

ПОЛИТОЛОГИЯ

УДК.324+681.142

Эсенбаев А.Э.
докторант КНУ им. Ж. Баласагына
azis-esenbaev@mail.ru

ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ И ОТНОШЕНИЕ ИЗБИРАТЕЛЕЙ К ВЫБОРАМ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

ELECTORAL ACTIVITY AND RELATION OF VOTERS TO ELECTIONS: PROBLEMS AND WAYS OF ITS INCREASE

Аннотациясы: Бул макалада шайлоочулардын шайлоо процессине катышуу активдуулугунун томондоо койгойлору каралган. Анткени мындай корунуш бийликтин легитимдуулугуно туздон-туз таасирин тийгизет, ошонун себебинен, автор негизинен шайлоого аз сандагы шайлоочулардын катышуусунун негизги максатын аныктоо боюнча талдоо жүргүзгөн.

Негизги сөздөр: шайлоо, шайлоого болгон активдуулук, шайлоо укугу, шайлоо процесси.

Аннотация: В данной статье рассматриваются проблемы понижения активности избирателей при участии в выборах. Автор проанализировал причины низкой явки на выборах, которые в последствии приведут к проблеме легитимности власти.

Ключевые слова: выборы, электоральная активность, избирательное право, избирательный процесс.

Abstract: In this article problems of decreasing of the activity of voters are considered with participation in elections. The author analysed the reasons of a low appearance of elections which in a consequence will lead to a problem of legitimacy of the power.

Keywords: elections, electoral activity, electoral right, electoral process.

На сегодняшний день в отечественной электоральной политологии в наибольшей степени исследуются такие элементы института выборов как избирательное право, избирательные технологии, избирательные системы, партийные системы. В то же время исследователи значительно меньше уделяют внимание таким его элементам как реальные общественные представления о выборах, мотивация участия в выборах, электоральная культура, принципы выборов, исторические традиции выборности власти.

Становление плюралистической демократии в современном Кыргызстане неизбежно приводит к необходимости систематического социологического анализа электоральных установок и выраженной в них гражданской

позиции избирателей.

Выборы выступают в качестве ключевого момента в социально-политической жизни населения нашей страны, основой создания надежной системы государственно-политического управления, решения важнейших вопросов стратегического развития социума, формирования пирамиды общественной власти и многогранной структуры общественных отношений.

Важное значение такой анализ имеет на уровне местного самоуправления. Выборы превращаются в инструмент поиска путей решения злободневных проблем социально-экономической жизни регионов и конкретных территорий.

Выборы как сложное многообразное поли-

тико-правовое явление может иметь различные ракурсы исследования. Его можно изучать как способ смены правящих элит через волеизъявление населения, инструмент легитимации и стабилизации власти. Выборы способствуют выявлению расстановки политических сил и определению степени доверия общества к партиям и их программам. Они могут изучаться через призму осуществления политической социализации, усваивание политических ценностей, приобретение политических навыков и опыта гражданами.

И наконец, выборы могут рассматриваться как форма контроля населения за правящей элитой. Если власть не выражает интересы избирателей, выборы дают возможность сменить ее, передать бразды правления оппозиции, которая, как правило, идет на выборы с критикой существующего правительства. В преддверии выборов под давлением избирателей и само правительство может скорректировать курс, стремясь заручиться поддержкой избирателей. Готовность общества к проведению выборов - важнейший признак его демократичности, способности мирными политическими средствами решать назревшие проблемы [1].

Все эти многогранные проявления характеризуют феномен выборов относительно толкование, которого среди ученых различается.

В широком смысле слова понятие «выборы» включает в себя три составляющие: политическую, юридическую и технологическую. В политическом отношении выборы представлены в форме конкретной избирательной системы, обеспечивающей распределение выборных мандатов по итогам голосования избирателей. В юридическом плане выборы трактуются в непосредственной связи с понятием избирательного права – системы юридических правил, устанавливающих порядок и гарантии осуществления избирательных действий на стадиях избирательного процесса. В технологическом аспекте выборы оформлены в виде официального документооборота, обеспечивающего реализацию активного и пассивного избирательного права в рамках избирательного процесса [2].

Можно согласиться с трактовкой сущ-

ностных характеристик понятия выборов как способа обязательного, регулярного воспроизводства аппарата публичной власти путем самостоятельного, свободного избрания гражданами в статусе избирателей, выборщиков, депутатов представительных органов власти и выборных должностных лиц» [2; с. 45], отмечая его универсальность, применимость к различным уровням выборов и избирательных систем.

Однако, картина ценностного, нравственно-этического восприятия избирателями выборов не всегда подвергается специальному анализу. Существуют электоральные группы, активно участвующие в выборах, постоянно голосующие и интересующиеся выборами. В последние годы заметно растет отчуждение значительной части электората от практики выборов. В отечественной политико-социологической литературе к проблеме динамики электоральных настроений, ориентаций и установок в ходе выборов интерес постепенно начинает возрастать. Так как, из года в год в Кыргызстане проводятся выборы различного характера, то президентские, парламентские или выборы в органах местного самоуправления.

Как известно, одна из важнейших исследовательских задач в предвыборный период – прогнозирование активности избирателей. Ведь как можно более точное прогнозирование доли пришедших на выборы остается очень актуальным для электоральных исследований и преследует несколько прикладных целей. Две из них наиболее важны для выборов любого уровня и типа. Во-первых, это получение данных о готовности участвовать в выборах, и реальной активности различных социальных групп. Во-вторых, максимально точная информация о политических предпочтениях не среди всех жителей, имеющих право голоса, а лишь среди тех, кто наиболее вероятно примет участие в выборах [3].

Общеизвестно, что электоральная активность избирателей в нашей стране от выборов к выборам падает. Поэтому если не предпринять какие-то существенные, радикальные шаги по привлечению потенциальных избирателей к участию в выборах, то их электоральная актив-

ность по сравнению с предыдущими выборами может существенно понизиться.

Сейчас, как никогда актуальны электоральные вопросы. Идти или не идти на выборы, если идти, то за кого же голосовать? На какие проблемы в стране должен обратить внимание выбираемый кандидат прежде всего? Консалтинговое агентство «M-Vector» в августе 2010 года организовало общереспубликанское исследование, чтобы узнать мнение жителей республики по этой теме. Опрос проводился среди населения Кыргызстана (2000 человек в возрасте от 18 лет по всей стране, 70 населенных пунктов, из них 15 городов и 55 сел). Целью данного исследования было определить социальное настроение жителей республики в преддверии выборов в Жогорку Кенеш. Результаты опроса выявили отношение населения к предстоящим выборам, социальное самочувствие жителей Кыргызстана в настоящий момент, а также их ожидания в отношении кандидатов в депутаты парламента. В ходе исследования респондентам был задан вопрос относительно их намерения участвовать в предстоящих парламентских выборах. В целом можно отметить, что уровень электоральной активности среди населения очень высок.

В преддверии парламентских выборов 2010 года около 85% жителей республики были намерены проявить свою гражданскую позицию и принять участие в голосовании, из них 53,5 участников исследования заявили о своем твердом намерении пойти на выборы. Стоит отметить, что процент респондентов, твердо заявивших о своем желании идти на избирательные участки (на референдум) в июне 2010 года, был выше на 22% и составлял 75,9%.

Основным мотивом участия в голосовании для жителей республики, намеренных идти на парламентские выборы, является желание исполнить свой гражданский долг.

Высокий процентный показатель намерения населения пойти на голосование (более 86%) свидетельствует о том, что многих жителей Кыргызстана волнует, каким образом распределяются политические мандаты. В рамках исследования «выяснялось, кого респонденты

хотели бы видеть на посту премьер-министра Кыргызской Республики[4].

«Главное в отношениях – это доверие», данную фразу каждый из нас слышал хотя бы раз. Думается, что и в отношениях между избирателем и кандидатом этот фактор тоже крайне важен. Рассуждая о парламентских президентских выборах, участники опроса проведенного консалтинговым агентством отметили, кому из политических деятелей Кыргызской Республики они больше доверяют.

Как показали результаты общереспубликанского исследования, наибольшим доверием среди опрошенных жителей Кыргызстана пользуется Алмазбек Атамбаев – к нему с доверием относятся 40% опрошенных. Второе и третье место по уровню доверия населения заняли Роза Отунбаева (37,3%) и Омурбек Текебаев (27,6%). Практически одинаковым уровнем доверия среди населения пользуются Адахан Мадумаров (22,6) и Исхак Масалиев (21,5%). Остальные общественные и политические деятели пользуются доверием менее чем 20% опрошенных. Стоит отметить, что мнения жителей северных и южных регионов Кыргызстана в этом вопросе разделились. Так, выделяя тройку лидеров, жители северных регионов испытывают доверие прежде всего к Розе Отунбаевой (48,7%) Алмазбеку Атамбаеву (45%), и Омурбеку Текебаеву (42%), в то время как жители юга более всего доверяют Адахану Мадумарову (37,4%), Алмазбеку Атамбаеву (35,7%), Исхаку Масалиеву (34,3%) и Камчибеку Ташиеву (32,1%) [4].

Несмотря на это, с каждым годом на выборах явка избирателей снижается, тем самым это приведет к проблеме политического абсентеизма, а это объясняется многими факторами. Одним из наиболее важных факторов является невыполнения депутатами данных во время избирательных кампаний обещаний. В связи с этим, одним из наиболее действенных способов повышения электоральной активности граждан является повышение эффективности работы самого депутатского корпуса, более полное и регулярное информирование избирателей о том, что сделано и какие результаты были достигнуты.

Во время избирательной кампании процесс взаимодействия кандидата, а также его команды с избирателями можно рассматривать как определенный коммуникативный процесс. Коммуникация — это обмен информацией. Модель коммуникации строится по следующей известной схеме: адресант или отправитель информации → сообщение → адресат или получатель → обратная связь. Во время избирательной кампании процесс коммуникации осуществляется как целенаправленное воздействие на определенные целевые группы. В качестве инициатора такого воздействия в избирательном процессе могут выступать кандидат либо политическая партия или движение, если речь идет о выборах по партийным спискам.

В Кыргызстане по существующим характеристикам категорию избирателей можно разделить на «активных» избирателей, постоянно участвующих в выборах, но и тех, кто составляет так называемое «болото», голосующих от случая к случаю, а также «пассивных» избирателей, как правило, не желающих принимать участие в выборах.

Необходимо обратить внимание на то, что низкую явку обеспечивает не только молодежь, но и жители, находящиеся в возрасте наибольшей социально-экономической активности от 31 до 50 лет. Самыми активными избирателями, как правило, бывает наиболее пожилая часть населения, то есть, предпенсионного и пенсионного возраста. Получается, что та часть общества, которая в наибольшей степени заинтересована во влиянии через выборы на политическую и социально-экономическую ситуацию в регионе и стране, как раз и игнорирует избирательный процесс.

Как бы то ни было, избиратель не голосует, если в силу позитивных или негативных факторов не соотносит мотивы, движущие политиком, со своей собственной жизнью. Он остается лишь наблюдателем (зрителем) предвыборного шоу. И тогда в ход идут различные «приманки» или «обманки» - избирателей покупают, пугают, шантажируют, развлекают... Принимая подобные правила игры, избиратели отвечают тем же. В последнее время в штабы кандидатов нередко приходят профессиональные просители и шантажисты – не сделаете до

выборов в моем дворе (доме, школе, заводе...) ... – не придем[5].

В этой связи встает вопрос об имидже выборов и стратегии его формирования, причем речь может идти как об имидже института выборов в целом, так и о конкретной предвыборной ситуации. При такой постановке задачи приходится признать, что традиционно применяемые так называемые «технологии повышения электоральной активности» носят скорее анти-имиджевый характер и, достигая иногда нужного эффекта в конкретной ситуации, «электоральное отчуждение» лишь усугубляют.

Опыт построения специальных программ, направленных на формирование имиджа выборов и повышение электоральной активности через задание их смыслового контекста, в отечественной избирательной практике пока невелик. Алгоритм построения такой программы должен включать следующие шаги:

- создать базовое насыщение информационного пространства тематикой выборов (независимо от кампаний конкретных кандидатов);
- предложить смысловой контекст восприятия предстоящих выборов;
- обеспечить активное вовлечение влиятельных структур, лидеров общественного мнения и общественных организаций в кампанию в качестве «резонаторов»;
- вовлечь в кампанию собственную активность СМИ;
- активизировать «народное» обсуждение темы выборов.

Вместе с тем, особое внимание следует уделять подходу к формированию избирательных комиссий различных уровней. Члены этих комиссий должны быть не только гражданами самообразованными, но и юридически грамотными. Их задача – показать пример достойного поведения на выборах. Именно они должны способствовать не фальсификации итогов, а честному подсчету и прозрачности проводимых процедур, также необходимо популяризовать кандидатов и еще мало важным элементом является проведение разъяснительной и агитационной работы с населением. В первую очередь, через

разъяснение важности избирательных прав, то есть, права избирать и быть избранным, так как реализация социально-экономических прав, которые как выяснилось, являются приоритетными, напрямую связаны с избирательными правами. Можно реализовать через PR-программу, так как опыт реализации данной программы во многих странах показал, что формирования позитивного смыслового контекста выборов – реальный путь повышения активности избирателей. Дальнейшее, конечно же во многом зависит от депутатов, от того, насколько они смогут оправдать возложенные на них надежды.

Литература

1. Веденеев Ю.А., Лысенко В.И. Избирательный процесс в Российской Федерации: политико-правовые и технологические аспекты // Государство и право. 1997. №8.
2. Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации. Учебник для вузов. /Отв. ред. А.А. Вешняков. – М.: Издательство НОРМА, 2003. с. 6.
3. Звонковский В.Б. Прогнозирование электоральной активности на основе отчета респондентов // Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения.
4. <http://www.m-vector.com/ru/news/?id=224> – Общереспубликанское исследование, «Какое будущее выбирает Кыргызстан?».
5. Кошелюк М., Татьяна Александрова Т. Проблемы электоральной активности. Электронный ресурс // <http://www.izbiraem.ru>

