



Законодательное Собрание Пермского края

# Методические рекомендации

к проведению Парламентского урока в образовательных  
учреждениях Пермского края

Парламентский  
**урок**  
2008

11 сентября 2008

**Руководитель проекта:**

Горбачевич Наталья Петровна, главный методист ПК ИПКРО

**Авторский коллектив:**

Саранина Ольга Борисовна

Антонов Артём Валерьевич

Перевозникова Наталья Юрьевна

**Методические рекомендации к проведению Парламентского урока в образовательных учреждениях Пермского края. — Пермь, 2008. — 64 с.**

Методические рекомендации к проведению парламентского урока помогут учителю организовать продуктивную работу по формированию политической культуры учащихся, культуры осознанного участия в выборах.

© Законодательное Собрание Пермского края, 2008.  
614006, г. Пермь, ул. Ленина, 51, офис 636.

© ООО «ИНТЕРНЕТ-ПЕРМЬ», дизайн, 2008.  
614000, г. Пермь, ул. Ленина, 66, офис 406.  
Тел. (342) 219-81-95.  
e-mail: info@internet-perm.ru

Использование элементов оформления запрещено без письменного разрешения.

Отпечатано в ООО «Студия «ЗЭБРА» по заказу ООО «Арт-Дизайн».  
614990, г. Пермь, ул. Окулова, 80, тел. (342) 239-08-39.

Формат 56x80 1/16. Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. печ. л. 3,316.  
Тираж 2000 экз. Заказ № 1216.

# Предисловие

Три года в образовательных учреждениях Пермского края проводится парламентский урок. Урок направлен на формирование политической культуры и гражданской компетентности учащихся.

В 2006 году — в год столетнего юбилея Государственной Думы РФ — состоялся урок, посвященный истории парламентаризма в России. На следующем парламентском уроке, в 2007 году, происходило знакомство с деятельностью краевой законодательной власти, процедурой рождения законов Пермского края. В новом учебном 2008/09 году приглашаем педагогов образовательных учреждений к проведению урока, темой которого будут ВЫБОРЫ. Право выбора осуществляется гражданами с 18 лет, но осознание своего права на политический выбор, ответственность за сделанный выбор должны сформироваться у молодежи раньше. Единый парламентский урок направлен на решение этой задачи.

Неизменный интерес парламентский урок вызывает у депутатов Законодательного Собрания и органов местного самоуправления Пермского края. Законодатели являются (и это уже стало доброй традицией) полноправными участниками учебного занятия, что дает возможность ученикам выявить интересующие их вопросы, обсудить проблемы края, своей территории, своего поселения. На уроке ученики не только пополняют свои знания, но, что более важно, учатся вести конструктивный диалог с представителями власти, видеть социальные, экономические проблемы и предлагать пути их решения.

Парламентский урок не является разовой акцией. Его продолжение реализуется в учебных курсах «История России», «Об-

ществознание», правовых курсах. Учащиеся имеют возможность применять полученные знания в практической работе. В продолжение парламентского урока Законодательное Собрание Пермского края объявляет краевой конкурс, участникам которого предлагается попробовать себя в роли законодателей, — конкурс ученических законопроектов, школьных репортажей о выборах, проходящих на уровне муниципалитета, школы, класса.

Впервые в новом учебном году парламентские уроки могут быть проведены для учащихся начальной школы. В день единого парламентского урока младшие школьники, как и старшеклассники, попробуют примерить на себя роль избирателей в сказочном государстве, а депутатов избирать в сказочную Думу. Интерес к выборам, ответственность за сделанный выбор, понимание процедуры выборов — на таком уроке все эти задачи могут быть решены.

# Выборы в Тридевятом Царстве

2–5-е классы

## Цель:

- сформировать позитивное отношение к выборам;
- пробудить интерес к выборам как неотъемлемой части жизни общества.

## Задача:

- познакомить учащихся с процедурой выборов и в игровой форме закрепить знания.

## Оборудование урока:

- мультимедиапроектор с экраном и компьютером;
- CD с дидактическими материалами.

## Предварительная подготовка

Парламентский урок для учащихся начальной школы должен стать праздником, а праздник требует подготовки.

Учитель вводит школьников в мир сказочных героев, предлагая обсудить те события, которые происходят в Тридевятом Царстве. При обсуждении сюжетов русских народных сказок учитель акцентирует внимание на беспорядках, беззаконии, несправедливости в этом государстве. В данной части урока можно использовать карту Тридевятого Царства, помещенную на CD.

Полагаем, что фольклорные сюжеты помогут учащимся младших классов осознать зависимость жизненного благополучия героев сказки от законов, по которым живет государство.

При желании можно оформить классную комнату в духе русских народных сказок с изображениями героев, использовать образы сказочных персонажей, выполненные в стиле оригами (заготовки предложены на CD), провести урок в этнографическом школьном или муниципальном музее.

Для проведения второй части занятия (игра «Выборы в Тридевятом Царстве») необходимо подготовить набор канцелярских принадлежностей для каждой команды: лист бумаги для агитационного плаката, фломастеры. Бланки голосования и урну для голосования также предлагаем оформить в сказочном стиле.

### **План урока:**

- 1 Мотивационная часть.
- 2 Информационная часть. Презентация «Выборы в Тридевятом Царстве».
- 3 Имитация предвыборной кампании.
- 4 Домашнее задание.

## **Ход урока**

### **1. Мотивационная часть (до 2-3 минут).**

Преподаватель обсуждает с учащимися жизнь сказочных героев Тридевятого Царства. Акцентирует внимание на беспорядках: «В Тридевятом Царстве-государстве сто лет невезения: то голод, то холод, то враг нападет, а оборонятся некому, то грабежи на дорогах, то люди пропадают, то влюбленных разлучают, то за землю дерутся».

Уточняющими вопросами учитель подводит ребят к мысли о необходимости власти, выбираемой из самих жителей царства (сказочных героев). Эта власть должна создать правила и законы, по

которым будет жить здешний народ. Тех, кого выберут в сказочную Думу и доверят создавать законы, будут называть депутатами.

## **2. Информационная часть. Работа с презентацией «Выборы в Тридевятом Царстве» (5-7 минут).**

### **3. Игра «Выборы в Тридевятом Царстве» (20 минут).**

Для проведения игры учащимся класса предлагается разделиться на группы и выбрать себе персонаж в качестве кандидата в депутаты Думы Тридевятого Царства (см. слайд «Герои Тридевятого Царства»).

Каждая группа готовит предвыборный плакат, стишок, частушку, в которых призывает жителей Тридевятого Царства голосовать за того или иного героя Тридевятого Царства (может быть от двух до пяти).

Группы представляют свои агитационные материалы в предвыборных выступлениях, после чего детям предлагается проголосовать за того кандидата в депутаты сказочной Думы, чья предвыборная агитация больше понравилась, привлекла внимание, лучше рассказала о нем.

Начинается голосование. Каждому ученику выдается листок, в который он вписывает имя одного из кандидатов. Свернутые листки ученики опускают в ящик (урну для голосования). Учитель вскрывает опечатанный ящик, публично подсчитывает голоса и называет двух-трех победителей, которые образуют Думу Тридевятого Царства.

Игра заканчивается рефлексией учащихся, в которой они определяют:

- чему новому научились сегодня;
- станет ли жизнь в Тридевятом Царстве лучше.

Заключительное слово учителя (показ первой части учебного фильма).

Ребятам предлагается перенестись в наш город (поселок) и поразмышлять о том, какие проблемы есть в его жизни. При наличии времени можно их обсудить.

#### **4. Домашнее задание.**

- Написать сказку о том, как будет жить Тридевятое Царство после избрания сказочной Думы.
- Сделать рисунок на тему «Каким я хочу видеть мой город (поселок, деревню)».

## **Выборы депутата**

6–8-е классы

### **Цель:**

- познакомить учащихся с историей, основными понятиями, процедурой и правовой основой выборов в органы государственной власти;
- создать условия для формирования гражданской позиции ученика как будущего избирателя.

### **Оборудование:**

- CD с видеофильмом и дидактическими материалами (приложения);
- мультимедиапроектор с экраном и компьютером.



## **План урока:**

- 1 Мотивационная часть.
- 2 Информационная часть:
  - Что такое выборы?
  - Как выбирать?
  - Кто может выбирать?
  - Кого выбирать?
  - Куда выбирать?
  - Как сделать выборы справедливыми и выбрать достойных? (Беседа с депутатом или обсуждение с классом.)
- 3 Домашнее задание.

## **Ход урока**

### **1. Мотивационная часть.**

В своей повседневной жизни мы часто выбираем: товар или услугу, изучаемый профиль или профессию (уместно будет вспомнить ситуацию выбора кандидатов в депутаты для этого урока и узнать, чем руководствовались учащиеся). И взрослая жизнь тоже невозможна без выбора: граждане выбирают главу местной администрации, президента, парламент и т. д.

Все ли зависит в нашей жизни от нас самих или наш выбор ограничен политической и экономической реальностью? Кого выбираем мы и кто в свою очередь влияет на нашу жизнь? (В зависимости от интересов учащихся и окружающих проблем мотивационное поле может быть иным.)

### **2. Информационная часть.**

#### **Что такое выборы?**

Предлагаем учителю рассказать учащимся об истории возникновения и развития процедуры выборов — с древности до

нового времени (см. приложение «История выборов»). Цель — сформировать у учащихся представление о выборах (в 7–8-х классах это сообщение могут сделать дети).

Для уяснения учащимися того, что такое выборы, можно организовать работу со словарными статьями, раскрывающими это понятие (например, используя Словарь Брокгауза и Ефрона, Оксфордский, толковые, политологические и энциклопедические словари). Работа идет в двух-трех группах. Перед учащимися ставится задача найти в предлагаемых определениях общие черты и отличия и синтезировать собственное определение выборов (критерий выполнения: минимум — суммировать все определения, максимум — дать наиболее емкое, универсальное)\*.

Выводом должно стать определение выборов, сформулированное учащимися и принятое всей аудиторией (учителем и участниками обсуждения). Например, выборы — средство участия гражданина в принятии политических решений; способ формирования органов государственной власти; процедура избрания на определенные государственные посты народных представителей, выдвинутых от партий, движений или самостоятельно и т. д.

### **Как выбирать?**

Опираясь на схему «Избирательное право», учитель формирует у учащихся представление об активном и пассивном избирательном праве (схема может быть отражена на доске или CD).

Характеризуя достоинства и недостатки мажоритарной и пропорциональной систем, учитель делает вывод о возможности

---

*\*Задания повышенной сложности для учащихся 5–6-х классов, изучающих обществоведческие курсы и готовых к дискуссионным, самостоятельным и групповым формам работы, и 7–8-х классов.*

применения смешанной избирательной системы, сочетающей преимущества обеих систем.

### **Кто может выбирать?**

Беседа с классом:

- Кто выбирает? (Бабушки, дедушки, папы, мамы.)
- Кто не может выбирать? (Школьники, дети, больные, заключенные, иностранцы.)
- Почему не могут?

Результат: составление таблицы (два столбца: «Кто может», «Кто не может») или кластера (см. приложение на CD); перечисление категорий граждан, имеющих и лишенных права голосования, сопоставление с нормативно-правовой базой. В ходе обсуждения учащиеся иллюстрируют правовую норму примерами из собственной жизни.

### **Кого выбирать?**

Составление кластера (см. приложение на CD) и сопоставление с политическими реалиями. Форма — мини-дискуссия на темы «Какие люди во власти?», «Как сделать выборы справедливыми и выбрать достойных?».

### **Куда выбирать?**

При наличии времени можно организовать беседу с классом о функциях избираемых законодателей, а также работу с интерактивной схемой «Уровни выборов и функции избираемых властей» (президентские выборы, федеральные — в Государственную Думу РФ, региональные — в Законодательное Собрание Пермского края, муниципальные — в городскую думу, поселковый совет).

### **Как сделать выборы справедливыми и выбрать достойных?**

Беседа учащихся с депутатом или обсуждение проблемы самими учащимися. В ходе обсуждения выясняются мнения детей, основные предложения фиксируются на доске.

### 3. Домашнее задание.

- 1 Мини-сочинение на одну из тем (по выбору): «Есть ли другие варианты участия граждан в формировании и влиянии на власть?», «Как сделать выборы справедливыми и выбрать достойных?».
- 2 Наказ депутату (пожелание, проблемы, рекомендации).
- 3 Опрос учащихся, учителей, родителей, других взрослых и рассказ о мнениях на основе вопросов анкеты:
  - Какие способы формирования органов власти вам известны? (Возможные ответы: выборы, назначение, преемственность.)
  - Кто может, а кто не может участвовать в выборах в РФ? (Возможные ответы: участвуют граждане РФ с 18 лет, являющиеся дееспособными.)
  - Ходите ли вы на выборы и почему?

## Приложения к уроку

- 1 Алгоритм социологического опроса.
- 2 Нормативно-правовые акты РФ и Пермского края по избирательному праву граждан РФ.
- 3 История выборов от античности до нового времени.
- 4 Схема «Избирательное право».
- 5 Кластеры («Кто может выбирать», «Кто не может выбирать»).
- 6 Схема «Уровни выборов и функции избираемых властей».
- 7 Избирательное право (политико-правовые механизмы выборов).

# Выборы депутата

9–11-е классы

## Цель:

- формирование электоральной культуры будущих избирателей.

## Задачи:

- сформировать политическую и социальную компетенцию;
- научить вырабатывать, презентовать, отстаивать собственное мнение, вступая в диалог с оппонентами.

## Предварительная подготовка

Для того чтобы вызвать у старшеклассников интерес к будущему парламентскому уроку, предлагаем им за неделю до занятия провести социологический опрос школьников, родителей, учителей, других взрослых (см. приложение «Алгоритм социологического опроса» на CD). Для выяснения отношения учащихся и взрослых к проведению выборов старшеклассниками может быть снят видеоролик. Для актуализации темы выборов и формирования представления о будущих выборах в органы местного самоуправления учащимся может быть предложено познакомиться с работой территориальной избирательной комиссии.

Если учитель планирует провести парламентский урок в игровой форме, предлагаем осуществить подготовительную работу:

- Поставить перед учащимися задачу выдвинуть кандидатов в школьное самоуправление или школьный совет. Если учитель предполагает провести имитационную игру, то выдвигаться будут кандидаты в депутаты в местное самоуправление, Законодательное Собрание Пермского края или Государственную Думу РФ.

- Организовать в классе выдвижение кандидатов (возможно самовыдвижение, открытое или тайное голосование).
- Кандидаты должны выбрать себе одного-двух помощников из класса и сформировать штаб кандидата. Штаб готовит агитационную кампанию для выступления на парламентском уроке (учитель координирует подготовку штабов, дает консультации, ориентируясь, в частности, на приложение «Основные технологии агитации в избирательных кампаниях»).
- В школе создается избирательный комитет (из учащихся и учителей школы) для подготовки списков избирателей класса, бюллетеней для голосования, избирательной урны и импровизированных кабинок\*.

### **Оборудование:**

- мультимедиапроектор с экраном и компьютером;
- CD с дидактическим материалом;
- агитационные материалы, списки избирателей класса, бюллетени для голосования, избирательные урны и кабинки, герб, флаг и т. п. (в зависимости от выбранной формы организации игры).

### **План урока:**

- 1 Мотивационная часть.
- 2 Теоретическая часть «Куда и зачем мы выбираем?» (при наличии члена избирательной комиссии эта часть урока может быть прокомментирована им).
- 3 Обсуждение результатов подготовительной работы.

---

*\*Игра на уроке может быть проведена без предварительной подготовки. Например, учащимся прямо на уроке ставится задача выдвинуть кандидатов в школьное самоуправление. Пока кандидаты формируют программу (тезисы выступления) или агитационные материалы (используя заранее приготовленные листы ватмана и фломастеры), с остальной частью класса идет фронтальная беседа (или демонстрируется видеofilm в случае, если учитель остановился на этой сюжетной линии) на тему «Структура и функции школьного самоуправления». После агитации выборы проводятся явно (голосованием рукой) или тайно (на бумаге).*

- 4 Практическая часть — игра «Голосование».
- 5 Рефлексия (возможно включение депутата для подведения итогов игры).
- 6 Домашнее задание.

## Ход урока

### 1. Мотивационная часть (2-3 минуты).

«В период выборов, даже не будучи кандидатами и не имея отношения к политическим партиям и избирательным блокам, большинство людей невольно погружаются в предвыборную атмосферу. Постоянно, иногда помимо своей воли, мы, простые граждане, находимся в соответствующем информационном поле, создаваемом СМИ, уличной рекламой и разговорами соседей и знакомых.

В своей повседневной жизни мы часто выбираем: товар или услугу, изучаемый профиль или профессию (уместно будет вспомнить ситуацию выбора кандидатов в депутаты для этого урока и узнать, чем руководствовались учащиеся). И взрослая жизнь невозможна без выбора. Граждане выбирают главу местной администрации, президента, парламент и т. д. Но всегда ли они готовы сделать осмысленный выбор? Не зря считают, что неосведомленность одного избирателя наносит ущерб благополучию и безопасности всех. Как же научиться выбирать? Можно ли подсказать, как сделать правильный выбор? Готовых рецептов, конечно, нет, но научиться выбирать осмысленно все же можно»\*.

### 2. Куда и зачем мы выбираем (7 минут).

Работа с интерактивной схемой «Уровни выборов и функции избираемых органов власти» (см. приложение на CD):

---

\* Долина И. Г. Я выбираю. — Пермь, 2001. С. 4.

- президентские выборы;
- федеральные — в Государственную Думу РФ;
- региональные — в Законодательное Собрание Пермского края;
- муниципальные — в городскую думу, в поселковый совет.

### **3. Представление результатов подготовительных заданий (13-15 минут на выступления и 2-3 минуты на вопросы)\*.**

Обсуждение, комментирование отчета по социологическому опросу, либо презентация видеоролика «Отношение взрослых (электората) к выборам», либо сообщение учащихся об опыте работы в территориальных избирательных комиссиях и важности предстоящих выборов. Представление результатов агитационной кампании кандидатов.

Если проведение агитационной кампании предполагается на уроке, перед штабами может быть поставлена задача — смоделировать ситуацию «Нарушение закона о выборах» (см. приложения «Нарушения в предвыборной агитации и в процессе голосования» и «Основные технологии агитации в избирательных кампаниях» на CD).

### **4. Голосование (5-7 минут).**

Ведущий (или председатель избиркома) ориентирует аудиторию по этапам избирательной кампании, например: «В 8 часов утра открывается избирательный участок и избиратели с паспортами приходят отдать свой голос».

Ученики подходят к столу избирательной комиссии. Член избирательной комиссии, сверив по списку данные паспорта, вручает бюллетень избирателю, который затем проходит в кабинку для голосования, делает соответствующую отметку и опускает бюллетень в урну.

*\*Задания повышенной сложности для учащихся 9–10-х классов, изучающих обществоведческие курсы и готовых к дискуссионным, самостоятельным и групповым формам работы.*



Ведущий (или председатель избиркома) закрывает избирательный участок, например: «Наступает 20 часов. Избирательный участок закрывается, и в присутствии наблюдателей вскрывается урна и начинается подсчет голосов».

Ведущий (или председатель избиркома) отчитывается по итогам выборов. Результаты голосования выводятся на экран. Учащиеся обсуждают замеченные в ходе агитации и голосования нарушения.

### **5. Рефлексия (5 минут).**

Учитель подводит итоги игры. Если присутствует гость (депутат), учитель приглашает его к разговору о роли, механизме выборов в современном российском обществе.

### **6. Домашнее задание (3 минуты).**

Темы, поднятые в ходе урока и вызвавшие внимание ученической аудитории, но не раскрытые из-за недостатка времени, можно дать на самостоятельное изучение.

- Эссе (сочинение-рассуждение) на тему «Кто выбирает — электорат или политтехнологи?».
- Наказ депутату «Проблемы нашего региона».
- Предвыборная программа «Я — кандидат в депутаты».
- Если социологический опрос не был проведен на этапе предварительной подготовки, то учитель может предложить его в качестве домашнего задания для группы учащихся.

## **Приложения к уроку**

- 1 Нормативные акты по избирательному праву граждан РФ (извлечения): Конституция РФ, федеральные законы «Об общих принципах организации местного самоуправле-

- ния в РФ» и «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан РФ».
- 2 Схема «Уровни выборов и функции избираемых органов власти».
  - 3 Основные технологии агитации в избирательных кампаниях.
  - 4 Нарушения в предвыборной агитации и в процессе голосования.
  - 5 Примеры политической рекламы.

Приложение 1

## **История выборов от античности до нового времени**

### **Демократия в Афинах\***

Афины были самым демократическим из греческих полисов. В начале VI в. до н. э. Солон поделил власть между аристократией и народом, между аристократическим советом Арелопагом и Народным собранием. Капризное и бурное Народное собрание сравнивали с норовистым конем. Арелопаг называли его уздой. Знатные арелопагиты (члены Арелопага) имели право отменять неразумные постановления народа. Кроме того, они

---

\* Трухина И. И. *История Древней Греции*. — М.: «Русское слово, Владос», 1996. С. 125–129.

творили суд и поддерживали своим авторитетом старинные нравы и обычаи. Даже тиран Писистрат судился в Ареопаге из уважения к его славе.

После того как народ своими силами уничтожил тиранию (510 г. до н. э.), а затем отразил два персидских нашествия, сила и авторитет Народного собрания возросли. Через 20 лет после Саламинской битвы афинский демос сбросил свою старую узду: он отобрал у Ареопага право надзора за постановлениями Народного собрания и уменьшил его судебную власть. Таким образом, в Афинах утвердилась полная демократия. В V в. до н. э. главными государственными органами Афинского государства стали Народное собрание — эkkлeсия и Народный суд — гелиэя.

**Народное собрание (эkkлeсия).** Эkkлeсия созывалась не реже одного раза в месяц. В ней могли участвовать все граждане-мужчины с 20 лет. В древние времена сборища происходили на городской площади — агоре, в V в. до н. э. — на холме Пниксе или в театре. Участники Народного собрания, эkkлeзиасты, слушали выступления ораторов сидя. Тот, кто брал слово, вставал с места и надевал себе на голову венки. Выступить могли все желающие, свобода слова была полная. Голосовали либо поднятыми руками, либо (если требовался особо точный подсчет голосов) черепками или камушками. Полноправных афинских граждан было около 30 тысяч, но на Пниксе собирались обычно 5–6 тысяч человек. В основном это были горожане и крестьяне, жившие неподалеку от Афин. Жители отдаленных поселков Аттики посещали город только по самым важным делам. В Народном собрании численно преобладали феты — мелкие ремесленники и земледельцы, так что Афинами правил простой народ.

В Народном собрании афинский демос принимал законы и выбирал своих начальников, занимавших различные государственные посты (должности). В том и выражалось народопра-

вие, что народ сам решал, по каким правилам ему жить и кому подчиняться. Кроме того, экклесия выслушивала иноземных послов, принимала постановления о войне или мире и решала текущие дела, о которых докладывал председатель собрания. В принципе народ мог решить любой вопрос по своему усмотрению — выше его власти не было. Не зря в одной из комедий Аристофана Афинское государство изображалось в виде дома, народ — в виде капризного старика хозяина, а городские власти — в виде его угодливых рабов.

**Суд черепков.** Правители Афин, занимавшие государственные должности, побаивались народа. Демос мог использовать против них «суд черепков» — остракизм, происходивший в Народном собрании. Раз в год председатель Народного собрания обращался к афинскому демосу с вопросом: нет ли, по мнению граждан, в Афинах человека, угрожающего народовластию? Каждый афинянин мог написать на черепке-остраконе имя любого подозрительного ему гражданина. Тот человек, чье имя повторялось на 5 тысячах черепков, должен был уйти на 10 лет в изгнание.

Афинский народ, боявшийся появления нового тирана, с подозрением относился ко всем выдающимся людям. Кроме того, он любил показать начальникам свою силу. Поэтому жертвами остракизма становились и самые знаменитые афиняне; среди них оказался даже честнейший и справедливейший Аристид. Рассказывают, что во время голосования один неграмотный крестьянин, не умея написать на черепке его имя, обратился за помощью к самому Аристиду, не зная его в лицо. «Чем обидел тебя Аристид?» — спросил тот. «Ничем, — ответил крестьянин, — но мне надоело слышать на каждом шагу: справедливый да справедливый». Аристид вздохнул, молча написал свое имя и отдал черепок.

**Народный суд (гелиэя).** Остракизм не был настоящим судом. С помощью черепков граждане не выносили приговор, а только

выражали свое недоверие. Настоящие судебные дела разбирал Народный суд, установленный при Солоне, — гелиэя. Ежегодно афиняне избирали бтысячсудей-гелиастов. В основном это были простые и бедные граждане. Они делились на судебные комиссии по несколько сот человек (чаще всего по 500) — при таком большом числе судей их трудно было подкупить. Обвиняемые не только доказывали свою невиновность, но и старались разжалобить гелиастов, взывая к их милосердию, выставя на вид плачущих детей и родственниц. Гелиэя налагала суровые наказания, вплоть до смертной казни. Особенно жестоко относились судьи к гражданам, обвиненным в заговорах против демократии.

Гелиэя держала в страхе врагов народовластия, но иногда решения ее бывали несправедливы. Вспомним, например, как ею был погублен марафонский герой Мильтиад. С особым удовольствием бедняки-гелиасты выносили приговоры богатым гражданам. Поэтому в Афинах развелись кляузники-сикофанты, преследовавшие богачей судебными доносами, а богачи любезно кланялись на улице фетам, которые часто избирались судьями.

**Руководители Афинского государства.** Народ был полновластным хозяином Афинского государства, однако не надо думать, что аристократия потеряла в демократических Афинах бывшее влияние. Народ понимал, что важнейшими государственными делами должны руководить люди благородные и образованные. «Таких должностей, которые приносят спасение, если заняты благородными людьми, и подвергают опасности весь вообще народ, если заняты неблагородными, — этих должностей простой народ вовсе не добивается», — писал один древний историк. Среди этих важных должностей первое место занимала стратеги — военное командование. Ежегодно афиняне избирали 10 полководцев-стратегов — как правило, из числа потомственных воинов-аристократов. Стратеги не только командовали войсками, но и руководили государственными делами.

Более простыми, повседневными делами Афинского государства занимались граждане, избранные на низшие должности: смотрители рынка, начальники тюрьмы, заведующие архивом и т. д. При Солоне на эти посты выбирали только зажиточных людей, а в V в. до н. э. даже бедняков-фетов.

Все видные руководители Афинского государства добивались расположения народа. Но среди них встречались как честные люди, стремившиеся принести государству пользу, так и бессовестные честолюбцы, которые льстили народу и предлагали ему приятные, но зачастую вредные законы. Такие народные угодники назывались демагогами. Они заботились не об интересах государства, а о том, чтобы получить от Народного собрания власть и затем нажиться с помощью взяток и утайки казенных денег. Демагоги происходили обычно из незнатных семей.

## **Новгород (конец XII–XIII век)**

На Новгородском вече участники голосовали буквально — голосом, то есть выкрикивали свое мнение. Тех, кто кричал за других, называли милостниками. Они кричали (голосовали) за плату, за милость. Таких, за их бедность, называли «худые люди». Изредка в Вече участвовали не только новгородцы, но и псковичи и ладожане. Мало быть только местным, мужчиной, свободным, чтобы участвовать в Вече. Сыновья при отцах не участвовали (свободные, но недееспособные). То, сколько человек присутствовало, было решающим. По данным археолога Янина, площадь Вече составляла 1500 квадратных метров, то есть была небольшой, на ней могло разместиться около 400 человек.

В XIII веке важные решения принимались под давлением (в уду) «30 золотых поясов» — богатых новгородцев, имевших состояния и владевших усадьбами.

Вопросы, которые рассматривало Вече, были примерно такого характера:

- законы;
- торговля;
- казна;
- война и мир;
- договоры с князем;
- выборы посадника;
- выборы тысяцкого;
- выборы владыки.

## **Формирование органов Пермского городского самоуправления в конце XVIII века\***

Город Пермь в качестве губернского центра обязан своим основанием открытию Пермского наместничества, учрежденного в январе 1781 года. В новом наместничестве необходимо было провести «выборы в должности», о чем распорядился пермский наместник, генерал-губернатор Е. П. Кашкин, предписав губернатору И. В. Ламбу провести выборы.

Выборы кандидатов на общественные должности в г. Перми предписывалось закончить до 18 октября 1781 года. Уже 21 сентября пермский губернатор И. В. Ламб отрапортовал наместнику о направлении соответствующих указаний соликамскому воеводскому товарищу титулярному советнику Бушуеву, кунгурскому воеводскому товарищу коллежскому асессору Минееву, чердынскому бургомистру Спиридону Углицких. Наряду с выборами органов общественного

\*Андреев Н. В. *История Пермского городского самоуправления последней четверти XVIII — первой четверти XIX вв. Екатеринбург–Пермь, 2003. С. 11–15.*

управления указанным лицам предписывалось избрать из числа членов местных городских обществ 34 кандидата в органы пермского губернского и городского общественного управления, а именно: от Кунгура — 16, от Соликамска — 12 и от Чердыни — 6 человек.

Выбранные на общественные должности в Пермь из старых городов должны были находиться на своих постах до октября 1782 года, то есть до того времени, когда число записавшихся по губернскому городу Перми в купечество и мещанство будет достаточным для их избрания в присутственные места.

Губернатор И. В. Ламб, выполняя предписания Е. П. Кашкина, указал Кунгурскому, Соликамскому и Чердынскому городским магистратам выбрать кандидатов для составления Пермского губернского и городских магистратов. Данные сведения ими направлялись вышеуказанным уполномоченным для проведения выборов.

Проиллюстрируем выборы на примере их осуществления в городе Соликамске.

Приступая к исполнению вышеуказанного предписания пермского губернатора, соликамский воеводский товарищ Бушуев сразу же послал в Соликамский магистрат сообщение с просьбой прислать список городского купечества и мещанства, а затем назначить место для проведения собрания для выборов в кандидаты. Местные представители власти должны были найти достойный дом, который вместил бы всех избирателей (их оказалось 128), поставить стулья и скамьи в порядке, указанном в законе о депутатском выборе 1766 года, а также стол и стул для присутствия на выборах председательствующего — самого Бушуева. На столе, покрытом красным сукном, должен был стоять ящик с шарами для баллотирования кандидатов. На ящик следовало положить «Об-



ряд» выбора депутатов. Оповещение избирателей о собрании должно было производиться через специального посыльного. К выборам не допускались подозрительные люди. Выборщики кандидатов на должности обязаны были явиться в указанный дом в назначенное Бушуевым время «в должной опрятности и чистоте» и ожидать там его прибытия.

К выборам кандидатов был предложен список людей, достойных этого звания.

Выборы в Соликамске проходили 28 сентября 1781 года в доме бывшего соликамского промышленника Ростовщикова. Возглавляли их представители городского управления и самоуправления. Второго октября 1781 года в Пермь были отправлены выбранные кандидаты с заверенным списком.

Быть выбранным в кандидаты, как оказалось, мог и человек, уже исполняющий одну из должностей городского общественного управления.

Отправляясь в Пермь, кандидаты могли рассчитывать на материальную помощь от своего городского общества, если их собственные доходы не позволяли без нужды доехать до назначенного места и прожить там определенное время до окончательных выборов.

Выборы в органы общественного управления Перми, в том числе и городского головы, состоялись после приезда в Пермь кандидатов от старых городов в октябре 1781 года. Тринадцатого октября данные кандидаты вместе с кандидатами в судебные места от поселян были собраны вместе, и им под руководством председателей губернского магистрата и верхней Расправы прокурорами и стряпчими данных присутственных мест были прочитаны статьи о выборах «Учреждения».

Сами выборы состоялись 15 октября 1781 года. Д. Д. Смышляев в приложении к «Адрес-календарю Пермской губернии за 1883 г.» приводит рапорт председателя Пермского губернского магистрата надворного советника Дмитрия Масленникова губернатору И. В. Ламбу, подробно описывающий процесс выборов. Прибывшие в Пермь кандидаты «собраны были к слушанию божественной литургии, а по окончании оной приведены к присяге; потом, по отведении их в дом, назначенный для городского магистрата, на основании порядка, предписанного в «Обряде» 1766 года, выбор им последовал, а кто и каким должностям баллотированием избраны и затем остались, учиненное «расписание», также присяжной лист, ими подписанный, и оных кандидатов самих представляю при сем».

Д. Д. Смышляев в дополнение к вышеуказанному рапорту уточняет, что выборщики были приведены к присяге 15 октября 1781 года протопопом Петропавловского собора Антонием Поповым, а избранные лица — 17 октября иереем того же собора Дометием Черепановым.

По «расписанию», представленному при рапорте председателя губернского магистрата Дмитрия Масленникова, из иногороднего купечества на городские общественные должности при альтернативных выборах в губернский город Пермь были избраны 12 человек.

# Избирательное право

## (политико-правовые механизмы выборов)

Избирательное право — важнейший демократический институт, одна из главных форм свободного выражения воли народа и его участия в политическом процессе. Личное участие граждан в деятельности органов государственной власти и местного самоуправления, равно как и через избираемых ими представителей, является выражением суверенитета народа и формой осуществления принципа народовластия. Избирательное право — необходимый фактор эффективности государственной власти и местного самоуправления, правовой системы в целом.

Избирательные права граждан являются неременным условием функционирования всех других прав и свобод человека, ибо они составляют основу демократии и выступают как ценности, которыми власть должна ограничивать себя. Избирательные права позволяют человеку активно участвовать в политической жизни, в управлении государством, создают условия для укрепления связей между государством и личностью.

Отдавая предпочтение программе той или иной политической партии, тому или иному независимому кандидату, избиратели определяют направленность законодательства, приоритеты государственной политики.

Избирательные права граждан, порядок и технику выборов органов высшей государственной власти закрепляют Конституция РФ и ряд законов:

- Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»;

- Федеральный закон «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации»;
- Федеральный закон «О выборах Президента Российской Федерации».

Закон «Об основных гарантиях избирательных прав...» устанавливает правила выборов, общие для избрания депутатов представительных органов как Федерации, так и ее субъектов, а также представителей в органах местного самоуправления. По этим правилам избирают также глав исполнительной власти — от президента страны до главы муниципального образования. Эти правила действуют для выборов всех органов власти и самоуправления, которые избираются непосредственно гражданами.

## **Роль и функции выборов в демократическом государстве**

Выборы представляют собой способ формирования органов власти и самоуправления с помощью выражения по определенным правилам (в соответствии с избирательной системой) политической воли граждан. В результате выборов избранные кандидаты приобретают легитимность, то есть доверие со стороны электората, и наделяются властными полномочиями.

Выборы — неотъемлемый атрибут и стержневой механизм демократии. Однако демократии бывают разными. В различных демократических моделях выборы играют далеко не одинаковую роль.

Выборы — важнейший канал представления в органах власти интересов различных общественных групп, который позволяет

корректировать или изменять политический курс правительства, судьбу страны, людей.

### **Уровни выборов:**

- президентские;
- федеральные — в Государственную Думу РФ;
- региональные — в Законодательное собрание региона РФ;
- муниципальные — в городскую думу, в поселковый совет.

На занятиях с будущими избирателями следует разобрать следующие вопросы:

- 1 Роль и функции выборов.
- 2 Демократические принципы избирательного права.
- 3 Принципы демократической организации выборов.

### **Функции выборов:**

- выявление и представительство интересов различных групп населения;
- контроль за институтами власти;
- интеграция разнообразных мнений и формирование общей политической воли;
- легитимация (получение мандата доверия) властных институтов и стабилизация политической системы;
- расширение коммуникаций и отношений представительства между институтами власти и гражданами;
- перевод политических конфликтов в русло их мирного урегулирования;
- мобилизация на решение актуальных общественных задач;
- развитие политического сознания и политического участия граждан;
- рекрутирование политической элиты;
- обновление общества посредством конкурентной борьбы альтернативных политических программ;

- конституирование эффективной оппозиции и ее подготовка к выполнению функций политического руководства.

Выборы выполняют вышеназванные функции только в том случае, если они демократичны.

Главное социальное назначение выборов — адекватно отражая мнение и волю граждан, обеспечить представительство основных общественных групп в органах власти, сформировать эффективное правительство, способствующее социальному прогрессу.

## **Основные демократические принципы свободного избирательного права**

Избирательное право является всеобщим, равным и прямым и осуществляется при тайном голосовании.

Принцип всеобщности означает, что к выборам допускается практически все взрослое население страны, начиная с 18 лет, и каждому дается возможность в них участвовать, независимо от пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного или должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям.

Однако из общего правила есть исключения:

- 1 Гражданство. К участию в выборах допускаются только граждане Российской Федерации.
- 2 Возраст. Участвовать в выборах может лицо, достигшее 18 лет. Кандидат в президенты должен быть не моложе

35 лет, кандидат в депутаты Государственной Думы — не моложе 21 года.

- 3 Полная недееспособность, установленная судом.
- 4 Нахождение в местах лишения свободы по приговору суда. Лицо, находящееся в следственном изоляторе и еще не приговоренное судом к лишению свободы, имеет право избирать и быть избранным.

Равное избирательное право предполагает, что все граждане участвуют в выборах на равных основаниях, то есть голос каждого равен по своему «весу» голосам других и, как правило, каждый гражданин имеет только один голос. Это положение вытекает из общего правила о равенстве граждан в их правах и перед законом. Конечно, это равенство голосов на выборах можно критиковать, потому что не все граждане одинаково знают кандидатов, за которых голосуют, не все одинаково разбираются в программах кандидатов. Но это неизбежный недостаток всякого равенства, и избежать его можно только привив избирателям высокую политическую культуру.

Прямое избирательное право означает, что избиратели голосуют на выборах «за» или «против» кандидатов (списка кандидатов) непосредственно и лично. Нельзя проголосовать «по доверенности» даже за ближайших родственников. Между избирателем и кандидатом в депутаты (президенты и т. д.) нет никаких посредников.

Между тем есть и другая система выборов — косвенные выборы. Формально косвенными являются выборы Президента США: избиратели выбирают 500 выборщиков, а те в свою очередь выбирают президента. Но это только формально, потому что избирателям заранее известно, за какого кандидата в президенты будут голосовать те или иные выборщики.

Наконец, важнейшим принципом выборов является тайна голосования. Она обеспечивает избирателю свободу выбора, избавляет от страха перед властями, против которых он намерен голосовать. Тайна голосования является неотъемлемым компонентом свободных политических выборов. Никому не позволено контролировать и вмешиваться в волеизъявление избирателей.

## **Порядок осуществления избирательных прав граждан**

С юридической точки зрения участие в выборах является правом гражданина, а не его обязанностью. Никто не вправе его к этому принуждать и влиять на его свободное волеизъявление.

В качестве элементов избирательного права выделяют:

- 1 право избирать (активное избирательное право). При осуществлении своего активного избирательного права гражданин становится избирателем;
- 2 право быть избранным (пассивное избирательное право). Право быть избранным возникает у граждан более старшего возраста, но минимальный возраст для права быть избранным в Государственную Думу РФ, представительные органы регионов России и органы местного самоуправления не может превышать 21 года. Президентом России может стать гражданин РФ не моложе 35 лет;
- 3 право отзыва избирателями лиц, не оправдавших их доверия.

Последнее право пока мало используется. По этому поводу есть разные точки зрения. Существует мнение, что право отзыва могло бы стать эффективным механизмом, который гарантиро-



вал бы, что депутат будет вспоминать о своих избирателях не накануне выборов, а в течение всего срока депутатских полномочий. Иная точка зрения сводится к тому, что, с одной стороны, право отзыва может быть использовано политическими конкурентами избранного депутата в качестве орудия давления на него. С другой стороны, практика реализации права отзыва депутата объективно приведет к тому, что он будет чувствовать себя представителем своего избирательного округа, а не депутатом Российской Федерации (субъекта Федерации и т. д.), местечковый интерес будет преобладать над интересом всей страны (региона и т. д.).

Субъекты Федерации и муниципальные сообщества заинтересованы в том, чтобы в их органы власти и самоуправления избирались люди, хорошо знающие местные условия. Ограничения пассивного избирательного права, связанные с нахождением места жительства гражданина на определенной территории, в том числе со сроком его проживания на этой территории, могут устанавливаться только Конституцией РФ. Такое ограничение установлено только для должности Президента РФ, которым может быть гражданин, постоянно проживающий в России не менее 10 лет.

## **Каким образом граждане осуществляют свое активное избирательное право?**

Во-первых, они включаются в списки избирателей. Эту работу осуществляет участковая избирательная комиссия по данным учета населения данного квартала, села, улицы и т. д. Гражданин имеет право проверить, внесена ли его фамилия в список избирателей. Если она не внесена, то на основании паспорта с указанием возраста и места проживания гражданин вносит-

ся в список избирателей. В связи с тем что в настоящее время прописка отменена, свидетельством места жительства является отметка о регистрации или иной документ, который может быть установлен законом. Вопрос о внесении гражданина в список избирателей должен быть решен в течение 24 часов. Если избирателю отказали во включении в список избирателей, он может обжаловать этот отказ в вышестоящую избирательную комиссию, которая обязана рассмотреть жалобу в трехдневный срок.

Во-вторых, гражданин осуществляет свое активное избирательное право посредством тайного голосования за того или иного кандидата или против всех кандидатов на выборную должность. Если гражданин не явился на выборы — значит, он отказался от осуществления своего избирательного права в пользу тех избирателей, которые явились.

Каким образом граждане осуществляют свое пассивное избирательное право? Можно отметить два способа: индивидуальный и коллективный. При индивидуальном способе гражданин либо сам выдвигает свою кандидатуру, либо его кандидатуру выдвигает группа избирателей или общественная организация, имеющая право участвовать в выборах: партия, общественно-политическое объединение, профсоюз и т. д. В этом случае кандидат конкурирует на выборах с другими так же индивидуально выдвинутыми кандидатами, один из которых будет избран.

Другой способ реализации пассивного избирательного права — коллективный — состоит в том, что общественные объединения, соответствующие определенным требованиям, установленным законом, выдвигают список кандидатов, в котором может быть даже несколько большее число кандидатов, чем общее число депутатских мест (мандатов). Этот список партии, иного общественного объединения конкурирует со списками других обще-

ственных объединений. И каждое общественное объединение получает количество депутатских мандатов, пропорциональное проценту голосов, отданных за него избирателями. Например, в парламент надо избрать 100 депутатов. Участвуют 5 партий. За первую было отдано 40% голосов избирателей, в результате она получает 40 депутатских мест. За вторую — 15%, и она получает 15 мандатов и т. д.

Эта система выборов называется пропорциональной, и вся страна тогда образует единый общенациональный избирательный округ.

При индивидуальном выдвижении кандидатов территория страны, региона делится на избирательные округа по числу депутатских мест. В каждом округе избирается один депутат — тот, что набрал большее количество голосов. Такая система выборов называется мажоритарной.

Каждая из этих систем имеет свои плюсы и минусы. Плюс пропорциональной системы в том, что она точнее учитывает волю избирателей: каждая партия получает столько мандатов, сколько процентов голосов она получила. Минус: избирателям трудно судить о личных качествах кандидатов, потому что они идут списком и большинство из них неизвестно избирателю. Последний голосует «вслепую», доверяя только лидерам или программам, а это недостаточная гарантия того, что партия будет действовать в интересах избирателя.

У мажоритарной системы нет этого минуса: здесь кандидат известен избирателю, он, как правило, «местный», о нем, во всяком случае, легче получить необходимые сведения. Но у мажоритарной системы есть свой отрицательный момент: голоса избирателей, отданные за неизбранных кандидатов, «пропадают».

Следует ли из этого, что неизбранный кандидат и подавший за него голос избиратель не осуществили своего избирательного права? Нет, они его осуществили, потому что избирательное право — как активное, так и пассивное — означает отсутствие препятствий к тому, чтобы выразить свою волю (голосовать) и быть занесенным в бюллетень для голосования на тех же основаниях, что и другие кандидаты.

Смешанная избирательная система — сочетание элементов мажоритарной и пропорциональной систем.

### **Принципы демократической организации выборов:**

- свобода выборов, отсутствие политического, административного, социально-экономического, психологического и информационного давления на избирателей, активистов, кандидатов и организаторов выборов;
- наличие альтернативных кандидатов (термин «выборы» предполагает отбор из различных предложений; в том случае, если представлен всего один кандидат, речь идет только о его одобрении или неодобрении избирателями, а не о выборах в полном смысле этого слова);
- состязательность, конкуренция на выборах (различные политические силы должны иметь возможность бороться за доверие избирателей на выборах, знакомить и убеждать их в правильности, преимуществах своей предвыборной программы и в недостатках программ конкурентов);
- периодичность и регулярность выборов, необходимые для того, чтобы избиратели могли контролировать своих представителей, предотвращать злоупотребления властью и корректировать политический курс правительства, руководства;
- равенство возможностей кандидатов и политических партий, предполагающее примерное равенство материальных

и информационных ресурсов кандидатов (наиболее часто нарушаемый принцип).

## **Выборы как орудие политического манипулирования**

Выборы могут также выступать инструментом манипулирования, особенно в авторитарных и тоталитарных государствах.

Главным социальным назначением выборов в условиях авторитаризма и тоталитаризма является укрепление соответствующего режима политического и социального господства с помощью манипулирования сознанием собственных граждан и международным общественным мнением. В авторитарных государствах выборы выступают «демократическим фасадом», красивой декорацией, прикрывающей монополию на власть узкой группы лиц или одного человека.

### **Основные стадии избирательного процесса:**

- 1 Подготовительный этап: организационные мероприятия, делающие возможным проведение выборов.
- 2 Выдвижение кандидатов, завершающееся их регистрацией.
- 3 Агитационно-пропагандистская кампания.
- 4 Голосование и подведение итогов выборов.

### **На выборы влияет исторический контекст, а именно:**

- наличие в обществе атмосферы доверия и готовности уважать результаты выборов;
- уважение в государстве прав человека;
- информированность избирателей, обеспечивающая сознательность и компетентность решений;
- демократический характер регистрации избирателей;

- демократический порядок регистрации и взаимоотношений партий;
- формирование независимых, беспристрастных и компетентных органов управления избирательным процессом;
- наличие доступных для всех механизмов подачи и рассмотрения жалоб и разрешения споров, а также эффективных и независимых органов контроля за соблюдением избирательного закона всеми участниками выборного процесса.

После проведения подготовительных мероприятий и официального назначения сроков выборов начинается избирательная кампания.

Выдвижение кандидатов или партий происходит различными способами:

- путем сбора подписей в поддержку кандидата или партии;
- предоставлением регистрационного взноса или денежного залога, а также документов, свидетельствующих о наличии у кандидата определенной поддержки.

Выдвижение кандидатов завершается их регистрацией. Далее наступает черед агитационной предвыборной кампании.

Агитационная кампания оказывает большое влияние на решение избирателей, во многом предопределяет успех или неудачу претендентов.

Для ведения избирательной кампании и главным образом для ее агитационного этапа создается штаб. В штаб входят главный распорядитель, финансовый агент, пресс-секретарь, политический организатор, координатор графика кампании, технический секретарь и помощники.

К штабу примыкают доверенные лица, группа поддержки кандидата, группа социально-политического обеспечения. В последнюю входят профессиональные политологи, социологи и психологи, юристы, имиджмейкеры (специалисты по политической рекламе), активисты-добровольцы и агитаторы, спонсоры кампании.

Современные агитационные кампании обычно ведутся по четко разработанному плану, который включает следующие элементы:

- анализ и оценку политической ситуации и уязвимых для кандидата мест;
- стратегию, тактику и график кампании;
- структуру управления кампанией и ее бюджетом.

### **Ресурсы выборов:**

- материальные (деньги, помещения);
- временные (время, необходимое для подготовки и проведения выборов, обучения аппарата и т. д.);
- человеческие.

Примерное равенство всех кандидатов — главное условие демократического характера выборов. Оно обеспечивается:

- выравниванием избирательных фондов с помощью государственного финансирования, ограничения частных взносов, запрета поступлений со стороны корпораций и иностранных граждан;
- обеспечением равного доступа к СМИ, особенно электронным.

# Основные технологии агитации в избирательных кампаниях

## Политическая реклама в средствах массовой информации\*

Важнейшим каналом влияния на избирателей в кампании любого уровня являются средства массовой информации. Хорошо спланированная реклама в прессе или на телевидении может в кратчайший срок привлечь к кандидату внимание избирателей, готовых оказать ему кредит доверия.

К СМИ относятся пресса, радио, телевидение, массовые справочники, кино- и звукозапись, видеозапись; все большее значение приобретает глобальная компьютерная связь типа «Интернет». В последние десятилетия средства массовой коммуникации претерпевают существенные изменения вследствие распространения спутниковой связи, кабельного телевидения, электронных текстовых коммуникационных систем (видео-, экранные и кабельные тексты), а также индивидуальных средств накопления и печатания информации (кассеты, дискеты, диски, принтеры).

Политическая агитация в ходе предвыборной кампании преследует несколько основных целей, среди которых обеспечение узнаваемости имени кандидата, создание имиджа кандидата, указание путей решения проблем, сравнение с политическими противниками, контрпропаганда, прямая агитация в пользу кандидата и т. д. Поэтому агитационные материалы в СМИ на

---

\*Кудинов О. П. Основы организации и проведения избирательных кампаний в регионах России. — Калининград: «Янтарный сказ», 2002. С. 86–92.



этапе «обеспечения узнаваемости» основной акцент должны делать прежде всего на имени и личности кандидата, на этапе «создания имиджа» агитация должна быть нацелена на формирование и укрепление имиджа кандидата и т. д.

СМИ можно использовать для любой из вышеперечисленных целей, однако высокая стоимость размещения политической рекламы, низкая выборочная способность, потеря доверия к газетам и телевидению приводят к необходимости выработать более эффективные методы использования СМИ в избирательных кампаниях разного уровня. Политическая реклама в СМИ должна быть спланирована и скоординирована с другими методами агитации таким образом, чтобы она соответствовала целям каждого этапа общей стратегии избирательной кампании.

## **Реклама в печатных СМИ**

Основной закон журналистики прост: «Всё для читателя!» А читатели любят интересные новости. В понятие интересных политических новостей входят скандалы, возможные угрозы, прогнозы развития, борьба и противостояние личностей и политических объединений, компрометирующие факты, частная жизнь политиков и их финансовые дела, обсуждение проблем, волнующих жителей округа, неожиданные поступки политиков и т. д. Способствует интересу СМИ также обсуждение вопросов, волнующих по каким-то причинам сами СМИ, открытость и доступность кандидата, объективный анализ им хода своей кампании и сравнение с соперниками, оперативное реагирование на события в стране, регулярное и достоверное информирование журналистов, хорошо налаженные отношения со СМИ.

Вступая в избирательную кампанию, необходимо подготовить пакет для прессы, в который должны входить «легенда кан-

дидата», официальная биография, программа кандидата и его предвыборная платформа, данные о штабе, доверенных лицах и помощниках, набор фотографий и видеоматериалов кандидата, другие материалы о кампании.

## Радиореклама

Радиореклама является одним из наиболее экономных и мощных средств политической агитации. Хотя в ходе российских политических кампаний радио часто недооценивается, оно имеет много положительных сторон. Это относительно недорогое средство политической агитации, а способность его влиять на узкие группы избирателей весьма велика. Существует огромное количество специальных радиопрограмм, рассчитанных на определенную категорию слушателей, например «Сельский час», религиозные и музыкальные программы, передачи для автомобилистов. Поэтому всегда можно выбрать ту радиопрограмму, которая обращается к нужной категории избирателей. Ключом к успеху в радиорекламе является простота и повторяемость материала. Краткое, легко воспринимаемое на слух и многократно повторяемое обращение оказывает сильное воздействие на слушателей.

Если избирательный округ является сельским или пригородным, то большинство избирателей слушают местную или городскую радиостанцию. В этом случае имеет смысл приобрести эфирное время на радио, независимо от формата вещания станции. Если же округ в основном городской, обращаться к тысячам и тысячам слушателей, из которых только 5% на самом деле проживают в избирательном округе, — не вполне разумная трата денег.

К каким группам аудитории следует обращаться по радио? Радиореклама в первую очередь обращена к избирателям стар-

шего возраста, водителям автотранспорта, домохозяйкам, то есть к тем, кто чаще всего слушает новости, информационные и иные «легкие» программы. В целом весьма непрактично покупать эфирное время станций, передающих рок-музыку, поскольку избиратели моложе 25 лет отличаются малой активностью на выборах. В то же время полностью игнорировать эту группу нельзя.

Предлагаем ряд рекомендаций по разработке политической радиорекламы:

- 1 Короткий и ясный текст. В 30-секундном выпуске рекламы необходимо всего 50 слов.
- 2 Фокусирование на одной теме. Нельзя затрагивать множество вопросов в одном выпуске: люди лучше впитывают информацию, если она посвящена одной проблеме.
- 3 Освещение только тех вопросов, которые избиратели хорошо понимают. 30- или 60-секундный выпуск радиорекламы слишком короток для обращения к новому. Нужно говорить об уже известной проблеме и обозначать пути ее решения.
- 4 Многократное повторение имени кандидата (не менее трех или четырех раз) в течение одного короткого рекламного выпуска. В 60-секундной рекламе стоит повторять имя еще чаще.
- 5 Изобретательность. Сила радио — это сила воображения. Радио может создать образ дорожного движения, детской игры, улицы и т. д., что способствует эффективности рекламы.
- 6 Согласование рекламной кампании на радио с рекламой в других средствах массовой информации. Наилучшего результата можно добиться, если избиратель услышит рекламу по радио, получит обращение в прямой почтовой рассылке и к тому же увидит листовку и прочтет статью в газете на ту же тему.

- 7 Чувство меры. Сила радио — в его оперативности. Одного выпуска рекламы в течение семи-десяти дней, повторенного пять раз ежедневно, вполне достаточно. В противном случае информация начинает надоедать.

## Наружная и уличная реклама

Использование наружной рекламы — один из самых распространенных способов доведения обращений кандидата до широкой публики. При этом под наружной рекламой понимается реклама, расположенная не только на улицах, но и в общественных местах, например на стадионах, в метро.

Наружная и уличная реклама обычно включает в себя:

- плакаты различного размера и способа технического исполнения;
- вывески;
- стационарные щиты;
- световые установки;
- растяжки;
- рисунки на брендмауэрах и стенах домов;
- пространственные установки для размещения рекламы в разных плоскостях;
- рекламу, размещаемую на транспорте;
- передвижные конструкции для устройства пикетов;
- людей-сэндвичей и т. д.

Наружная и уличная реклама — это средство, позволяющее воздействовать на человека на улице или во время поездок. Плакаты, рекламные щиты, живописные панно, газосветные установки размещают на стенах и крышах домов, на уличных тумбах и пространственных конструкциях. Необходимо, чтобы такая реклама

попалась на глаза максимальному количеству людей, среди которых наверняка окажутся и избиратели, а потому ее рекомендуется размещать в местах скопления народа: возле остановок общественного транспорта, на центральных улицах, на стенах метрополитена, крышах доминирующих по высоте зданий, торцевых стенах (брандмауэрах), выходящих на перекрестки дорог, и т. д.

Уличная реклама предназначена для влияния на подсознание человека. Поэтому требования к текстам резко отличаются от требований к газетно-журнальной, почтовой или аудиальной информации. Ведь послание, закодированное в наружной рекламе, должно быть понято пешеходом, автомобилистом или пассажиром за очень короткое время — «с первого взгляда». Считается, что у пешехода есть всего три-пять секунд, чтобы заметить и просмотреть наружную рекламу, а у автомобилиста или пассажира общественного транспорта — одна-три секунды. Поэтому основное требование к тексту — его краткость, а к изображению — способность привлечь внимание и воздействовать на эмоциональную сферу прохожего. Огромное значение при этом придается правильно разработанным слоганам (лозунгам) и дизайну наружной рекламы. Надписи должны быть выполнены таким размером и шрифтом, чтобы они удобно читались с нужного места. Например, с расстояния 80–110 м лучше всего воспринимаются буквы высотой 20 см, с 1500–2000 м — высотой 40 см.

Эффективное использование наружной рекламы базируется на тщательно разработанной стратегии и тактике рекламной кампании. И хотя в современном мобильном обществе с наружной рекламой потенциально может встретиться большая часть территориального сообщества, все же она является в определенной степени более локальной, чем, например, средства массовой информации: она жестко привязана к определенной территории и воздействует больше всего на тех избирателей, которые живут или работают

в данном районе или видят ее по пути. Поэтому важна предварительная сегментация электората, привязка рекламы к тем территориям, где можно воздействовать на нужные группы избирателей.

## **Технология адресной (прямой) агитации**

Успех избирательной кампании любого уровня во многом зависит от того, насколько полно содержание агитационных материалов связано с насущными нуждами избирателей, насколько глубоко воздействуют они на их чувства и эмоции. Чем к более узкой и сплоченной группе обращено рекламное сообщение, тем более конкретные проблемы оно может затронуть и, соответственно, больше уверенности, что оно достигнет сознания и чувств избирателей. Именно поэтому столь важное значение при подготовке избирательных кампаний придается электро-альной диагностике, выявлению социально-демографических, экономических, территориальных и иных групп, связанных общими потребностями, установками, традициями и предпочтениями, формами поведения, общими проблемами. В политическом маркетинге этот процесс называется сегментацией электората. Потребности и предпочтения выявляются с помощью различных методов исследования, после чего формируются агитационные обращения к избирателям.

В отличие от изложенного подхода, который условно можно назвать «рассеянной» агитацией, прямая (адресная) агитация предполагает обращение к конкретному человеку, максимальную конкретизацию сообщения, возможность установления обратной связи. Прямая политическая агитация может быть определена как «способ доведения политического сообщения методом контролируемого распространения до специально отобранных лиц».

Прямая политическая агитация позволяет в максимальной степени использовать интеллектуальный потенциал избирательной команды, добиваясь предельно точного попадания информации именно тем людям, для кого она предназначена, при минимизации объема бесполезного тиража.

## **Составление текста обращения**

Большинство текстов прямой агитации составляется так, как будто с избирателями говорят при личной встрече. Обращение кандидата, адресованные персонально избирателям, являются эффективным средством агитации среди тех, кто еще не определился с голосованием. Адресная агитация чаще всего осуществляется или по почте и в почтовые ящики, или в ходе кампании «от двери к двери». Обращение, направляемое избирателю методом прямой рассылки, должно заинтересовать получателя настолько, чтобы заставить прочитать его целиком и убедить поступать нужным образом. Для выполнения этой задачи содержание обращения должно быть простым, ясным и конкретным, оно должно соответствовать цели послания. В обращении необходимо раскрыть отношение кандидата к тем особым интересам, за реализацию которых он борется и которые совпадают с интересами избирателей.

## **Формы прямого обращения**

В качестве наиболее часто распространяемых методом прямой агитации рекламных материалов можно отметить письма, брошюры, карманные календари, программы и политические платформы кандидата или объединения, почтовые открытки, возвратные

карточки и конверты и т. д. Одним из видов прямых агитационных обращений является иллюстрированный рекламный буклет. Такой буклет представляет собой мини-газету формата листовки и распространяется при обходе избирателями квартир или раздается на пикетах и встречах помощниками кандидата. В буклете излагается биография кандидата, рассказывается о его профессиональной подготовке и деятельности, приводятся положения программы, широко используются фотографии. Адресность достигается тем, что буклеты вручаются только тем избирателям, кто проявил заинтересованность в более полной информации о кандидате.

Очень распространено направление избирателям бланка-наказа кандидату, в котором они отмечают свои пожелания и проблемы. Этим обеспечивается в том числе и диалоговый режим агитации.

## **Оформление обращения**

Так же как и текст, дизайн обращения должен быть четким, понятным, простым и привлекательным. Он должен побуждать получателя прочитать агитационные материалы. Элементы и цвета дизайна должны соответствовать элементам оформления других методов агитации кандидата. Текст и дизайн должны способствовать «действенности» послания.

Хотя значительная часть прямой агитации осуществляется с помощью почтовой рассылки, все же основной ее объем должен доходить до избирателя в ходе кампании «дверь в дверь». Во всех этих случаях обычно предполагается предварительное проведение беседы с получателем рекламы, выявление его проблем и предпочтений, после чего уже и вручается тот или иной образец рекламной продукции.



Высокая степень индивидуализации, присущая данному методу, может быть полностью реализована только в том случае, если удастся найти грамотных агитаторов, которые могут и готовы вести открытый диалог с избирателями.

## **Проведение «грязных» кампаний**

Ведение предвыборных кампаний «на грани фола» стало приметой последних выборов. Организаторы таких кампаний считают, что успех в предвыборной борьбе принесут скорее не методы формирования позитивного имиджа своего кандидата, а дискредитация оппонента, выброс компромата в решающие дни, непосредственно перед голосованием. Кандидаты и политические консультанты, применяющие подобную «агитацию», уверены в своей безнаказанности, поскольку знают, что избирательные комиссии и суды не берут на себя смелость предпринимать какие-либо действия против лиц, использующих «грязные» методы.

В ход идет включение в бюллетени кандидатов-однофамильцев, провокационные листовки от чужого имени, ночные телефонные звонки избирателям и раздача от имени соперников продуктовых наборов заведомо низкого качества, хождение «внебрачных сыновей конкурентов» по квартирам с просьбой о подавании, сфабрикованные обращения сексуальных меньшинств с просьбой о поддержке оппонента, досрочное волеизъявление граждан по приказу начальника или за деньги и т. д. Наметилась определенная тенденция: чем выше ставка на выборах, тем «грязнее» методы ведения кампании.

Одним из самых распространенных методов такой агитации, безусловно, является прямой и косвенный подкуп избирате-

лей: от стакана водки, наливаемого за углом после опускания нужного бюллетеня в избирательную урну, до изощренных методов обхода законодательства типа предложения бесплатных юридических услуг и различных льгот.

Применение веерной технологии — выставление двойников-однофамильцев — имеет своей задачей дезорганизовать сторонников того или иного кандидата, растащить голоса избирателей, не сумевших разобраться в двойниках.

«Грязная» реклама часто маскируется под собственную рекламу намеченной жертвы.

Одним из способов в борьбе за голоса в Петербурге оказались «избирательные договоры». Заключив такой договор и получив определенную сумму, избиратель становился «агитатором». На самом деле он никого не агитировал, а за эти деньги должен был просто отдать свой голос в пользу определенного кандидата.

Один из классических приемов «грязных» кампаний — выбрасывание компромата в адрес соперников за несколько дней до выборов. Доказательств обычно в таких случаях не приводится, а если и даются ссылки на какие-либо документы, то их невозможно проверить за короткое время до выборов. Расчет на то, что оправдаться нет времени, да и трудно спорить с анонимом.

Большое разнообразие «грязных» приемов демонстрирует использование возможности досрочного голосования. Самый простой способ здесь — чаепитие с избирателями, в конце которого собравшимся предлагают проголосовать за определенного кандидата, чтобы «не тратить времени потом». Сюда же относится «единодушное голосование» организованных групп избирателей: пенсионеров, заключенных, курсантов, военных (кстати, последних в Петербурге приводили на голосование строем).

Выход нового Закона о выборах депутатов ГД РФ (1999 год) стимулировал творчество в области «грязных» технологий. Так как данный закон предусматривает серьезные санкции за нарушение различных его положений, то разрабатываются соответствующие способы «подставки» соперников под данные карающие положения законодательства. Так, от имени соперников неизвестные агитаторы собирают подписи и платят за это деньги, распространяют агитационную литературу в период, когда это запрещено, делают заявления, разжигающие национальную рознь, призывают к противоправным действиям и т. д. Конечно же, группа «возмущенных граждан» фиксирует все эти нарушения и направляет акты в избирательные комиссии для снятия «нарушителей» с дистанции. Даже если комиссия и не принимает такого решения, все же создается хороший информационный повод для того, чтобы посеять сомнения в честности соперников.

Приложение 4

## **Нарушения в предвыборной агитации и в процессе голосования\***

Согласно закону «Об основных гарантиях...» предвыборная агитация — это «деятельность, осуществляемая в период избирательной кампании и имеющая целью побудить или побуждающая избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов,

*\*Наблюдение на выборах: Учебное пособие / Сост. Е. В. Мишанова [Электронный ресурс] // Межрегиональная электоральная сеть поддержки (IRENA).*

список, списки кандидатов или против него (них)». Она начинается со дня регистрации кандидата или списка кандидатов и прекращается в ноль часов по местному времени, за сутки до дня голосования. При анализе предвыборной агитации необходимо обращать внимание на работу СМИ, действия органов власти и характер агитационных материалов.

При проведении предвыборной агитации встречается множество нарушений. К ним относится, например, нарушение сроков агитации. Закон не запрещает проводить политическую рекламу в период между выборами, однако начало массовой агитации за определенную политическую силу с использованием ресурсов, подконтрольных администрации соответствующего уровня, ставит участников соревнования в неравные условия. Более грубое нарушение — проведение агитации в день голосования. Другое нарушение правил предвыборной агитации — участие в ней лиц, которые не имеют на это права. Например, ведение агитации в любых формах запрещается органам государственной власти и местного самоуправления, государственным и муниципальным служащим, военным учреждениям и организациям, благотворительным и религиозным организациям, членам комиссий с правом решающего голоса, иностранным гражданам и международным организациям и т. д.

Государственные и муниципальные организации телерадиовещания и редакции государственных и муниципальных периодических печатных изданий обязаны обеспечить равные условия проведения предвыборной агитации всем зарегистрированным кандидатам или избирательным объединениям. Отсутствие равенства при предоставлении участникам предвыборного соревнования печатных площадей и эфирного времени также является распространенным нарушением. Это же относится и к выделению мест для размещения предвыборных печатных агитационных материалов на территории избирательных участков органами местного самоуправления.

Серьезным нарушением закона является распространение анонимных агитационных материалов. Все предвыборные материалы — и печатные, и аудиовизуальные — должны содержать информацию о заказавшей их изготовление организации, об их тираже и дате выпуска. Анонимные материалы часто используются в черных избирательных технологиях. Так, выпускаются листовки от имени конкурентов, создающие негативный портрет «автора». Или, например, листовки с политической рекламой конкурентов приклеиваются «намертво» на ветровые стекла автомобилей, на двери квартир, что вызывает справедливое возмущение хозяев и тем самым работает против тех сил, за которые якобы ведется агитация в этих листовках.

В публикуемых в СМИ предвыборных агитационных материалах часто используются различные способы манипуляции общественным мнением. К ним относится, например, искажение информации, использование результатов опросов общественного мнения для продвижения только одного кандидата или партии, представление конкурентов с использованием саркастических и оскорбительных комментариев, сокрытие информации, способной положительно или отрицательно сказаться на имидже кандидатов и т. д. Кроме того, существуют различные способы препятствования работе СМИ, использующиеся как инструмент предвыборной борьбы: угрозы в адрес редакций или отдельных журналистов, взыскание крупных денежных штрафов с владельцев средств массовой информации, вмешательство в процесс распространения, махинации со снабжением бумагой и другими необходимыми для выхода изданий материалами и так далее, вплоть до закрытия СМИ.

В следующем разделе речь пойдет о нарушениях, наиболее часто встречающихся при проведении голосования и подведении его итогов на участке, о том, как распознать и предотвратить эти нарушения и как следует действовать, столкнувшись с ними.

Нарушения могут быть умышленные и неумышленные. Ко вторым можно отнести незначительные задержки при открытии участка, когда комиссия не успевает выполнить все необходимые процедуры до начала голосования, нарушение порядка подсчета голосов по незнанию последовательности операций, погашение бюллетеней иным, чем прописано в законе, способом и т. д. Неумышленные нарушения обычно не приводят к серьезным изменениям результатов голосования, однако вместе с тем они могут иметь неприятные последствия (например, при неправильном заполнении протокола). Поэтому даже непреднамеренно совершаемые нарушения желательно предотвращать.

Умышленные нарушения также бывают двух типов. Первые — те, которые кажутся членам комиссии несущественными, и потому они, в целях экономии времени, решают пренебречь требованиями закона. К ним относится нарушение правил сортировки бюллетеней, суммирование данных в списках до закрытия участка, отказ председателя сообщить о предстоящем выезде за 30 минут до его начала и т. п. Нарушения второго типа совершаются для фальсификации данных или влияния на изменение результатов голосования через воздействие на избирателей. Такие нарушения являются наиболее серьезными. Именно о них пойдет речь ниже.

## **Агитация в день голосования**

Закон запрещает проведение агитации в день голосования в целом и, в частности, на избирательных участках и прилегающих к ним территориях. Агитационные материалы, размещенные ранее на различных зданиях и сооружениях, могут находиться не ближе чем в 50 метрах от входа в здание, где находится участок.

При этом агитационные материалы не могут быть размещены на самом здании, где проводится голосование.

В случае обнаружения фактов агитации это нарушение должно пресекаться членами избирательных комиссий и сотрудниками правоохранительных органов, дежурящими на участке. Наблюдатель может потребовать от председателя комиссии пресечения агитации. В случае отказа необходимо составить соответствующий акт и сообщить о данном факте в штаб и вышестоящую комиссию. При этом в акте необходимо указать, за какого кандидата или избирательное объединение ведется агитация. За ведение агитации в день голосования предусмотрен штраф в размере 50 МРОТ (статья 40-10 Кодекса РСФСР об административных правонарушениях).

Агитация может проводиться следующими способами:

- наличие признаков агитации на информационных стендах на участке;
- размещение листовок, буклетов и других печатных материалов в кабинах или в помещении для голосования;
- размещение плакатов и других агитационных материалов перед входом на участок или на здании, где он размещается;
- подсказывание избирателям, какой выбор следует сделать, призывы голосовать за того или иного кандидата или партию;
- телефонная агитация.

## **Препятствование в работе наблюдателей**

Это нарушение производится с целью скрыть от наблюдателей готовящиеся фальсификации. Наблюдателю могут отказать в присутствии в непосредственной близости от стационарных

ящиков и мест выдачи бюллетеней, отправив его, например, в другую комнату. Наблюдателю могут не разрешить участвовать в выезде при голосовании на дому. Наконец, наблюдателя вообще могут не пустить на участок.

Согласно статье 40-6 Кодекса РСФСР об административных правонарушениях такие действия наказываются штрафом в размере 50 минимальных окладов. О факте препятствования вашей работе необходимо немедленно сообщить в вышестоящую избирательную комиссию и в штаб направившей вас организации, а также составить акт о нарушении законодательства: по всей вероятности, на данном участке готовится фальсификация.

Препятствование в работе наблюдателей может заключаться также в отказе принимать жалобы и заявления, подписывать документы, выдавать копии протоколов и т. д. Такие действия также являются противозаконными и наказываются в соответствии с административным кодексом.

## **Подкуп и давление на избирателей**

В целях обеспечения желательного тем или иным силам исхода выборов может использоваться воздействие на избирателей с тем, чтобы они голосовали нужным для этих сил образом. Такое воздействие можно разделить на два вида: подкуп и принуждение голосовать за определенного кандидата или партию.

Один из способов подкупа — выплата небольшой суммы денег за то, чтобы избиратель поставил отметку в необходимом квадрате. При этом «покупатель» голоса заинтересован в том, чтобы проследить, действительно ли избиратель «отработал» полученные деньги. Он может, например, попытаться войти вместе с избирателем



в кабину для голосования, чтобы контролировать процесс заполнения бюллетеня — вот почему важно следить за тем, чтобы граждане заходили в кабины строго по одному и чтобы на участке не было посторонних. Однако вместо такого контроля чаще используется способ под названием «карусель». Суть его заключается в том, что избиратель за деньги (или за спиртное) получает при входе на участок заполненный бюллетень, прячет его и при голосовании опускает в урну, а чистый — полученный от членов комиссии — выносит с участка и отдает при выходе тем лицам, с которыми он заключил «сделку». Чистый бюллетень нужным образом заполняется и отдается другому избирателю, который в свою очередь приносит из помещения для голосования новый бюллетень, и так до бесконечности. Чтобы обнаружить такое нарушение, необходимо контролировать территорию, прилегающую к избирательному участку, и обращать внимание на долгое время находящихся на этой территории лиц, машины и т. д. Если вы заметили, что рядом с участком организована «карусель», обратитесь к представителю правоохранительных органов: он должен пресечь это нарушение.

Как подкуп избирателей можно расценивать случаи, когда всем гражданам, пришедшим голосовать, выдают продуктовые наборы или угощают их разными напитками. Такой способ используется для того, чтобы обеспечить необходимый уровень явки. Однако по закону кандидатам, избирательным объединениям и другим лицам и организациям запрещается вручать избирателям деньги, подарки и любые другие материальные ценности кроме как за выполнение организационной работы. Впрочем, это положение закона можно обойти. Так, подкуп избирателей может остаться безнаказанным из-за того, что выдача денег была оформлена как оказание организационных услуг.

Если был установлен факт организации подкупа избирателей кандидатом или избирательным объединением, это может послужить основанием для отмены судом решения избирательной комиссии о результатах выборов.

Оказание давления на избирателя, применение в отношении него угроз является очень серьезным нарушением закона. В ряде случаев за ним может последовать уголовное наказание: так, препятствование осуществлению гражданином своих избирательных прав, совершаемое организованной группой, наказывается лишением свободы сроком до 5 лет (ст. 141 УК РФ).

В день голосования может также осуществляться принуждение избирателей к голосованию в целом, к их приходу на участок. Например, это могут делать члены комиссии в соответствии с полученным от администрации указанием по обеспечению явки. Члены комиссии или другие группы агитаторов иногда ходят по домам и призывают граждан прийти на участок и выполнить свой гражданский долг. Такое понуждение является нарушением Конституции и избирательного законодательства, где прописаны нормы, устанавливающие, что участие гражданина в выборах является сугубо добровольным актом.

## **Нарушения при голосовании**

При голосовании на участке наиболее распространены следующие нарушения избирательного законодательства:

- нарушение тайны голосования;
- голосование одними избирателями за других;
- выдача в одни руки более одного комплекта бюллетеней;
- получение бюллетеня без предъявления паспорта или заменяющего его документа;
- помощь избирателям в заполнении бюллетеня;
- наличие карандашей в cabinaх для голосования;
- вброс бюллетеней;
- нарушения в работе со списками избирателей.

За каждое из этих нарушений члены комиссии или другие виновные в них лица могут быть привлечены к ответственности.

Вброс бюллетеней вкуче с подтасовкой данных (внесение в списки проголосовавших «мертвых душ» и т. п.) может привести к серьезному искажению воли избирателей и фальсификации результатов выборов. Для такой подтасовки может быть организован так называемый «хоровод»: группа людей, находящаяся в сговоре с членами комиссии, ходит от участка к участку и голосует. Со стороны все выглядит абсолютно законно: гражданин предъявляет паспорт, получает бюллетень, голосует и опускает бюллетень в урну. Однако отметки в списке при этом делаются напротив фамилий умерших, уехавших или вообще никогда не существовавших людей.

При голосовании на участке встречается и такое нарушение, как незаконное голосование по открепительным удостоверениям. Граждане с открепительными удостоверениями в массовом порядке доставляются на участки, где голосуют, по всей видимости, таким образом, который желателен для тех, кто доставил их на участок. Такое нарушение оказывается возможным тогда, когда определенные лица или организации незаконно получают в свое распоряжение открепительные удостоверения. При этом проверить, проголосовал ли уже избиратель по открепительному удостоверению, невозможно.

При голосовании на дому могут иметь место следующие нарушения:

- отказ наблюдателю в сопровождении переносного ящика;
- заполнение бюллетеней за избирателей;
- голосование иных избирателей, кроме тех, что были внесены в реестр по предварительному заявлению;
- подмена переносных ящиков.

Бюллетень может заполняться за избирателя при голосовании на дому по двум причинам: либо потому, что избиратель не может это сделать самостоятельно, а найти какого-то другого гражданина, кроме членов комиссии и наблюдателей, оказывается проблематично; либо умышленно, с целью использования голоса избирателя для «приближения» к желательному исходу выборов. Второе нарушение встречается реже, но возможности его совершения исключать нельзя. В первом же случае необходимо настаивать на том, чтобы к помощи в заполнении бюллетеня были привлечены родные или соседи избирателя — даже если для этого придется искать тех, кто согласится оказать такую помощь.

При голосовании на дому случается, что члены семьи избирателя, сделавшего заявление о невозможности прибыть на участок, пытаются проголосовать вместе с ним. Они считают, что незачем идти на участок, если члены комиссии уже сами пришли к ним домой. В этом случае необходимо объяснить, что голосование на дому осуществляется строго по списку избирателей, сделавших заявления, и что если количество бюллетеней в урне превысит число заявлений, все бюллетени в ней будут признаны недействительными.

## **Нарушения при подведении итогов голосования**

При подсчете голосов члены комиссии — умышленно или нет — нередко совершают множество нарушений избирательного законодательства, которые могут привести к искажению воли избирателей. Подсчет голосов — очень ответственный этап избирательного процесса, и наблюдателям нужно со всей серьезностью отнестись к контролю над ним. Вполне понятно желание как членов комиссии, так и самих наблюдателей после долгого дня голосования поскорее завершить все необходимые проце-

дуры и разойтись по домам, однако нельзя допускать никаких нарушений закона: невнимательность наблюдателя на этой стадии может перечеркнуть все усилия по обеспечению честности и законности выборов, затраченные на предыдущих этапах.

В процессе подведения итогов голосования встречаются следующие нарушения:

- организация перерыва после закрытия участка;
- присутствие на участке посторонних лиц;
- препятствование в работе наблюдателей;
- наличие у членов комиссии письменных принадлежностей;
- нарушение последовательности действий при подведении итогов;
- подсчет голосов иными лицами, кроме членов комиссии с правом решающего голоса;
- порча бюллетеней в процессе подсчета;
- нарушение правил сортировки бюллетеней;
- искажение результатов подсчета голосов.

При подсчете голосов не должно быть как спешки, так и затягивания этого процесса: намеренное форсирование событий и необоснованное промедление в выполнении операций являются косвенным свидетельством возможного намерения комиссии сфальсифицировать результаты голосования. Работа комиссии по подведению итогов должна начинаться сразу же после закрытия участка: никаких перерывов до окончания работы быть не должно. Это касается и составления протокола: он должен быть подписан сразу после завершения подсчета голосов и установления итогов голосования.

Фальсификация итогов голосования, осуществляемая должностными лицами, является уголовно наказуемым преступлением. Наиболее строгое наказание за это преступление — лишение

свободы на срок от одного года до четырех лет (на практике за него обычно назначают условное осуждение с испытательным сроком).

К уголовно наказуемым действиям, согласно Уголовному кодексу РФ, относятся следующие:

- включение неучтенных бюллетеней в число бюллетеней, использованных при голосовании;
- представление заведомо неверных сведений об избирателях;
- заведомо неправильное составление списков избирателей, выражающееся во включении в них лиц, не обладающих активным избирательным правом, или вымышленных лиц, либо фальсификация подписей избирателей в списках;
- замена действительных бюллетеней с отметками избирателей;
- порча бюллетеней, приводящая к невозможности определить волеизъявление избирателей;
- незаконное уничтожение бюллетеней;
- заведомо неправильный подсчет голосов избирателей;
- подписание членами избирательной комиссии протокола об итогах голосования до подсчета голосов или установления итогов голосования;
- заведомо неверное (не соответствующее действительным итогам голосования) составление протокола об итогах голосования;
- незаконное внесение в протокол об итогах голосования изменений после его заполнения;
- заведомо неправильное установление итогов голосования, определение результатов выборов.

Апелляция к Уголовному кодексу при столкновении с этими нарушениями является хорошим аргументом, который наблюдатель может использовать для пресечения незаконных действий.

# Алгоритм социологического опроса

Тема «Отношение учащихся (учителей, родителей учеников) школы №\_ к выборам и местным выборным органам власти».

- 1 Определение объекта и выборки исследования: учащиеся — параллель старших классов; учителя — все в школе; родители учащихся старших классов. Если объектом исследования выбраны другие взрослые — выборку нужно обосновать.
- 2 Составление вопросов анкеты.  
Примерные варианты:
  - Принимали ли вы участие в предыдущих выборах?
  - Пойдете ли вы на следующие выборы? (Если да, то почему; если нет, то почему.)
  - Какие из ваших интересов учитывают депутаты при принятии законов на местном и федеральном уровне?
  - Какие из ваших интересов остаются неучтенными?
  - Какие законы вы предложили бы принять депутатам?
- 3 Анализ полученных статистических величин (сгруппировать наиболее популярные ответы и сравнить показатели частоты их встречаемости, представить данные в виде схем или таблиц).
- 4 Написание отчета по социологическому опросу (прокомментировать результаты анализа, предположить их причины и определить их значение для текущей политической ситуации).

# Содержание

Предисловие.....	3
Выборы в Тридевятом Царстве (2–5-е классы) .....	5
Выборы депутата (6–8-е классы) .....	8
Выборы депутата (9–11-е классы) .....	13
Приложение 1	
История выборов от античности до нового времени.....	18
Приложение 2	
Избирательное право (политико-правовые механизмы выборов).....	27
Приложение 3	
Основные технологии агитации в избирательных кампаниях.....	40
Приложение 4	
Нарушения в предвыборной агитации и в процессе голосования.....	51
Приложение 5	
Алгоритм социологического опроса .....	63