

ВЫБОРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОШЛОМ И НАСТОЯЩЕМ: ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ

УДК 321

ФУНКЦИИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

И.В.Бутузова

Тверской государственной университет, г. Тверь
Кафедра политологии

Автор рассматривает проблему основных функций организационной деятельности, осуществляемой субъектами выборов в ходе избирательной кампании. К данным функциям автор относит функции планирования, собственно организации, мотивации и контроля. Кроме того, автором выделяются два главных связующих процесса организационной деятельности: процесс принятия решений и процесс обмена информацией.

Ключевые слова: *организационная деятельность, субъекты организационной деятельности, объекты организационной деятельности, функции, планирование, организация, мотивация, контроль, принятие решений, коммуникация.*

Среди достижений человеческой цивилизации выборы и избирательные процедуры занимают особое место. Право граждан участвовать в формировании властных структур является сегодня общепризнанным элементом современного общества. Так, 21 статья Всеобщей декларации прав человека, утвержденной и провозглашенной 10 декабря 1948 года Генеральной Ассамблеей ООН, гласит, что «воля народа должна быть основой власти правительства; эта воля должна находить себе выражение в периодических нефальсифицированных выборах, которые должны проводиться при всеобщем и равном избирательном праве, путем тайного голосования или же посредством равнозначных форм, обеспечивающих свободу голосования» [1,с.3-5]. Третья статья Конституции Российской Федерации, закрепляя право народа России формировать власть, говорит о том, что «носителем суверенитета и единственным источником власти в Российской Федерации является ее многонациональный народ» [2,с.3]. При этом,

«высшим непосредственным выражением власти народа являются референдум и свободные выборы» [2,с.3].

Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» также определил, что «демократические, свободные и периодические выборы в органы государственной власти, органы местного самоуправления, а также референдум являются высшим непосредственным выражением принадлежащей народу власти. Государством гарантируются свободное волеизъявление граждан Российской Федерации на выборах и референдуме, защита демократических принципов и норм избирательного права и права на участие в референдуме» [3,с.3].

В связи с этим можно сказать, что избирательный процесс - это публичная встреча общества и государства, гражданина и власти на предмет выяснения взаимных отношений, в том числе и путем надлежащего информирования сторон о действительных фактах, событиях, намерениях и возможностях. Через избирательный процесс реализуется основная политическая функция современного общества – легитимация действующей публичной власти, т.е. определенным лицам на определенный срок дается политическая санкция на осуществление в установленных законом формах и процедурах функций и полномочий законодательной и исполнительной властей. Кроме того, избирательный процесс позволяет каждому индивиду ощутить свою принадлежность к обществу, почувствовать себя способным влиять на государственную политику и т.д. Тем не менее, в современном мире отмечается определенное снижение явки избирателей на выборы всех уровней. Так, например, в России на выборах Президента РФ в 2008 году приняли участие 69, 6% избирателей, а в 2012 году, не смотря на очень серьезную политизацию всего общества, только – 65%. Некоторые исследователи связывают такую ситуацию с «политической усталостью российских граждан, с разочарованием значительной их части в идеалах демократии» [4,с.220]. Но можно предположить, что данные процессы связаны и с недостаточностью использования потенциала организационной деятельности субъектов избирательной кампании.

Организационную деятельность в процессе избирательной кампании можно определить как совокупность действий, предпринимаемых субъектом этого вида деятельности с целью вовлечения потенциального объекта в различные виды взаимодействий. В результате этого организационную деятельность в избирательной кампании можно рассматривать как определенную разновидность субъектно-объектных управленческих отношений. В качестве субъекта и в качестве объекта выступают люди. Как разновидность управленческих отношений организационная деятельность в

избирательной кампании возникает тогда, когда бывает официально опубликовано решение уполномоченного на то должностного лица, государственного органа или органа местного самоуправления о назначении выборов. Организационная деятельность или управление в этих условиях есть средство обеспечения совместной деятельности людей, относящихся к субъектам данного вида деятельности, и условие нормального функционирования избирательных комиссий всех уровней.

Субъектами организационной деятельности в избирательной кампании являются индивиды, социальные группы и социальные институты, которые осуществляют организационную деятельность и оказывают воздействие на тех, от кого зависит достижение основной цели избирательной кампании – формирование на основе демократических выборов легитимных органов власти, т.е. на избирателей. Таким образом, субъектами организационной деятельности в избирательной кампании и вообще субъектами выборов можно назвать: политические партии, кандидатов на выборные должности, избирательные органы, наблюдателей, СМИ, государство [5,с.40]. Наиболее интересной для исследования представляется организационная деятельность избирательных органов, к которым относятся избирательные комиссии всех уровней, начиная от Центральной избирательной комиссии и заканчивая участковыми избирательными комиссиями. Так, только в Тверской области к выборам Президента РФ, которые проходили 4 марта 2012 года, было образовано 1259 УИК, в которых работали почти 10 тысяч человек.

Обзор современной литературы по проблеме осуществления организационной деятельности в политической системе общества дает возможность выделить множество функций организационной деятельности в избирательной кампании. В этом вопросе можно согласиться с подходом, принятым в американском менеджменте. В соответствии с этим подходом выделяются четыре первичные функции организационной деятельности, которые объединены связующими процессами коммуникации и принятия решений: планирование, собственно организация, мотивация, контроль [6,с.71-72].

При этом планирование в своем функциональном значении предполагает:

- разработку программы развития организационной деятельности в процессе избирательной кампании;
- определение целей и задач субъектов данного вида деятельности по реализации данной программы;
- обеспечение программы необходимыми материальными, финансовыми и трудовыми ресурсами;
- определение средств достижения планируемых результатов.

Планирование тесно связано с прогнозированием. Неслучайно функцию планирования и прогнозирования часто исследователи рассматривают как единую, которая сочетает в себе прогнозирование, т.е. выработку вероятностных вариантов будущего электорального поведения объектов организационной деятельности, и собственно планирование, т.е. определение и обеспечение целенаправленного воздействия на объект данного вида деятельности.

Собственно организация как функция организационной деятельности в избирательной кампании представляет собой такой вид деятельности субъектов, который направлен на более конкретные цели, а именно на формирование организующей и организуемой систем, на создание упорядоченности в них и в отношениях между ними. Соответственно эта функция включает в себя деятельность по образованию избирательных комиссий всех уровней, подбор и расстановку кадров, определение компетенции органов и должностных лиц, решение структурных вопросов, установление порядка взаимодействия участников отношений, возникающих в процессе организационной деятельности в избирательной кампании и т.д.

Функция мотивации в процессе организационной деятельности также очень важна, т.к. ее задача заключается в том, чтобы работники избирательных комиссий всех уровней, являясь субъектами организационной деятельности, выполняли работу в соответствии с делегированными обязанностями и сообразуясь с планом и течением всей избирательной кампании. В современной теории управления лидирует та точка зрения, по которой мотивацией поступков людей являются, в основном, не только экономические факторы, а различные потребности, которые могут быть лишь частично и косвенно удовлетворены с помощью денег. При этом считается, что работа, приносящая удовлетворение работнику, является главным элементом его мотивационной структуры в процессе труда. То есть хорошо организованный эффективный труд мотивирует трудовую деятельность работника. В применении к организационной деятельности в избирательной кампании это означает, что данный вид деятельности, как разновидность трудовой деятельности, осуществляется наиболее эффективно тогда, когда актуализируются мотивационные предпосылки субъектов организационной деятельности. К предпосылкам мотивации, в данном случае, нами отнесены определенные потребности и интересы членов избирательных комиссий как субъектов организационной деятельности в избирательной кампании.

Постоянно действующим фактором процесса организационной деятельности в избирательной кампании является контроль. Он охватывает все стороны деятельности субъектов организационной деятельности, часть из которых выступают и как объекты

организационной деятельности, которые подвергаются контролю со стороны вышестоящих избирательных комиссий. Кроме того, функцию контроля можно рассматривать как постоянное наблюдение за упорядоченностью организуемой системы, за ее состоянием, за соответствием хода процесса организационной деятельности намеченным целям и т.д.

По нашему мнению все четыре функции организационной деятельности в процессе избирательной кампании – планирование, собственно организация, мотивация и контроль – имеют две общие характеристики. Во-первых, все они требуют принятия решений. Во-вторых, для всех необходима коммуникация, обмен информацией. Вследствие того, что эти две характеристики связывают все четыре функции, обеспечивая их взаимозависимость, на наш взгляд, коммуникации и принятие решений можно назвать связующими процессами организационной деятельности в избирательной кампании. При этом центральное место в системе организационной деятельности принадлежит принятию решений, в результате можно использовать такое понятие как организационное решение. Нами было определено, что организационное решение – это социальная норма, вырабатываемая субъектом организационной деятельности для целенаправленного воздействия на определенный объект. Избирательные комиссии всех уровней в этом случае можно определить как систему принятия решений [7,с.8]. Наиболее эффективным организационным решением является выбор процедур и действий, которые будут реализованы и внесут наибольший вклад в достижение конечной цели. Как в управлении вообще, так и в организационной деятельности в избирательной кампании выделяется огромное количество видов и типов решений. В зависимости от основания выделяются следующие решения:

1. Жестко детерминированные решения, содержание которых предопределено нормативными документами, законами, кодексами, в том числе Избирательным кодексом Тверской области.
2. Инициативные решения, принимаемые по инициативе субъектов организационной деятельности в избирательной кампании.
3. Ситуационные решения, имеющие преимущественно эпизодический или локальный характер в ходе избирательного процесса.

Все указанные разновидности решений имеют свои особенности, но все они содержат и определенные общие элементы. К этим элементам мы можем отнести следующие:

- Наличие определенной проблемы или задачи, возникающей в процессе организационной деятельности периода избирательной кампании;
- Орган или лицо, принимающее решение в этом случае;

- Управляемые переменные или альтернативы, т.е. те факторы, условия, способы действий, которые находятся в распоряжении органа или лица, принимающего решение;
- Неуправляемые переменные, т.е. условия обстановки и окружающей среды, которые не зависят от органа или лица, принимающего решения;
- Возможные исходы, которые зависят как от управляемых, так и от неуправляемых переменных.

При этом орган или лицо, принимающее решение, выбирает такие способы действий, которые должны привести к желательному исходу, т.е. к решению той проблемы или задачи, которая возникла в процессе организационной деятельности в избирательной кампании.

Основным требованием для принятия эффективного объективного решения в ходе электорального процесса в условиях информационного общества является наличие адекватной, точной информации. Информация, необходимая в процессе организационной деятельности представляет собой совокупность сведений о состоянии объекта организационной деятельности. Поэтому информацию можно назвать средством управленческого труда или организационной деятельности [8,с.58]. В связи с этим технологией организационной деятельности, по нашему мнению, является совокупность и последовательность способов работы с информацией при осуществлении функций управления. Единственным способом получения информации является коммуникация, т.е. процесс обмена информацией, ее смысловым значением между двумя и более людьми. Другими словами, процесс коммуникации представляет собой взаимодействие между звеньями управленческой структуры [9,с.190]. По содержанию такое взаимодействие, на наш взгляд, может быть административным, техническим и информационным. В процессе административного взаимодействия вышестоящие избирательные комиссии (ЦИК, комиссии субъектов федерации, ТИК) передают нижестоящим полномочия и ответственность, различные распоряжения, рекомендации, получают от них отчеты, осуществляют процесс контроля. По своему назначению административное взаимодействие бывает координационным и интеграционным. С помощью координационного взаимодействия поддерживается единство автономных действий всех уровней избирательных комиссий и всех комиссий на определенном уровне. С помощью интеграционного взаимодействия происходит объединение всех избирательных комиссий в единое целое, в систему.

Техническое взаимодействие между субъектами организационной деятельности реализуется в процессе их участие в этом виде деятельности. По характеру техническое взаимодействие

может быть прямым и косвенным. Прямое взаимодействие основывается на непосредственных контактах, косвенное не предполагает такого рода контактов.

В рамках информационного взаимодействия субъекты организационной деятельности обмениваются сведениями, необходимыми для принятия решений. Эти сведения могут быть официальными и неофициальными, но помогающими ориентироваться в ситуации.

Эффективность циркуляции информации определяется регуляцией коммуникативной системы. Процесс коммуникации можно разложить на три этапа: инициирование, передачу и прием информации. Наряду с этим следует выделить докоммуникативную и посткоммуникативную фазы обмена информацией. Такая модель позволяет проследить движение информации от замысла сообщения отправителя до его включения в систему установок получателя. Каждая стадия представляет собой коммуникативный акт, требующий регуляции:

- Докоммуникативная фаза связана с подготовкой сообщения: определением цели, анализом ожидания, прогнозированием ответной реакции;
- Коммуникативная фаза распадается на ряд этапов: инициирование, передачу и прием информации, соответствующих основным правилам взаимодействия субъектов информационного контакта;
- Посткоммуникативная фаза отражает последствия обмена информацией: прояснение электоральной ситуации, изменение отношения к выборам со стороны избирателей, коррекция действий избирательных комиссий и т.д.

Субъекты организационной деятельности в избирательной кампании осуществляют распространение информации по различным каналам. Если объектами организационной деятельности являются избиратели, то субъекты используют внешние каналы коммуникации, к которым можно отнести телевидение, радио, прессу, Интернет и т.д. Если же объектами организационной деятельности являются избирательные комиссии, то ведущая роль принадлежит внутренним каналам коммуникации. Здесь информация курсирует по нисходящим и восходящим линиям при осуществлении организационной деятельности в период избирательной кампании. При этом очень важным является тот факт, что субъект, используя различные каналы, имеет возможность осуществлять организационное воздействие с помощью предоставления необходимой информации объекту, в то время как объект обладает возможностью воспринимать данную информацию. Формирование информационного пространства, используемого в процессе

организационной деятельности периода избирательной кампании, происходит благодаря развитию на современном этапе сетевых систем телекоммуникаций и использованию компьютерных технологий сбора, обработки и хранения информации.

Список литературы

1. Российская газета. 1995. 5 апреля.
2. Конституция Российской Федерации. – М.: Проспект, 2011.
3. ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» - М.: КНОРУС, 2010.
4. Иванченко А.В., Любарев А.Е. Российские выборы от перестройки до суверенной демократии – М.: Аспект Пресс, 2007.
5. Скрипкина Ж.Б. Избирательные системы и технологии: - М.: Вузовский учебник, 2006.
6. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 1998.
7. Приходько В.И. Современная организационная парадигма. // Менеджмент в России и за рубежом, 1999, №3.
8. Менеджмент /Под ред. М.М.Максимцова, А.В.Игнатъевой. – М.: ЮНИТИ, 1998.
9. Веснин В.Р. Основы менеджмента. – М.: Институт международного права и экономики им. А.С.Грибоедова, 1999.

FUNCTIONS OF ORGANIZATION ACTIVITY ON ELECTION

I.V. Butuzova

Tver State University, Tver
Department of Political science

The author considers problem of functions of organization activity on election. Main functions: planning, organization, motivation, control. That is two main processes of organization activity on election: deside and communication.

Keywords: *organization activity, functions, planning, organization, motivation, control, deside and communication.*

Об авторах:

БУТУЗОВА Ирина Владимировна – к. философ.н., доцент кафедры политологии Тверского государственного университета, e-mail: m000193@tversu.ru