

Д.В. МАТЮШЕНКО

С.В. МИРОНОВА

В.В. ЧЕБАРЫКОВ

МЕХАНИЗМЫ ВОВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В ЭЛЕКТОРАЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ (НА ПРИМЕРЕ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Аннотация. В статье рассматриваются аспекты участия граждан в избирательных процессах различных уровней с точки зрения механизмов вовлечения молодых избирателей в голосовании. Важность института выборов для развития страны обуславливает многообразие средств и способов включения значительных демографических групп в выборные процедуры. Авторами проведено исследование с помощью метода *case-study*, позволившего рассмотреть механизмы вовлечения в выборы молодежи Ярославской области в 2018–2020 годах, а также социологического опроса, выявившего отношение молодых людей к участию в различных акциях, стимулирующих к голосованию.

Ключевые слова: молодежь, выборы, избирательный процесс, механизмы вовлечения, формы и инструменты привлечения к участию в выборах, социологический опрос, *case-study*.

MECHANISMS FOR INVOLVING YOUNG PEOPLE IN ELECTORAL PROCESSES THROUGH SOCIAL NETWORKS (ON THE EXAMPLE OF THE YAROSLAVL REGION)

Abstract. The article examines the aspects of citizens' participation in electoral processes at various levels in terms of mechanisms for involving young voters in voting. The importance of the institution of elections for the development of the country determines the variety of means and ways to include significant demographic groups in electoral procedures. The authors conducted a study using the *case-study* method, which allowed us to consider the mechanisms of involving young people in elections in the Yaroslavl region in 2018–2020,

МАТЮШЕНКО Дмитрий Викторович — магистрант кафедры социально-политических теорий Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова, г. Ярославль
МИРОНОВА Светлана Владимировна — магистрант кафедры социально-политических теорий Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова, г. Ярославль
ЧЕБАРЫКОВ Виталий Викторович — магистрант кафедры социально-политических теорий Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова, г. Ярославль

as well as a sociological survey that revealed the attitude of young people to participate in various actions that encourage voting.

Keywords: *youth, elections, electoral process, mechanisms of involvement, forms and tools of involvement in elections, sociological survey, case-study.*

Политическая сфера общества представляет собой исключительно значимую совокупность институтов и отношений, от функционирования которых зависит развитие других сфер жизни общества. Одним из важнейших политических элементов являются выборы. Принимая участие в электоральных процессах на уровне муниципального образования, субъекта Федерации или же всей страны, граждане получают возможность повлиять на формирование органов власти, принятие общественно-значимых решений и проводимую политику в своих интересах. В условиях развития и укрепления гражданского общества аспект участия избирателей в выборах видится одним из путей повышения правосознания и гражданской осознанности граждан России. Низкая явка на выборах зачастую обесценивает принятое решение, снижает уровень легитимности избранной власти и не позволяет учитывать мнение избирателей в полном объеме.

Общепринятые подходы к раскрытию содержания понятия «выборы» отражены в определении Федерального закона от 12.06.2002 № 67-ФЗ (ред. от 31.07.2020) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»: выборы представляют собой форму прямого волеизъявления граждан, осуществляемого в соответствии с Конституцией Российской Федерации, федеральными законами, конституциями (уставами), законами субъектов Российской Федерации, уставами муниципальных образований в целях формирования органа государственной власти, органа местного самоуправления или наделения полномочиями должностного лица¹.

В целом в среде исследователей принято раскрывать выборы через ее составляющие: политическую, правовую и технологическую. Политический подход заключается в способе формирования органов власти и избрания должностных лиц и отражает традиционный подход к пониманию выборов. С точки зрения правовой составляющей, совокупность нормативно-правовой базы регламентирует действия субъектов в период избирательного процесса и ответственность за несоблюдение установленных правил. Технологическая составляющая предполагает разработку конкретных форм участия электората в выборах, ведение технического документооборота, обеспечивающего реализацию активного и пассивного права.

Значимость избирательного процесса нельзя недооценивать, выборы играют весьма существенную роль в любом современном демократическом

¹ Федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ (ред. от 31.07.2020) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 14.09.2020).

государстве. Право свободного волеизъявления было завоевано обществом путем сложного процесса развития государственно-общественных отношений и стоит в одном ряду с основными правами человека. Российская демократия, как и само развитие страны в целом, немыслима без института выборов. А.А. Бучин полагает, что выборы есть «сознательная деятельность определенного круга граждан по делегированию своих властных полномочий органам публичной власти либо должностным лицам, важнейшую форму участия их в управлении государством» [1]. В условиях развития правового государства действительная реализация народных мнений опирается и зависит от достигнутого уровня развития гражданского общества и общей и политико-правовой культуры граждан страны.

В последние годы отмечается возрастание внимания государства к вовлечению молодежи в избирательные процессы. Это происходит в условиях роста недовольства властью и их негативного отношения к происходящим избирательным кампаниям, а также укрепления абсентеизма среди подрастающего поколения и имеет своей целью искоренение политической пассивности и повышение политической культуры молодого поколения.

Теме вовлечения молодежи на участие в выборах посвящены работы исследователей как всероссийских, так и региональных политических процессов. Например, проблемы электоральной активности молодых избирателей рассматривают такие современные ученые как Н.Н. Бондарь [2], Д.А. Ежов [3], О.В. Иванова [4], А.Г. Карабанова и Г.Ж. Бальтанова [5], Е.Н. Муляр [6], А.А. Сунхина [7] и другие.

Ю.А. Головин и Г.Л. Шаматонova в своих работах позиционируют институт выборов как ключевой элемент гражданской активности и выявляют барьеры, препятствующие активному участию молодежи в электоральных процессах [8]. Большое количество научных работ в последнее время посвящено анализу роста недоверия молодежи к институту выборов и механизмам преодоления данной проблемы [9]. Д.В. Матюшенко и С.В. Миронова обращают внимание на важность электоральной культуры и грамотности молодого поколения, низкий уровень которой, по их мнению, лежит в основе рассматриваемых вопросов неучастия граждан в выборах, а также способствует возрастанию недоверия к политической системе [10].

Актуальность молодежной политики кроется в важности воспитания у подрастающего поколения чувства гражданской ответственности за судьбу страны, преодолении отчуждения молодых людей от властных и социальных институтов, включения их в общественно-политическую жизнь. Ведь именно молодежь — будущее государства, и от него будет зависеть развитие России.

* * *

Согласно закреплённому в нормативных актах понятию, к категории молодежи в России относятся граждане от 14 до 30 лет, а в некоторых слу-

чаях до 35 лет и более². Интересна позиция ЦИК России, в соответствии с которой молодые люди в возрасте от 14 до 18 лет попадают под категорию «будущие избиратели», а в возрасте от 18 до 35 лет являются «молодыми избирателями»³.

Значимость данной демографической группы для власти кроется в ее специфических характеристиках. Образ мышления, наполненный новаторскими идеями и подходами, приверженность информационным технологиям и продвинутость в их использовании, а также мобильность и желание совершенствования окружающего мира обуславливают намерение государства привлечь молодежь на свою сторону, направить ее энергию в конструктивное русло, особенно учитывая большой протестный потенциал, присущий людям в данном возрасте.

Необходимо помнить, что среди граждан, имеющих избирательные права, доля молодых людей составляет около 30 процентов, а по данным Избирательной комиссии Ярославской области, в выборах 2016, 2017, 2018 годов принимали участие, соответственно, лишь 27 процентов, 21,74 и 51,73 процента молодых избирателей из всего количества молодежи. Таким образом, игнорировать и оставлять без внимания столь значительную социальную категорию государство не вправе, и отсюда вытекает необходимость применения различных механизмов вовлечения молодежи в электоральные процессы всех уровней.

Под механизмами в данном случае понимаются средства и способы повышения числа граждан, в том числе молодежи, принимающих участие в выборах, направленные на привлечение внимания и интереса к избирательному процессу, стимулированию (материальному, моральному и психологическому) к голосованию. Данные механизмы условно можно разделить на просветительские, материально-стимулирующие, пропагандистские и структурно-оптимизационные. Кроме того, существуют механизмы, реализуемые не только традиционными способами, но и с помощью Интернета в онлайн-формате.

К просветительским механизмам относятся различные образовательные и обучающие акции, направленные на разъяснение основ избирательного права, важности участия в избрании органов власти, которые повышают интерес в процедуре голосования. На примере нашего региона под материально-стимулирующими механизмами подразумевается розыгрыш призов при участии в акциях, связанных с выборами; такие формы интерактивной работы с молодежью как «Ярголосонач» и «ЯрКонституция» под предлогом определенной активности предоставляют участникам возможность получения

² Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29.11.2014 № 2403-р «Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года».

³ Постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 22.07.2015 № 293/1695–6 «О внесении изменений в постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 28 декабря 2007 года № 83/666–5 «О проведении Дня молодого избирателя».

вознаграждения. В основе пропагандистских механизмов лежит применение методов PR, рекламы и манипулятивных технологий. Структурно-оптимизационные технологии касаются изменения порядка голосования и процедуры, например, введения голосования с помощью электронных платформ, таких как «Госуслуги», и увеличения времени голосования до нескольких дней.

Наравне с традиционными механизмами вовлечения молодежи в выборные процессы, повышенное внимание привлекает интернет-пространство. С развитием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) открываются новые возможности по взаимодействию с потенциальными избирателями с целью их вовлечения в голосование путем различных онлайн-акций, имеющих возможность акцентирования деятельности именно на молодежи по причине практически всеобщего охвата Интернетом молодых людей, являющихся его в той или иной мере активными пользователями.

Инструменты социальных сетей позволяют использовать уникальные возможности для продвижения бренда выборов у той или иной целевой аудитории. Благодаря использованию постов, хэштегов, видеороликов, репостов и иных инструментов, у политических и государственных акторов возникает возможность продвижения выборов, партий или кандидатов в информационном пространстве. Отличительной особенностью подобных акций является их нацеленность на конкретную целевую аудиторию как по форме, так и по содержанию.

* * *

На территории Ярославской области в преддверии голосований федерального масштаба имели место вышеупомянутые специальные акции «Ярголосовач» (выборы президента Российской Федерации в 2018 году) и «ЯрКонституция» (голосование по поправкам в Конституцию Российской Федерации в 2020 году), направленные на привлечение молодых избирателей на избирательные участки. Данные акции нами были рассмотрены с помощью метода case-study. Анализ производился по следующим показателям: время проведения, ход акции, способ привлечения на УИК и активность в использовании социальных сетей. В рамках применения метода рассматривалась работа региональных представительств федеральных акций («Путин Team», «Волонтеры Конституции»). Кроме того, на предмет использования социальных сетей в предвыборный период были проанализированы региональные молодежные отделения политических партий («Единая Россия», КПРФ, ЛДПР и «Справедливая Россия») и общественных организаций (Общественная молодежная палата и Молодежная избирательная комиссия Ярославской области).

Акция «Ярголосовач» длилась в период с 1 по 31 марта 2018 года. С момента начала работы официального сайта акции в местных СМИ и региональном сегменте социальных сетей стали появляться материалы с ее подробным

описанием. Организатором акции выступило движение «ЯрГражданин» при поддержке Ярославской областной молодежной общественной организации «Союз студентов». Участникам акции нужно было прийти на избирательный участок, найти волонтера со специальной рамкой, которая была стилизована в виде поста из социальной сети Instagram, и сделать одиночную или групповую фотографию. Далее следовало выложить публикацию на свою страницу «ВКонтакте» или Instagram с хэштегами «#фотоконкурс», «#Ярголосовач» и хештегом города проживания. Все фото автоматически аккумулировались на информационном портале yargolosovach.ru, где происходило голосование за наиболее понравившуюся публикацию. По итогам акции победителям были обещаны призы (смартфоны iPhone X, планшеты iPad air, велосипеды и несколько тысяч билетов в кино). Голосование завершилось через неделю после выборов 25 марта, а 31 марта состоялось подведение итогов и награждение победителей.

Во время проведения данной акции, молодые людей привлекались на участки в основном в индивидуальном порядке — в первую очередь путем влияния интернет-окружения отдельного пользователя на его восприятие образа выборов. С появлением в его «персональной ленте» постов и видеороликов друзей, знакомых и известных деятелей молодежной среды у человека должен был сложиться образ выборов как современного, интересного и модного мероприятия. Кроме того, была возможность поделиться своей публикацией в социальных сетях и получить положительный отклик виртуального круга общения.

Немаловажной частью привлечения молодых людей стали и подарки, обещанные за активное участие в акции и изначально рассчитанные на молодежную аудиторию, — при их подборе учитывалось увлечение молодежи гаджетами (смартфоны и планшеты), мода на занятие спортом (велосипеды) и тяга к развлечениям (билеты в кино). Также большое количество призов позволило привлечь к участию максимальное количество граждан, исходящих из той позиции, что даже если они не сумеют получить самый ценный приз акции в виде телефона Iphone, то вполне могут победить в розыгрыше билетов в кинотеатры.

По своей форме акция «Ярголосовач» была направлена на активность граждан в социальных сетях и вовлечение молодых людей как основных пользователей данного коммуникативного инструмента. Она строилась на использовании специальных возможностей соцсетей (хэштегов, постов и лайков), причем как для продвижения «Ярголосовач», так и для непосредственного участия. Организаторы акции не скрывали ориентированности на социальные сети. Руководитель общественной организации «ЯрГражданин» Анна Попова говорила о методе продвижения конкурса как о возможности повысить гражданскую ответственность и самосознание молодых людей: «Более старшее поколение и так традиционно хорошо ходит на выборы, и голосует за своих кандидатов. Мы хотим, чтобы и молодежь не оставалась

в стороне от главного политического события в жизни страны. Для того чтобы привлечь молодых людей на участки, и был придуман конкурс «Ярголосовач». Его главная идея — показать, что выборы — это модно и интересно»⁴.

* * *

Акция «ЯрКонституция» длилась в период с 25 июня по 1 июля 2020 года. О ее запуске было объявлено в региональных СМИ. Информационная подготовка и информирование населения о ней велись за несколько недель до начала самой акции. Притом источником основной информации стала группа в социальной сети «ВКонтакте».

Акция предполагала участие граждан в интеллектуальной викторине на тему истории и особенностей конституции в российской истории. Участникам предлагалось ответить на 10 вопросов, заполнить данные о себе, отдать анкету волонтеру на избирательном участке и сохранить у себя отрывной корешок с QR-кодом как доказательство участия. Среди молодых людей, правильно ответивших на вопросы, выбирались победители. В качестве подарков для участников использовалась бытовая техника, цифровая электроника, строительные и садовые инструменты⁵.

В случае с «ЯрКонституцией», главным и единственным способом привлечения граждан на участки стала возможность победы в викторине и получения ценного приза. Так как голосование длилось неделю, то путем публикаций новостей о первых победителях организаторы стимулировали граждан к принятию участия в акции, а значит — и к голосованию. Судя по разноплановому характеру призов и использованию социальных сетей только в качестве информационной и отчетной площадки, при проведении акции упор делался не только на молодую аудиторию. Социальные сети использовались преимущественно в качестве информационной площадки для популяризации выборов в период подготовки и первых дней голосования. Далее социальные сети выступали формой информационного отчета с целью показать населению доступность участия и победы в акции обычных граждан разного возраста, пола и социального положения. Отметим, что у акции был присвоен одноименный хэштег, а посты о ходе ее проведения аккумулировались не только в официальной группе, но и в сообществах муниципальных образований Ярославской области.

* * *

Акция «Путин Team» длилась с 11 декабря 2017 года по 18 марта 2018 года и началась с того, что студенческая активистка Алена Мазина на своей

⁴ Проголосуй и выиграй. За селфи на выборах можно получить призы — айфоны, велосипеды и билеты в кино [Электронный ресурс] URL: <https://yarreg.ru/articles/progososuy-i-vyigray/> (дата обращения: 16.10.2020).

⁵ Жители Ярославской области получают 1700 подарков за знание Конституции России [Электронный ресурс] URL: <https://yarreg.ru/articles/jiteli-yaroslavskoy-oblasti-poluchat-1700-podarkov-za-znaniye-konstitucii-rossii/> (дата обращения: 16.10.2020).

странице «ВКонтакте» опубликовала видеоролик с объявлением о создании в Ярославле студенческого штаба Владимира Путина и призвала присоединиться к акции выпуском постов с хэштегами «#ШтабПутина», «#ШтабПутинаЯрославль», «#студштаб», «#путинкрасавчик» и «#putinteam»⁶. Официальной площадкой для деятельности штаба стали молодежное пространство «Лофт» и концертный клуб «Горка». Мероприятия штаба представляли собой досуговые развлечения для молодежи. Стоит отметить, что они носили разноплановый характер (дебаты, квесты, турниры по традиционным и киберспортивным дисциплинам, кинопоказы, настольные игры) и не обозначали своей целью привлечение молодежи на избирательные участки.

Поскольку акции ярославского отделения «Путин Team» по своей форме не были направлены на привлечение молодых людей на участки для поддержки кандидата, то организаторами использовался инструмент активного поощрения участников. Молодые люди, проявлявшие наибольшую активность на мероприятиях и в социальных сетях, получали в качестве поощрения сувенирную продукцию с символикой движения, государства и кандидата. Таким образом, у нейтральных участников акции формировался образ В.В. Путина как кандидата, которого поддерживает активное и творческое студенчество.

У штаба отсутствовала отдельная группа регионального отделения в социальных сетях, однако, активисты энергично использовали специальные хэштеги для продвижения своей деятельности и положительного образа кандидата для своего виртуального окружения. Информация о мероприятиях интенсивно публиковалась с использованием специальных хэштегов. Таким образом, у сегмента молодых пользователей социальных сетей должно было сложиться впечатление, что большая и активная часть их сверстников поддерживает Владимира Путина и проголосует за него на президентских выборах.

* * *

Суть акции «Волонтеры Конституции» заключалась в том, что ее участники в течение двух недель до проведения голосования по поправкам в Основной закон размещали информационные стенды в наиболее людных местах Ярославля и рассказывали прохожим о сути предлагаемых конституционных изменений. Волонтеры стремились мотивировать граждан на участие в голосовании путем приведения аргументов о важности той или иной поправки для страны и общества.

У регионального отделения «Волонтеров Конституции» отсутствовали официальные аккаунты в социальных сетях. Информирование о деятельности осуществлялось путем публикаций в печатных, электронных и телевизионных СМИ региона.

⁶ Пост на странице Алены Мазиной [Электронный ресурс] URL: https://vk.com/almazik_tazik?w=wall22159129_25202 (дата обращения: 16.10.2020).

* * *

Говоря о молодежных крыльях политических партий в Ярославской области, стоит сказать, что в социальных сетях активно представлена только «Молодая гвардия Единой России», располагающая официальными аккаунтами в Instagram и «ВКонтакте». «Молодогвардейцы» были активными участниками студенческого штаба В. Путина, однако от имени самой организации не наблюдалось активности по привлечению молодежи на выборы. Другие молодежные формирования политических партий не представлены в региональном сегменте социальных сетей.

Среди молодежных общественных организаций также не было инициативных акций по привлечению молодежи на избирательные участки. Так, Общественная молодежная палата Ярославской области информировала лишь о важности президентских выборов в день голосования, а Молодежная избирательная комиссия только размещала публикации из официальной группы Областной избирательной комиссии путем репостов.

Таким образом, в ярославском сегменте социальных сетей проходили акции, которые с организационной точки зрения не были аффилированными с органами власти или конкретной политической силой. Даже «Путин Team» был представлен как объединение студентов в независимости от партийной принадлежности.

Молодежные акции, как правило, возникали за несколько недель до дня голосования и были приурочены лишь к крупным плебисцитам федерального уровня. На региональных и муниципальных выборах подобных способов привлечения молодежи на избирательные участки не наблюдалось.

* * *

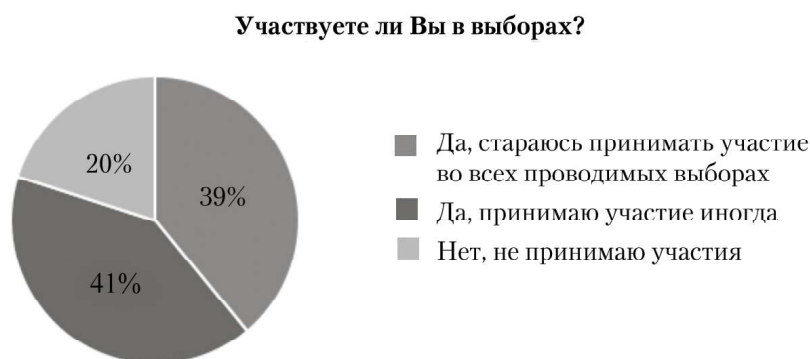
С целью выявления предпочтений молодежи, а также наиболее известного и популярного механизма вовлечения целевой аудитории в электоральные процессы на территории Ярославской области, нами был проведен социологический опрос. Исследование проводилось с использованием информационно-коммуникативных технологий, посредством применения Google Forms и социальных сетей, позволяющих оперативно и экстерриториально предложить к заполнению анкету. Выбор данных инструментов реализации исследования видится наиболее целесообразным в ситуации невозможности проведения очных опросов и необходимости соблюдения мер по нераспространению коронавирусной инфекции.

Предлагаемая респондентам анкета содержала 10 вопросов: 4 из них («паспортички») были призваны отграничить необходимую целевую аудиторию; остальные 6 вопросов носили содержательный характер. Всего в опросе приняли участие 244 представителя молодежи региона в возрасте от 18 до 35 лет. При этом, возраст примерно половины опрошенных — от 22 до 25 лет; 32 процента респондентов или 79 человек — граждане от 18 до 21 года; 11 процентов — от 26 до 30 лет. Гендерный состав респондентов отличался

не столь существенно: 56 процентов — женщины и 44 процента — мужчины. Большинство (98 процентов) опрошенных постоянно проживают на территории Ярославской области. По канонам социологии, данной выборки достаточно для того, чтобы добиться достоверных выводов по возможным эмпирическим данным.

Первый содержательный вопрос был направлен на выявление общей заинтересованности молодежи на участие в электоральных процессах России, в частности, в выборах. Опрос выявил, что лишь 95 участников (38%) стараются принимать участие во всех проводимых на территории области федеральных, региональных и местных выборах. 20,1 процента (49 чел.) не принимают участие в выборах. Остальные респонденты участвуют иногда. Распределение ответов по данному вопросу представлено на рисунке 1.

Рисунок 1.



Такая позиция респондентов коррелируется с общефедеральной повесткой, а также с выше приведенными данными явки молодежи на выборы в Ярославской области. В связи с этим важно выявить интерес граждан к конкретным механизмам вовлечения, представленными на территории области в 2018–2020 годах.

Для выявления узнаваемости реализованных акций и мероприятий, респондентам был задан вопрос «О каких акциях по привлечению молодежи на выборы вы слышали или знаете?», ответ на который предполагал как выбор нескольких из предложенных вариантов, так и свободное мнение. Выяснилось, что молодые люди в той или иной степени слышали и знают о существовании всех предложенных к рассмотрению механизмов, направленных на повышение интереса к институту выборов.

При этом наиболее узнаваемыми оказались акции, реализуемые в интернет-пространстве и социальных сетях (просмотр агитационных роликов, блогов о выборах и т.п.), в частности, акция «ЯрКонституция», предполагающая прохождение познавательного теста об Основном законе страны с последующим розыгрышем ценных призов, и акция «Ярголосовач». Хорошо

узнаваемыми оказались мероприятия «Молодой гвардии», «ПутинТeam», «Волонтеры Конституции», которые стали таковыми во многом за счет деятельности отдельных активистов, а не общественного движения в целом. 30 процентов опрошенных были осведомлены о работе молодежных организаций области по привлечению граждан на выборы (Молодежная избирательная комиссия, молодежные палаты города и региона). Несмотря на то, что именно политические силы призваны обеспечивать конкурентность выборов, их узнаваемость, как и деятельность молодежных крыльев политических партий России, оказалась малоизвестной для молодых людей области. 20 процентов опрошенных проявили неосведомленность о механизмах вовлечения молодых людей на выборы (рисунок 2).

Рисунок 2.



Однако, говоря о личном участии в акциях, направленных на популяризацию института выборов, 65 процентов молодых респондентов ответили, что не были активными участниками мероприятий. А более 50 процентов участников опроса не хотели бы и дальше принимать участие в подобных механизмах.

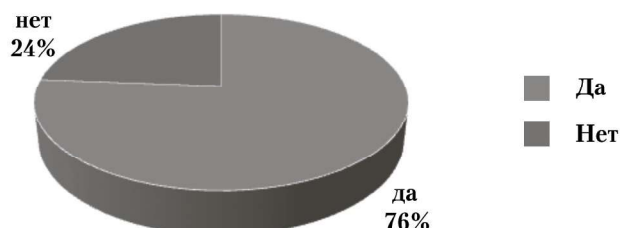
Наибольшее количество респондентов (22,1%) выкладывали фотографии с избирательных участков в социальную сеть Инстаграм в рамках проекта «Ярголосовач». 13 процентов граждан лично участвовали в деятельности «Молодой гвардии», «Волонтеры Конституции», молодежных организаций Ярославской области, и 9 процентов (22 чел.) вели блоги в социальных сетях, посвященные выборной системе.

Более 75 процентов молодых людей считают важным проведение политики вовлечения молодежи в электоральные процессы страны, аргументируя эту позицию тем, что именно данная социальная группа представляет будущее государства, а ее участие в выборах делает процедуру легитимной и объективной (рисунок 3). Однако, 58 человек (24%) указывают на не-

доверие к существующему институту выборов и не видят необходимости участия в проводимых в России выборах, а, соответственно, и в проведении мероприятий по вовлечению на участие в них.

Рисунок 3.

По Вашему мнению, в настоящее время существует ли необходимость привлечения молодежи к участию в выборах?



При ответе на вопрос «В каких акциях вы хотели бы принять участие?» отмечается незаинтересованность молодых граждан в участии в существующих формах вовлечения. Всего лишь 9 процентов респондентов стали бы участниками мероприятий, подобных «ЯрКонституции» и «Ярголосовач», 5 процентов хотели бы участвовать в акциях, организуемых «Молодой гвардией», «Волонтерами Конституции», 18 процентов — в акциях молодежных организаций области, 45 человек предпочли бы просмотр агитационных роликов и блогов в социальных сетях и интернет-хостингах.

Таким образом, позиция молодежи Ярославской области оказалась достаточно противоречивой. С одной стороны, опрошенные считают важным участие молодежи в электоральных процессах страны и разработку механизмов вовлечения социальной группы в участие в выборах, с другой, — у них отсутствует готовность непосредственно принимать участие в существующих акциях и мероприятиях.

* * *

Исходя из полученных данных, можно сделать следующие выводы. Акции и мероприятия, реализуемые в Ярославской области на выборах 2018–2020 годах, узнаваемы, то есть молодежь региона осведомлена об их существовании. Однако, данные механизмы не отражают потребности молодых людей, следовательно, они недостаточно интересны целевой аудитории. Наблюдается тенденция готовности участия в онлайн-мероприятиях и проявляется интерес к материально-стимулирующим акциям.

Большинство акций, реализованных в Ярославской области в период с 2018 по 2020 годы, представляли собой попытку заинтересовать молодежь участием в голосовании за возможность получить ценный приз и поделиться

фотографиями в социальных сетях. Основным инструментом социальных сетей, использовавшихся в рассмотренных примерах, был хэштег в качестве способа распространения постов среди как можно большего числа пользователей. Нужно отметить, что сайты или официальные сообщества вскоре после завершения голосования удалялись своими создателями, и подобный опыт не был проецирован на региональные и местные выборы.

Значит, причины невовлеченности молодежи в выборы носят комплексный характер и не зависят исключительно от формы проведения выборов. Необходимо проведение системной политики, оптимально включающей в себя просветительские, материально-стимулирующие, структурно-оптимизационные и пропагандистские механизмы вовлечения.

Список литературы

1. Бучин А.А. Нарушения прав участников избирательного процесса как нарушение конституционных функций выборов в России // Вестник Саратовской государственной академии права. 2007. № 2 (54). С. 75–77.
2. Бондарь Н.Н. Молодежь и выборы // Общество и право. 2011. № 4 (36). С. 91–93.
3. Ежов Д.А. Актуальные тенденции и факторы электоральной активности российской молодежи // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. № 3 (24). С. 356–358.
4. Иванова О.В. Молодежь и выборы. Повышение избирательной активности // Выборы: теория и практика. 2019. № 3 (51). С. 27–30.
5. Карабанова А.Г., Бальганова Г.Ж. Молодежь и ее участие в выборах // Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. 2018. № 2 (13). С. 19.
6. Муляр Е.Н. Молодежь и ее участие в выборах // Символ науки: международный научный журнал. 2015. № 9-2. С. 117–119.
7. Сунхина А.А. Молодежь и ее участие в выборах // Выборы–2018. Сборник статей по материалам региональной научно-практической конференции / Отв. редактор В.В. Сафронов. Красноярск, 2018. С. 161–164.
8. Головин Ю.А., Шаматонова Г.Л. Гражданская активность молодежи в современной России: состояние и тенденции развития // ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура. 2018. № 3 (68). С. 78–97.
9. Зверовщиков Р.В. Молодежь и ее участие в выборах: способы повышения электоральной активности молодых избирателей // Новый юридический вестник. 2019. № 3 (10). С. 6–9.
10. Матюшенко Д.В., Миронова С.В. Механизмы повышения электоральной грамотности молодежи: результаты прикладного исследования // Гражданин. Выборы. Власть. 2020. № 2 (16). С. 54–63.