

ТЕХНОЛОГИИ ПОВЫШЕНИЯ ЯВКИ МОЛОДЁЖИ НА ВЫБОРЫ В ДЕНЬ ГОЛОСОВАНИЯ.

Дата: 21.09.2018 Автор: Редакция GEOFOR

Рубрика: [Без рубрики](#)



Опыт электорального цикла-2017

Проблема абсентеизма является одной из самых острых для российской внутренней политики. Особенно актуальной она становится в свете приближающейся Президентской избирательной кампании, а также не менее масштабного и важного для российских регионов электорального цикла 2018 г. Кроме того, значимой является проблема абсентеизма и в связи с отказом от участия в политической жизни страны молодёжи.

По нашему мнению, необходимо разделить феномен абсентеизма на две части в соответствии с базовыми источниками его возникновения:

1) наличие и формирование апатии у части российских граждан как по отношению к выборам, так и по отношению к политическому участию в целом;

2) выражение протестных настроений в адрес действующей власти и всех её институтов, которое также ведёт к уклонению от участия в политическом процессе.

Таким образом, в обоих случаях избиратели, в особенности молодёжь, высказывают своё несогласие с нынешним политическим курсом, проводимым руководством страны, а также подвергают сомнению эффективность и целесообразность функционирования избирательной системы в России.

Конкретные причины, порождающие абсентеизм, могут быть абсолютно разными, причём в некоторых случаях они значительно различаются даже в пределах одного субъекта Российской Федерации. Говоря об абсентеизме среди молодёжи, отечественные учёные-политологи в общих чертах выделяют следующие факторы, ведущие к отстранённости молодых людей

от политики и политического участия в современном российском обществе:

- интересы молодёжи не связаны напрямую с политическим участием, а сконцентрированы в области саморазвития, личностного роста, построения карьеры вне политики;
- молодые люди не видят путей и возможностей, а иногда и необходимости для трансформации сложившегося уклада жизни в государстве;
- политика не воспринимается молодёжью как социально значимая деятельность, способная принести положительные изменения;
- растёт принципиальная несовместимость интересов, потребностей и ценностных ориентаций молодых людей с проводимой в данный момент политикой, а также наблюдаются тенденции всё большего отчуждения молодёжи от государственных институтов и общественных структур на всех уровнях власти.

Совершенно очевидно, что для борьбы с причинами, порождающими феномен абсентеизма, необходимо использовать политические технологии, заточенные под каждый конкретный случай. Общая «работа по площадям» не может дать долгосрочного и качественного эффекта, а предназначена только для того, чтобы заложить основы решения существующих проблем. В этом плане интересно рассмотреть примеры технологий манипуляции общественным сознанием и поведением, которые использовались на прошедших региональных избирательных кампаниях в 2017 г. Особенно стоит отметить технологии повышения явки молодёжи на выборы в день голосования.

К первому блоку можно отнести технологии, основанные на *административном решении или давлении*:

1) организация массового досрочного голосования в г. Барнаул Алтайского края;

2) продление времени работы участковых избирательных комиссий на 2 часа в Калининградской области, Пермского края, Республики Карелия. Ко второму блоку относятся технологии, использующие *корыстную мотивацию молодёжи*, которые были завязаны на выдаче ценных подарков и призов:

1) конкурс «Голосуем всей семьёй» в Вологодской области;

2) акция «Я решаю 2017» в Калининградской области;

3) конкурс селфи и видеороликов на участковых избирательных комиссиях в Калининградской, Новосибирской, Омской, Свердловской, Тверской, Томской областях и Пермском крае;

4) раздача билетов на концерт популярных молодёжных исполнителей на участковых избирательных комиссиях в Омской области и Пермском крае;

5) квест «Встретимся на выборах» в Рязанской области;

6) акция «Беспроегрышная лотерея» в Свердловской области.
К третьему блоку относятся технологии «мягкой силы»:

1) «Танцевальный марафон» в Калининградской области;

2) присвоение участковым избирательным комиссиям имён заслуженных и известных жителей Кубани в Краснодарском крае;

3) первый городской форум молодых избирателей в г. Омске;

4) акция «Мне не плевать. Я пойду голосовать!» в Пермском крае;

5) создание мобильных приложений «Выборы 76» и «Мои выборы» в Ярославской области и Пермском крае соответственно;

6) проект «Подслушано Избирком» в Пермском крае;

7) проект «Лектор-просветитель» в Свердловской области;

8) акция «Территория выборов» в Тверской области;

9) фотоконкурс «Объективный выбор» в Челябинской области;

10) запуск приложения для знакомств «Вместе на выборы» и проекта «Не проспай выборы» в нескольких регионах страны.

По итогам рассмотрения региональных технологий по повышению явки молодёжи в день голосования можно сделать следующие выводы.

Во-первых, стоит отметить, что молодёжь – это наиболее подверженная абсентеизму социальная группа, противоборство с аполитичными

настроениями которой всегда является очень трудоёмким и ресурсозатратным. Даже самая высококачественная и эффективная работа по её мобилизации на выборы в день голосования не может дать хороших результатов в сжатых временных рамках одной избирательной кампании. С другой стороны, старшее поколение «советской закалки», составляющее ядро голосующего сейчас электората, неумолимо сокращается. Следовательно, необходимо заниматься гражданским воспитанием и повышением правовой культуры молодёжи (на это были направлены 22,58% проектов), но качественные результаты такой работы станут очевидны только по прошествии значительного временного периода.

Во-вторых, основной механизм манипуляции общественным созданием и поведением – это обращение к корыстным чувствам молодёжи (45,16%). В долгосрочной перспективе он является крайне опасным, так как при частом повторении может вызвать у молодых людей «привыкание к лёгкой наживе» во время проведения выборов. Данный подход к повышению явки способен решать лишь конъюнктурные задачи по мобилизации электората. Кроме того, стоит отметить, что использование технологий «мягкой силы» в проектах составило 41,94%, а применение мер административного характера зафиксировано в 12,9% случаев.

В-третьих, главным заказчиком рассматриваемых проектов по повышению явки избирателей в день голосования выступали региональные органы исполнительной и законодательной власти, местные избирательные комиссии и их молодёжные отделения (74,2%), которые брали на себя основные организационные функции и финансовые затраты на их проведение. Стоит отметить тот факт, что в некоторых случаях вопросом повышения явки занимались частные компании (9,67%), общественные организации и научно-исследовательские структуры (12,9%). Помимо этого, кандидаты на выборные должности также реализовывали собственные проекты по мобилизации своих сторонников и молодёжи, но делали это более локально.

Совершенно очевидно, что на итоговую явку избирателей в день голосования влияют большое количество различных факторов вплоть до погодных условий. Тем не менее, если абстрагироваться от них и попытаться извлечь только фактор реализации явочных проектов в субъектах Российской Федерации, можно получить следующие результаты:

- Алтайский край – 22,19%;
- Вологодская область – 24,47%;
- Калининградская область – 39,33%;
- Краснодарский край – 42,03%;
- Новосибирская область – 13,11%;

- Омская область – 21,35%;
- Пермский край – 42,51%;
- Республика Карелия – 29,25%;
- Рязанская область – 36,15%;
- Саратовская область – 54,73%;
- Свердловская область – 37,31%;
- Тверская область – 21,86%;
- Томская область – 25,77%;
- Челябинская область – 32,36%;
- Ярославская область – 33,86%.

При этом только трём регионам удалось улучшить показатели явки на выборы по сравнению с предыдущими региональными (выборы главы и депутатов Законодательного собрания субъекта РФ) и федеральными (выборы депутатов Государственной Думы ФС РФ) электоральными циклами: Пермскому краю, Саратовской и Ярославской областям.

В сложившихся условиях возможны три наиболее вероятных варианта дальнейших действий со стороны власти по борьбе с молодёжным абсентеизмом:

- 1) запустить разработку и реализацию под руководством Центральной избирательной комиссии РФ федеральной программы по гражданскому воспитанию молодёжи и вовлечению её в избирательный процесс с применением технологий «мягкой силы» (положительный опыт реализации подобной программы был на рубеже 2000 – 2010-х гг.);
- 2) качественно работать над устранением основных причин абсентеизма среди молодых граждан Российской Федерации, что является достаточно действенным, но ресурсозатратным методом;
- 3) больше внимания уделять работе с протестными и негативно настроенными частями электората, создавать качественную иллюзию, что выборы конкурентные и есть реальные альтернативы провластным кандидатам на всех уровнях, что голос избирателей действительно важен, а их участие в выборах реально оказывает влияние на политическую ситуацию в стране.

Авторы: Мокин Александр Борисович
Соболев Александр Викторович