

## УЧАСТИЕ ГРАЖДАН РОССИИ В ГОЛОСОВАНИИ: ПОЛИТТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

*Аннотация.* В настоящей статье рассматриваются актуальные проблемы и перспективы изменения уровня электоральной активности на федеральных и муниципальных выборах в России. Авторы анализируют показатели явки избирателей на выборах прошлых лет и выявляют основные проблемы, с которыми связана тенденция абсентеизма. На основе полученных данных предлагаются технологии повышения явки электората на выборы с учетом последних трендов. Особую актуальность результаты исследования приобретают накануне единого дня голосования 9 сентября 2018 года.

**Ключевые слова:** выборы, политическая система, электорат, легитимность, электорат, абсентеизм, повышение явки, участие в выборах.

## PARTICIPATION OF RUSSIAN CITIZENS IN THE VOTING: POLITTECHNOLOGICAL ASPECT

*Abstract.* This article discusses the current problems and prospects of changes in the level of electoral activity at the Federal and municipal elections in Russia. The authors analyze turnout in the elections of previous years and identify the main problems linked to the trend of non-participation of citizens in voting. Based on the obtained data the technology to improve the voter turnout with the latest trends is offered. The particular relevance of the results of the study become before the single voting day on 9 September 2018.

**Keywords:** elections, political system, electorate, legitimacy, electorate, absenteeism, increase of turnout, participation in elections.

Развитие российской политической системы на современном этапе невозможно представить без института выборов. В настоящей статье рассматривается проблема снижения явки избирателей на примере выборов

---

БЕЛОКОНЕВ Сергей Юрьевич — кандидат политических наук, доцент, руководитель Департамента политологии и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

КРАСНОВ Михаил Игоревич — студент Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации. Ввиду динамики электоральной активности в течение прошедших избирательных циклов данный вопрос требует повышенного исследовательского внимания. Снижение явки избирателей на выборы соответствующего уровня наиболее заметно в период с 2007 года по 2016 год: за 9 лет ее показатель упал более чем на 15 процентов. Цель данного исследования заключается в выработке путей нейтрализации негативных трендов в области динамики показателей явки на выборы депутатов Государственной Думы посредством применения политических технологий.

В современном избирательном процессе большое значение приобретает технологический фактор, стимулирующий активность электората. На формирование авторских суждений значительное влияние оказали работы ряда ученых, исследующих проблему явки на выборы. Так, например, С. О. Новосельский, Н. Ю. Босердт и В. А. Халина, приводя статистику выборов в Российской Федерации в период с 1996 года по 2016 год, говорят о том, что явка избирателей имеет тренд к снижению, находясь в интервале 47,8–63,8 процента от общего числа зарегистрированных избирателей. При этом авторы замечают, что наибольший интерес к выборам был в 1996 (выборы Президента Российской Федерации) и в 2008 годах, ассоциируя данный факт с появлением новых лиц в политике. Исходя из этого они делают вывод, что снижение явки — показатель предопределенности итога и отсутствия интриги<sup>1</sup>.

По мнению Ю. Бушeneвой, абсентеизм российского избирателя мотивируется главным образом «предопределенностью исхода выборов»: 26 процентов респондентов не желают идти на избирательные участки из-за недоверия к честному проведению процедуры выборов; 18 процентов считают, что выборы не повлияют на ситуацию в стране; 16 процентов не идут голосовать, потому что не делают этого никогда; 10 процентов — не интересуются политикой вообще; 7 процентов — объясняют свое решение занятостью<sup>2</sup>.

А. Д. Бородин основными проблемами низкой явки считает неоднородность общества: существование слоев, не доверяющих выборам как демократической процедуре. При этом свою роль играет подчас предрешенность результатов выборов и уверенность части избирателей в том, что их голос не сможет повлиять на конечный результат. Автор считает, что граждане отдадут предпочтение федеральным выборам, тогда как местные выборы считают малозначительными и не способными повлиять на их жизнь<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Новосельский С. О., Босердт Н. Ю., Халина В. А. Оценка политической активности российских избирателей // Политика, экономика и инновации. 2017. № 1. С. 1–6.

<sup>2</sup> Бушeneва Ю. И. Социально-политические основания российского электорального абсентеизма // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2007. Т. 11. № 32. С. 45–50.

<sup>3</sup> Бородин А. Д. Согласованность коллективных действий в поведении российских избирателей // Экономический журнал Высшей школы экономики. 2005. № 1. С. 74–81.

По мнению Л. Г. Бызова, мотивация населения к участию в выборах во многом зависит от общественного авторитета избираемого института власти. Так, например, уровень доверия к институту президента чрезвычайно высок. В общественном восприятии именно от президента во многом зависит «все в стране», и это обстоятельство заставляет подходить к выборам главного лица государства с наибольшей ответственностью, а, в частности, к муниципальным выборам с меньшим интересом<sup>4</sup>.

В выборах в Государственную думу Российской Федерации в 1993 году приняли участие 58 187 755 избирателей (54,81% от числа зарегистрированных избирателей), что говорит о достаточно большом интересе общества к органу законодательной власти с учетом того, что выборы в Государственную Думу проводились впервые. Обращаясь к итогам формирования следующего созыва, можно увидеть, что на выборы в 1995 году явилось уже 69 614 839 избирателей (64,76%). Однако в 1999 году явка на выборы составила 61,85 процента, что демонстрирует отрицательную динамику электоральной активности. Дальнейшее снижение показателя явки фиксируется на выборах 2003 года (число бюллетеней, выданных избирателям — 58 187 755 (54,81%). В 2007 году был достигнут показатель в 63,71 процента (69 609 446 млн человек). В 2011 году явка вновь снизилась на 5,68 процента и составила 60,1 процента (65 656 526 млн человек). Снижение могло быть связано с недоверием граждан к процедуре выборов.

Согласно результатам опроса, проведенного в июле 2011 года «Левада-центром», 53 процента россиян полагают, что будет происходить «лишь имитация выборов, а распределение мест в Думе произойдет по решению властей»<sup>5</sup>. 60 процентов ожидали, что грядущие выборы будут лишь «борьбой бюрократических кланов за доступ к госбюджету»; 54 процента были уверены в применении «грязных методов» подтасовки голосов. В 2016 году явка на выборах депутатов Государственной Думы составила всего лишь 47,88 процента (52 700 922 избирателя), что стало историческим антирекордом.

В качестве причин, влияющих на электоральную активность, авторы склонны рассматривать уровень информационного обеспечения выборов; стереотипность мышления; отсутствие интереса к политике; обесценивание голоса; издержки участия; неисполнение предвыборных обещаний.

\* \* \*

Проинформировать избирателя о предстоящих выборах — одна из главных задач кандидатов и органов, отвечающих за проведение процедуры

<sup>4</sup> Бызов Л. Г. Избирательный цикл 2007–2008: мотивация участия в выборах // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2007. № 1.

<sup>5</sup> Выборы в Государственную Думу // <https://www.levada.ru/2011/11/25/vybory-v-gosdumu/> (дата обращения: 02.06.18).

выборов. И если федеральные выборы могут быть отмечены относительно высокой явкой, рассматриваемой в качестве косвенного следствия циркуляции информационных потоков, то на выборах более низкого уровня наблюдаются иные тенденции. Так, анализируя итоги муниципальной кампании 2017 года в Москве, Д. А. Ежов отмечает в качестве ее характерной черты реализацию так называемой стратегии молчания, выразившейся в серьезных просчетах на уровне информационного обеспечения, в связи с чем можно было наблюдать крайне низкую явку на выборах<sup>6</sup>.

Решением проблемы низкой информированности населения могут служить интернет-технологии и распространенные в России социальные сети и видеохостинговые компании (ВКонтакте, Facebook, YouTube, Одноклассники). С развитием культуры блогинга в России стало проще доносить информацию до определенных возрастных групп. С помощью сети блогеров можно настроить контент под любую группу избирателей. Блогеров можно использовать в качестве лидеров мнений для привлечения на выборы. Например, в качестве примера целесообразно рассмотреть запуск флешмоба «#Я\_сделал\_свой\_выбор!» (блогеры передают друг другу эстафету, привлекая молодежную аудиторию в процесс эстафеты) или нахождение медийных лиц в момент выборов на избирательных участках в качестве наблюдателей. Информированность граждан о выборах также можно увеличить за счет проведения концертов, спортивных мероприятий. Лучше всего такие мероприятия организовывать под открытым небом, так как площади вмещают большое количество людей, к тому же такие акции наименее затратны. Внимание к подобным массовым мероприятиям со стороны граждан будет переноситься на предвыборную агитацию за счет лидеров мнений. Праздники мобилизуют избирателей и помогают собрать большое количество людей в одном месте.

Эффективным способом информирования также являются конкурсы с репостами. Задача — собрать на своей странице как можно больше репостов, а поощрительным призом может служить билет на концерт, встреча со знаменитостью, продукция с логотипом выборов и прочее.

\* \* \*

Еще одной причиной низкой явки на выборы является стереотипность мышления российского избирателя, формируемая низкой политической культурой и низкой узнаваемостью широкого спектра участников избирательного процесса. В массовом сознании генерируется иллюзия отсутствия конкурентов, что впоследствии приводит к снижению уровня доверия федеральному парламенту.

<sup>6</sup> Ежов Д. А. Стратегия молчания: подведение итогов (к анализу результатов муниципальных выборов в Москве) // Власть. 2017. № 10. С. 167–169.

Один из факторов формирования стереотипа «Смысл ходить на выборы? Все равно победит партия X» — недостаток информации о работе политических партий на парламентских выборах. Этот вывод можно сделать по результатам и количественных, и качественных исследований Левада-Центра. Если о партии «ЯБЛОКО» в 2016 году знали около 55 процентов россиян (среди москвичей осведомленность выше — 75%, то среди молодежи — лишь 40%), о политической партии ПАРНАС — лишь четверть населения (среди молодежи — 12–14%)<sup>7</sup>.

В июле 2016 года Левада-Центр провел опрос по «мотивации участия в выборах», в результате которого было выявлено, что высокий процент россиян склонен полагать, что от их выбора ничего не зависит и на результат выборов их голос не способен повлиять. Так, на вопрос «Согласны ли вы с мнением, что нынешние выборы в Государственную Думу будут практически безальтернативными?», 10 процентов ответили, что полностью согласны с данным высказыванием, 31 процент заявил, что скорее согласны, 21 процент затруднился ответить. Всего 6 процентов опрошенных выбрали пункт «определенно не согласны». На вопрос «Почему вы не хотите голосовать или сомневаетесь относительно своего участия в выборах в Государственную Думу?» 14 процентов опрошенных ответили о предсказуемости выборов и победы правящей партии; 7 процентов заявили о том, что «выборы будут нечестными, результат будет скорректирован и от их голоса ничего не изменится»<sup>8</sup>.

По результатам опроса заметно, что в российском обществе преобладают стереотипы, связанные с безальтернативностью выборов и монополией «правящей партии». Важно отметить, что стереотип «я ничего не решаю» распространен и среди впервые голосующих граждан. Таким образом, можно сказать, что еще не получившие эмпирических знаний о выборах молодые люди отказываются идти на избирательный участок, руководствуясь именно стереотипами, навязанными массовой культурой.

\*\*\*

Отметим, что интерес к политике у россиян находится в постоянной динамике. Так, в преддверии выборов депутатов Государственной Думы в обществе отмечается рост интереса к политике: по данным опроса в начале августа 2016 года, он находился на уровне 67 процентов (по сравнению — 50% в 2015 году). Резкий рост интересующихся политической повесткой связан с высокой информационной активностью партий и результатами деятельности российских СМИ. Несколько иная картина формируется в случае общественного восприятия работы самих партий.

<sup>7</sup> Левада-центр. Парламентские выборы // <http://www.levada.ru/2017/07/06/16281/> (дата обращения 7.06.18).

<sup>8</sup> Левада-центр: Мотивация участвовать в выборах // <http://www.levada.ru/2016/07/12/motivatsiya-uchastvovat-v-vyborah/> (дата обращения 7.06.18).

Так, «Левада-центр» выяснил что, 65 процентов граждан не знакомы или лишь «приблизительно знакомы» с тем, какие партии будут представлены на Охотном ряду. Разумеется, это говорит о снижении уровня политической культуры граждан и отсутствия четкого понимания механизма работы государственного аппарата.

Решение проблемы может быть частично найден в создании мобильного приложения «Выборы», в котором избиратель сможет узнать о ходе предвыборной кампании кандидата, узнать о том, какие партии смогут принять участие в выборах, ознакомиться с полезной информацией о партиях, смотреть конференции и важные мероприятия в режиме онлайн. Данное приложение может собирать все новости из различных источников и публиковать в единой базе; может уменьшить издержки на поиск информации избирателем и собирать данные новостей с упоминанием о выборах в едином пространстве. За распространение информации о предстоящих выборах пользователь сможет получать поощрительные призы (билеты в театр, на концерт, в кино или получение льгот на проезд в общественном транспорте).

\*\*\*

Важным фактором, оказывающим воздействие на явку избирателей, являются элементы «издержек участия», связанные с затратами (физическими, материальными), влияющими на посещение избирательного участка в день выборов. Такое явление в теории общественного выбора называется «рациональное неведение». Согласно этой теории, существует своеобразный порог-минимальное значение пользы, которое необходимо превысить, чтобы избиратель участвовал в политическом процессе, а в конкретном случае проголосовал на выборах депутатов Государственной Думы. Если минимальное значение пользы — ниже порога, то избиратель старается избежать исполнения своего гражданского долга. Основная предпосылка общественного выбора состоит в том, что люди действуют в политической сфере, преследуя свои личные интересы, и стараются действовать по пути меньшего сопротивления.

Одним из видов издержек участия являются временные затраты. Сюда можно включить время, затраченное на дорогу до избирательного участка, и само пребывание на месте проведения голосования. Перспективу для решения данной проблемы открывает онлайн-голосование, но важно отметить, что подобное голосование должно проводиться по аналогичной с классической процедурой схеме голосования (паспортные данные, электронная подпись, регистрация). Другой вариант сокращения временных затрат на месте голосования — электронная регистрация и голосование через автоматы, установленные на избирательных участках. Задача автоматов: регистрация избирателя, идентификация, сбор базы данных и прием

голосов избирателей. Данная технология позволит сократить затраты на оплату избирательной комиссии, уменьшит вероятность «человеческого фактора» и будет способствовать комфортному голосованию. Электронные терминалы могли бы помочь избирателю голосовать по месту пребывания без прикрепления через портал «ГосУслуг» или МФЦ. Достаточно будет ввести необходимые данные в терминал, чтобы гражданин был откреплён от участка по месту регистрации и перенесён в базу данных фактического участка. Затем избирателю предлагается проголосовать за кандидатов, после чего результат будет автоматически занесён в единую базу.

\* \* \*

Невыполнение предвыборных обещаний избранных депутатов сокращает явку и способствует снижению рейтинга доверия к власти. Согласно теории рационального выбора, от результатов выборов фактически зависит благосостояние самого избирателя. По мнению американского ученого М. Фиорины, человек голосует, исходя из факторов деятельности власти. В своей «теории ретроспективного голосования» он говорит о минимизации усилий, которая состоит в оценке прошлой деятельности органов власти: если оно в целом успешно справлялось со своими обязанностями, то разумно поддержать его на выборах. Гражданам не нужно вникать в детали проводимой властными структурами внутренней и внешней политики; достаточно знать, как им жилось при правительстве, которое «несет ответственность за положение дел в обществе, прежде всего в экономике»<sup>9</sup>. Если избиратель видит, что орган власти справляется со своей деятельностью и выполняет предвыборные обещания, он готов проголосовать снова. В противном случае гражданин не видит необходимости в голосовании, как в неэффективном способе достижения своих целей и получения личной выгоды.

Таким образом, решением проблемы невыполнения предвыборных обещаний может стать создание независимой комиссии наблюдателей за деятельностью избранных депутатов. В задачи данной организации может входить наблюдение за деятельностью народных избранников (при наличии явных ошибок) и создание приложения, которое позволит следить за деятельностью чиновников в онлайн-режиме, а также напрямую обращаться с проблемами и вопросами к чиновнику через комментарии и личные сообщения.

\* \* \*

В ходе изучения проблемы низкой явки на выборах в России были выявлены основные проблемы, препятствующие желанию избирателей

---

<sup>9</sup> Fiorina M. Retrospective Voting in American National Elections. New Haven, 1981.

голосовать на выборах: низкая информированность электората перед выборами; стереотипы избирателей об отсутствии альтернативных кандидатов и партий; недоверие граждан к власти и кандидатам; невыполнение депутатами предвыборных обещаний. Мы пытались показать возможные пути решения проблем, влияющих на снижение явки. Полагаем, что необходимо применять полномасштабные, действенные и эффективные формы информирования граждан о выборах, проводить правовое просвещение и обучение электоральных групп основам государственного устройства России. Все это позволит улучшить эффективность работы по повышению уровня доверия к власти, повышению политической культуры, увеличению числа граждан, которые готовы голосовать на выборах.

### Список литературы

1. Бородин А. Д. Согласованность коллективных действий в поведении российских избирателей // Экономический журнал Высшей школы экономики. 2005. № 1.
2. Бушенева Ю. И. Социально-политические основания российского электорального абсентеизма // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2007. Т. 11. № 32.
3. Бызов Л. Г. Избирательный цикл 2007–2008: мотивация участия в выборах // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2007. № 1.
4. Ежов Д. А. Стратегия молчания: подведение итогов (к анализу результатов муниципальных выборов в Москве) // Власть, 2017. № 10.
5. Новосельский С. О., Босердт Н. Ю., Халина В. А., Оценка политической активности российских избирателей // Политика, экономика и инновации. 2017. № 1.
6. Fiorina M. Retrospective Voting in American National Elections. New Haven, 1981. 288 p.