

Секция «Политические науки»

Электоральное поведение в современной России

Меркулова Ольга Юрьевна

Студент

*Казанский (Приволжский) Федеральный Университет, гуманитарный, Набережные
Челны, Россия*

E-mail: leluka1391@mail.ru

Одним из наиболее острых и спорных моментов в политической науке был и остается вопрос электорального поведения. Выборы, как значимый демократический механизм привлекали внимание исследователей с античных времен. Для современной России электоральное поведение имеет ключевое значение, а абсентеизм — был и остается одной из важных проблем политического участия.

Несомненно, проблема абсентеизма и электорального поведения вообще зависит от множества факторов, которыми руководствуется человек при принятии решения "ходить или не ходить на выборы в числе которых его социальное положение, уровень дохода, наличие работы и так далее вплоть до физического и духовного состояния.

Итак, термин "политическая культура" остается актуальным в научной и общественно-политической среде, поскольку имеет полемический по своей сути характер. Современная политическая наука не выработала единого определения "ПК".

Политическая культура — это тип ориентации на политическое действие, отражающий специфику политической системы. Она так же выявляет социальную значимость существования индивида, его включенность в политический процесс.

Проблема электорального поведения появилась в повестке дня политической науки на рубеже 80х-90х годов XX века. В начале обозначенного периода был зафиксирован всплеск политической активности, который к настоящему времени сменился пассивностью и апатией.

Политологи, политики и органы исполнительной власти, пытаясь решить довольно острую проблему абсентеизма для России на данном этапе, не выработали действенного механизма. Последние выборы Президента РФ (2008) посетило около 70%, ГД — около 60%. Явка снижается с уровнем выборов.

Причинами этого, с точки зрения проблематики политической культуры являются неустоявшиеся в обществе ценности и нормы демократического политического поведения, сознательное неучастие ("мой голос ничего не изменит"), понимание политики как "грязного дела" и высокая степень недоверия, а так же личные мотивы.

На наш взгляд Россия еще не прошла тот период, когда выборы станут институтом, когда понимание того, что от правильно сделанного выбора будет зависеть судьба нации и каждого гражданина страны. Необходимо всячески воздействовать на политическое сознание населения с целью институционализации моделей демократически ответственного поведения в политике.

На сегодняшний день всем очевидно, что существующая система уже изжила себя. Выходом из сложившейся ситуации нам видится в превращении всенародных выборов в институт действительного, а не мифологизированного или манипулированного волеизъявления народа. Суверенитет народа не сводится к дискретным голосованиям, власть им лишь делегируется своим временным представителям, которые отправляют

ее в условиях состязательности ветвей власти, баланса полномочий, наличия системы отзыва депутатов и избранных должностных лиц, наконец, формирования реальной системы политического лидерства, регулярно подтверждаемого выборами.

Таким образом, нормально функционирующий институт выборов крайне важен для становления и удержания власти народа, оформленной в современный политический режим демократического толка. А оба этапа электорального процесса — общение кандидата с гражданами в ходе избирательной кампании и акт непосредственного избрания при голосовании — характеризуются сложной конструкцией лидерских взаимодействий (в т.ч. коалиционного типа), взаимодетерминации политического выбора со стороны избираемых лидеров и выбирающих их электоральных групп. Авторитет и действенность власти, политических лидеров и представляемых ими структур, которые должны, наконец, сложиться в нормальную многопартийную систему, в решающей мере определяются качеством и результативностью выборного процесса, его способностью к детерминации и использованию потенциала политического лидерства.

Литература

1. Александрова Т., Кошелюк М. Как преодолеть электоральное отчуждение. Лаборатория рекламы, маркетинга и PR., 2002., 3.
2. Ведениев Ю.А. Выборы в российских регионах: управленческие и социально-политические противоречия. М., 1998.
3. Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. М., 2000.
4. Шабанов А.В. Участие молодежи в политической модернизации современной России: Проблемы и перспективы. М., 2005.