной программы.
51. Каналы политической рекламы и социология.
52. Незаконные и «сомнительные» способы предвыборной борьбы.
53. Интерпретация итогов избирательной кампании.

Шевцов Алексей Владимирович

ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЯ

МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА  
«СОЦИОЛОГИЯ ПОЛИТИКИ  
И МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ»

*Учебно-методическое пособие*

Корректурa *Н. Л. Товмач*  
Верстка *Л. А. Овчинниковой*

---

Подписано в печать 27.01.2015. Формат 60 × 84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Бумага офсетная. Печать офсетная. Объем 16,5 уч.-изд. л.  
16,5 усл. печ. л. Тираж 50 экз. Заказ № 27ц  
Издательство РГПУ им. А. И. Герцена.  
191186, С.-Петербург, наб. р. Мойки, 48

---

Типография РГПУ. 191186, С.-Петербург, наб. р. Мойки, 48