Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

Высшего профессионального образования

«Северный (Арктический) федеральный университет»

Институт права и предпринимательства

очно-заочное (вечернее) отделение

Политическая культура молодежи и ее электоральное поведение

Архангельск

2011

План работы

Введение

1. Политическая культура молодежи и ее электоральное поведение

2. Модели электорального поведения

3. Факторы политической пассивности молодежи

4. Причины пассивного электорального поведения молодежи

5. Формирование политико-правовой культуры молодежи

6. Способы повышения электоральной активности молодежи в избирательном процессе

Заключение

Список использованных источников

Введение

Проведение выборов различного уровня требует глубокого анализа электоральных предпочтений, всестороннего учета объективных и субъективных факторов, влияющих на избирательное поведение различных групп населения. Это требование особенно актуализируется в отношении молодёжи в силу нескольких причин:

1) молодые люди составляют сегодня в России около 23 % электората[[1]](#footnote-1);

2) современная молодёжь – это, кроме всего прочего, политическое будущее России. Через 10 - 15 лет она будет определять не только облик страны в целом, но и (в более узком смысле) статус выборов в российском обществе. От установок и образцов поведения молодых людей будет зависеть, превратятся ли выборы в инструмент манипуляции населением, или они станут одной из действенных технологий демократической организации власти;

3) в нынешней ситуации особую актуальность обретает выявление основных социальных сил, призванных решать общественные проблемы;

4) молодёжь представляет особый интерес для оценки современного политического процесса, большое значение для различных политических сил имеет привлечение молодёжи в процесс борьбы за власть.

Таким образом, актуальность исследования обусловлена:

во-первых, важностью задачи управления избирательным процессом, решить которую невозможно без учета специфики избирательного поведения различных социальных и социально-демографических групп;

во-вторых, поиском эффективных путей превращения выборов в форму реального политического участия молодых граждан;

в-третьих, необходимостью исследования противоречий и проблем электорального поведения молодежи с целью его прогнозирования и регулирования.

Избирательный процесс является сегодня объектом пристального изучения специалистов в различных областях научного знания[[2]](#footnote-2).

Значительное число работ посвящено исследованию особенностей избирательного процесса, электорального поведения в Российской Федерации и её регионах[[3]](#footnote-3).

Анализ состояния изученности темы исследования позволяет утверждать, что ряд её аспектов обстоятельно рассмотрен в отечественной литературе. В то же время очевиден недостаток специальных работ по изучению проблемы электорального поведения молодежи на региональном уровне, её типологии, объективных и субъективных факторов, влияющих на него, выявлению специфики по отношению к избирательному поведению других групп населения, хотя потребность в таких исследованиях довольно велика.

Опираясь на имеющиеся теоретические разработки, эмпирические данные представляется возможным выявить противоречие между заинтересованностью общества и органов государственной и муниципальной власти в сознательном, эффективном участии молодежи в электоральных процессах и преобладанием иррациональных и случайных мотиваций молодёжного участия. С этим противоречием связана и основная проблема работы. Она заключается в недостаточной изученности социальных и психологических и иных факторов, влияющих на молодежный электорат, а, следовательно, специфики избирательной культуры молодежи и путей совершенствования организационно-технологического механизма управления избирательным поведением.

Целью работы является анализ электорального поведения молодежи в регионах России, выявление доминирующих факторов, влияющих на него и разработка на этой основе рекомендаций по совершенствованию молодежной политики.

Предмет работы – условия и факторы, определяющие электоральное поведения молодежи, основные тенденции его развития.

Задачи работы:

- выявление установок, и ориентаций молодых людей в отношении выборов, избирательного процесса, личного участия в них;

- определение уровня информированности об избирательном процессе, знания избирательного законодательства и практики выборов;

- анализ целей и мотивов участия молодежи в выборах;

- изучение факторов, влияющих на электоральные предпочтения и формирующих избирательное поведение молодежи;

- выявление электоральных предпочтений и социально-политической самоидентификации различных групп молодежи;

- изучение и анализ организационно-технологического, кадрового, ресурсного, научно-методического и нормативно-правового обеспечения участия молодежи в выборах различных уровней;

- изучение мнения специалистов и экспертов, занимающихся организацией и проведением выборов, в отношении специфики электорального поведения молодежи;

- разработка рекомендаций для внедрения в практику организации и проведения избирательных компаний.

1. Политическая культура молодежи и ее электоральное поведение

Сегодня в Российской Федерации сложилась непростая ситуация в молодежной среде. Совершенно очевидно, что активность молодежи, ее гражданская и жизненная позиция, желание участвовать в принятии государственных решений – это залог национальной безопасности. Однако, практика проведения выборов различных уровней показывает, что активность молодого избирателя в последнее время снижается. Постоянно в выборах участвуют, как правило, избиратели в возрасте 50 лет и старше. При этом активность женщин примерно на 5% выше, чем у мужчин. Такая же тенденция прослеживается и среди молодежи.

Рисунок 1 Электоральное поведение молодежи Архангельской области в зависимости от пола в 2006 году[[4]](#footnote-4)



Желание участвовать в выборах у людей среднего и старшего поколения, как правило, связано с воспитанной в прошлые годы ответственностью, сформированной гражданской позицией. Молодежь же стоит в явной оппозиции ко всему институту выборов в нашей стране. Ее политическая активность, если и не равна нулю, то далека от идеальной.

В статистике и социологии к молодежи обычно относят молодых людей в возрасте от 15 до 30 лет, в данной работе нас будет интересовать часть этой группы в возрасте от 18 до 30 лет. В России в этой группе избирателей примерно 25 миллионов человек, а это 23 % от общего числа избирателей. Как показывают социологические исследования, около 40% молодых людей не интересуются политикой вообще. В регионах активность молодежи на выборах еще ниже.

Рисунок 2 – Электоральное поведение молодежи Архангельской области в 2006 году[[5]](#footnote-5)



Политическая культура молодежи – важная составная часть политической культуры общества в целом. Проникая через определенные средства массовой информации, она формируется в сознании представителей общества. А молодежь - это та грань, которая стоит между правосознательным населением, обладающим сложившимися представлениями о политической культуре, и людьми, не имеющими о ней даже первичных знаний. [[6]](#footnote-6)

Осмысляя процессы формирования политической культуры молодежи, ее роли в современной России, следует отметить, что молодежь - это не только потенциал перемен, но и возможный фактор политической нестабильности. Сегодняшнее социально-экономическое состояние России обуславливает остроту ряда проблем в сфере политического сознания молодежи.

Для вовлечения молодежи в политическую деятельность, формирования у нее активной гражданской позиции необходимо совершенствование системы государственной молодежной политики, решение основных проблем развития российского общества. Кроме того, необходимо принятие мер воспитательного характера, в результате которых должен сформироваться новый механизм мотивационных установок, стимулирующий включение молодежи в общественно-значимую деятельность, способную сформировать в ней ответственность за общество, государство, взять на себя «бремя» власти и управления страной.

Говоря о «политической активности», следует отметить, что она может быть двух видов: участие в политической деятельности (членство в политической партии, ведение агитации, собственная политическая карьера) и участие в политическом процессе (явка на выборы и осознанное голосование).[[7]](#footnote-7)

Последнее в рамках настоящей работы и будет обозначено как электоральное поведение.

Следует отметить, что в современной российской практике сегодня не сложилось общепринятого определения электорального поведения. Приведем несколько определений электорального поведения, наиболее часто цитируемых. Так, В.Л. Римский, заведующий отделом социологии Фонда ИНДЕМ, предлагает следующее определение данного понятия: «система взаимосвязанных реакций, действий или бездействий граждан, осуществляемых с целью приспособления к условиям проведения политических выборов».[[8]](#footnote-8) В социологическом словаре, представленном на одном из российских Интернет-ресурсов, электоральное поведение трактуется как «изменение в численности и удельном весе голосов, отданных партиям и кандидатам на выборах (на референдумах – поданных за и против выдвинутых предложений), по сравнению с предшествующими выборами или референдумами, а так же изменение в численности и удельном весе (по отношению к зарегистрировавшимся избирателям) абсентеистов (избирателей, не принявших участия в голосовании) и опустивших незаполненные или неправильно заполненные, а значит, недействительные бюллетени».[[9]](#footnote-9) Более общий подход демонстрирует Ф.Н. Ильясов, известный российский специалист в сфере политического маркетинга, согласно которому под поведением электората понимается «участие (неучастие) субъекта в выборах в органы представительной власти, а так же голосование за определенного кандидата (партию)».[[10]](#footnote-10)

Исследуя электоральное поведение молодёжи на региональном уровне, необходимо учитывать реальное состояние дел в молодёжной среде, её предпочтения и ориентации. Важными оценочными показателями здесь являются степень заинтересованности политикой и участие в ней, а также самоидентификация молодых людей с конкретными социально-политическими силами современной России. Данные критерии позволяют выявить отношение к политике, выступающей сегодня в качестве главного инструмента в механизме реформирования общества.

Дополнительным стимулом к изучению избирательного поведения российской молодёжи российских регионов является то, что её современное состояние характеризуется неоднозначностью и даже противоречивостью, нередко приводящих в недоумение ученых и практиков.

2. Модели электорального поведения

При анализе проблем электорального поведения исследователи чаще всего исходят из концепции политического участия, которое понимается как «осознание человеком его гражданского долга, гражданской ответственности, социальной идентичности с официальной группой и права оказывать влияние на ход политических событий, поддержку тем или иным политическим силам и лидерам, используя имеющиеся в его распоряжении возможности и ресурсы».[[11]](#footnote-11) Выделяют два вида политического участия:

а) конвенциональное (осуществляемое в рамках закона)

б) неконвенциональное (выходящее за рамки закона).

В качестве важнейшего вида конвенционального участия признаются электоральное поведение, которое согласно данной концепции является как раз той возможностью и ресурсом, с помощью которого человеку удается оказывать влияние на ход политических событий в государстве.

При изучении электорального поведения рассматривается также такое явление как электоральная установка, которая, в свою очередь, разделяется на общую и частную. Электоральная установка есть разновидность социальной установки, понимаемая как «готовность вести себя заданным образом в определенной социальной ситуации, в заданном общественном контексте».[[12]](#footnote-12) Из чего можно сформулировать определение электоральной установки, как готовности избирателя принимать (не принимать) участие в выборах и голосовать за определенного кандидата.

Под общей электоральной установкой понимается готовность избирателя принять (не принять) участие в выборах (голосовании). Общая электоральная установка измеряется электоральной активностью, то есть долей населения, собирающегося принять (не принять) участие в голосовании. Частную электоральную установку вышеупомянутый Ф.Н. Ильясов определяет как «готовность избирателей проголосовать «за» или «против» определенного кандидата (партию)».[[13]](#footnote-13) В структуру частной электоральной установки входят: знания, оценки, чувства, убеждения избирателя, относящиеся к конкретному политическому лидеру (партии).

В качестве моделей электорального поведения определяют «совокупности параметров, в соответствии с которыми избиратели будут делиться на относительно однородные группы. При этом суть модели заключается в определении веса факторов, в разной степени влияющих на поведение избирателей определенной группы, а так же в механизмах принятия решения, отличающих одну группу избирателей от другой».[[14]](#footnote-14)

Существует общая классификация моделей электорального поведения, представленная в автореферате российского политолога В.Г. Зарубина. Данная классификация включает в себя:

• «активистскую» модель, согласно которой избиратели принимают участие в голосовании всех уровней и подразделяются на два типа: «последовательные активисты» (отличающиеся наличием интереса к предвыборной кампании и имеющие положительную оценку значимости результатов голосов) и «непоследовательные активисты» (которые отличаются тем, что не проявляют интереса к предвыборным кампаниям и не считают результаты голосования важным для себя);

• модель «колеблющихся предпочтений», согласно которой электорат в одних выборах принимает участие, а в других не принимает и характеризуется параметрами последовательности и непоследовательности, представленными в «активистской» модели;

• «абсентеистскую» модель, в которой избиратель не принимает участие в голосовании. Выделяются также «последовательные абсентеисты», характеризующиеся отсутствием интереса к предвыборной кампании и имеющие отрицательную оценку значимости результатов голосования; а также «непоследовательные абсентеисты», характеризующиеся наличием интереса к предвыборной кампании и имеющие положительную оценку важности результатов голосования для себя.[[15]](#footnote-15)

В этой связи интересна статистика, представленная М. Кошелюком и Т. Александровой, согласно которой: «порядка 20% избирателей регулярно ходит на выборы, порядка 40% систематически не пользуются своим конституционно закрепленным правом голоса, а оставшиеся 40% принимают решение в зависимости от конкретной предвыборной ситуации».[[16]](#footnote-16)

Большинство политологов и специалистов по социальной психологии, анализируя электоральное поведение такой специфичной части населения как молодежь, выделяют его четыре типа:

• Традиционный тип (конформист). Мотивы политической активности: пример родителей, привычка, стремление быть «как все»;

• Протестный тип. Мотивы политической активности: недовольство сложившейся ситуацией, юношеский максимализм, стремление привлечь к себе внимание;

• Рациональный тип. Мотивы электоральной активности: желание изменить ситуацию к лучшему, осознание собственной ответственности за принятые решения;

• Апатичный («никакой») тип. Характеризуется «активной политической пассивностью», уверенностью в том, что всё равно ничего не получится.[[17]](#footnote-17)

К сожалению, последний тип вышеприведенной классификации продолжает лидировать в российской действительности. Политика для молодежи – не самая важная сфера деятельности. Ее больше интересует личная жизни и профессиональная самореализация. Причем, эта ситуация с электоральной пассивностью приняла «характер эпидемии, стала неуправляемой».[[18]](#footnote-18)

3. Факторы политической пассивности молодежи

Активность молодежи, формирование ее гражданской и жизненной позиции, желание участвовать в принятии государственных решений – это залог национальной безопасности. Однако, практика проведения выборов различных уровней показывает, что активность молодого избирателя в последнее время снижается.

Существует множество факторов, влияющих на электоральное отчуждение молодых избирателей: психологические, исторические, социальные, экономические, другие. В российской политической традиции их принято объединять в три основные группы:

• правовой нигилизм,

• недоверие к власти,

• негативная социальная адаптация.[[19]](#footnote-19)

Нигилизм (от лат. Nihil - ничто, ничего) - это отрицание исторических и культурных ценностей, моральных и нравственных норм и устоев общества. В данном случае правовой нигилизм подразумевает под собой отрицание исторических предпосылок, авторитета источников и вообще права, как такового. Однако, «свято место пусто не бывает», и право подменяется на различные иные формы квазимировоззрения субкультурной направленности, включая различного рода течения, секты и т.п.

Правовой нигилизм появляется не на пустом месте. Долгие годы, в течение которых наше государство шло «по пути социализма» и наш народ усиленными темпами строил «светлое будущее коммунизма», наложили неизгладимый отпечаток на всю отечественную юридическую науку и ещё более углубили пропасть, разделяющую уровни правосознания в России и Европе. Всё это, в конечном счёте, базировалось на догмах учения Маркса и Ленина, - именно в трудах этих разработчиков классической идеи коммунизма и социалистического государства с всеобщим равенством и обобществлением средств производства активно пропагандировалась идея о том, что в будущем государстве всеобщего равенства праву, вообще, и правовым нормам, в частности, будет отводиться едва ли не второстепенная роль, а на более поздних этапах становления коммунистического общества предполагалось отмирание всей отечественной правовой системы целиком «за ненадобностью». Сухие нормы закона предполагалось заменить на более действенные требования и предписания «пролетарского самосознания» и «пролетарского правосознания».[[20]](#footnote-20)

Дальнейшее историческое развитие, последовательное прохождение поколений через «перестройку», 90-е годы, настоящее время, с его изменяющимся законодательствам, так же не приносят ощущения стабильности. Сегодня исследователи констатируют, что правовой нигилизм присущ уже не одному поколению россиян, он передается от родителей к детям.

Следующая группа факторов, отрицательно влияющих на электоральную активность - это недоверие к власти. Если правовой нигилизм - есть отношение к праву в целом, то недоверие к власти выражается в недоверии к отдельным властным структурам, конкретным должностным лицам, государственным и муниципальным учреждениям. Данное недоверие может переходить в крайние формы, когда наибольшее количество голосов на выборах получает кандидат «против всех» (в то время, когда такая графа еще присутствовала в избирательных бюллетенях в России), также следствием данного отношения населения является тотальное игнорирование гражданами выборов.

В контексте анализа доверия как фундаментального фактора политического, в том числе и электорального, поведения следует рассмотреть отношение к выборам как политическому институту. В социологической анкете респондентам был предложен ряд позитивных и негативных характеристик выборов. Нельзя сказать, что среди молодежи доминирует негативное отношение к институту выборов. В целом респонденты на нормативном уровне понимают, что выборы – это необходимый механизм законной смены власти (20%), выборы помогают отстоять интересы народа (10%), что выборы – это способ возможного влияния на политический курс, проводимый правительством (9%). Однако 23 респондентов придерживаются жесткого мнения о том, что выборы в стране не решают злободневных проблем и ничего не меняют в жизни простых людей. Еще 11 процентов респондентов согласились с утверждением, что выборы – это способ обмануть избирателей.

В своем отношении к существующему политическому режиму по отдельным вопросам молодежный электорат может выступать, и выступает, как это демонстрирует комплексное социологическое исследование, серьезным оппонентом, но в стратегическом плане именно молодежь заинтересована в проведении реформаторского курса и возрождения страны. Следовательно, задача состоит в том, чтобы разработкой и реализацией действенной системы мер (правовых, экономических, организационных) успеть переломить реальными делами политико-психологическое противостояние власти подавляющей части молодежного электората, превратить этот стратегический электоральный ресурс из возможного в реальный. Особо следует подчеркнуть, что анализ результатов исследований проблемы показывает, что молодежь волнует кризис духовности, падение уровня культуры в молодежной среде, нравственная деградация общества в целом. Она остро реагирует на проявление социальной несправедливости и ощущает себя на историческом перепутье.

Эксперты, отвечая на вопросы о низкой электоральной активности молодежи, выделяют два типа мотивов участия молодежи в политике, которые непосредственно влияют на политическое поведение. Во-первых, это прагматические мотивы. Мотив поведения заключается в том, чтобы влиять на устройство общественных институтов, тем самым, стремясь улучшить свое положение. Другой тип мотивов – идеологический. Это наглядно видно, когда вдруг молодежью овладевает какая-нибудь идея, ради которой они готовы жертвовать жизнью. В настоящее время, на молодежь не влияют ни прагматические, ни идеологические мотивы, а значит, остаются случайные воздействия. Этим и объясняется низкий уровень электоральной активности с точки зрения фактора мотивации.

Третья группа факторов - негативная социальная адаптация. Пожалуй, это основная группа, так как человек, социальная адаптация которого прошла положительно, не ищет возможности обвинить в своих неудачах представителей власти или правовой режим государства. Социальная адаптация напрямую связана с процессом социализации личности. Она показывает, насколько личность готова к жизнедеятельности, насколько она способна встраиваться в окружающую социальную среду, ставить перед собой цели, искать пути их достижения, отметать девиантные методы поведения, разбивать путь к цели на отдельные задачи. Социальная адаптация наглядно иллюстрирует то, насколько процесс социализации личности в данном, конкретном обществе отработан и реально помогает человеку, обретая индивидуальность, оставаться частью общей структуры. Не выпадать из нее, переживая фрустрации, депрессии и становясь постепенно асоциальной, а напротив, налаживать социальные связи, постоянно обучаться, черпая информацию из окружающего мира, делать правильные выводы.[[21]](#footnote-21)

4. Причины пассивного электорального поведения молодежи

Одной из самых значительных причин появления вышеперечисленных групп факторов, является конфликт двух типов морали. «Переходный период», в котором сейчас находится Россия, опасен, в первую очередь, тем, что к сформировавшейся в советскую эпоху моральным и нравственным ценностям, добавились ценности современного, «буржуазного» мира. Данный конфликт вызывает фрустрации у молодого поколения, когда жить по моральным принципам, по которым жили родители и родители родителей уже нельзя, но жить по принципам, которые «без купюр» привносит в нашу жизнь хлынувший с запада поток информации, еще не стало нормой.

Подменяя духовное богатство и высокую нравственность погоней за сиюминутной выгодой, вкупе с крайним цинизмом и недоверием ко всему окружающему, западная культура вносит такие изменения в сознание молодых людей, которые очень сильно влияют на их последующее поведение. Негативная социальная адаптация, заставляет их делать следующие выводы: те нормы, по которым живут их родители - не есть нечто непогрешимое. Существуют новые нормы, которые черпаются в чистом виде из американского, европейского кинематографа, СМИ, которые не адаптированы под российскую действительность. Получается смена одного неработающего набора ценностей другим. Лишь единицы, способные выработать на основе этого неконтролируемого потока информации свое собственное видение. Однако, они довольно часто сталкиваются с непониманием сверстников.

5. Формирование политико-правовой культуры молодежи

Исходя из вышеизложенного, становится очевидной актуальность выработки комплекса мер по формированию политико-правовой культуры молодежи, преодолению ее электоральной пассивности, выстраиванию диалога между молодым поколением и органами государственной власти. Необходимо прививать ценности не манипулированием, а «открытым разговором» на добровольных началах. Например, томский политолог В. И. Постол, размышляя над проблемой становления демократии в поставторитарных обществах, приходит к выводу, что успешность этого процесса зависит от политического выбора, информированности общества и результатов кропотливой работы по созданию специфических правил и организаций демократии. Каким образом идея гражданского общества может быть осознанна и усвоена гражданами этих стран? «Трудно переоценить роль PR, ведущей гносеологической функцией которого является функция «конституирования публичного дискурса».[[22]](#footnote-22) В компетенцию PR входит восстановление связи абстрактных научных категорий с миром повседневности и обыденного сознания. Средством объяснения реалий современной практики PR обычно служат четыре модели, подробно проанализированные Грюнигом и Хантом: модель пресс-агентства, модель общественной информации, модель двусторонней асимметрии и модель двусторонней симметрии. Возросшая масштабность общественной жизни, ее сложность, объем информации требуют новых технологий коммуникации, где принцип двусторонней симметричной коммуникации более чем актуален на сегодняшний день. В этих условиях PR может сыграть стратегическую роль в обучении людей гражданству, включению демократических идей в активный общественный оборот. Посредством своих коммуникаций PR плетет сеть отношений, «которые образуют основу социальной ткани, в которую вплетены все общественные институты, и от них зависит прочность или хрупкость этой ткани». В рамках этой концепции граждане и действующие лица, представляющие заинтересованные стороны, становятся партнерами, благодаря чему возникает доверие, обеспечивающее консолидацию и причастность. PR призван переформулировать абстрактные демократические идеи в нечто более реальное, только тогда общество может прийти к пониманию, и, следовательно – к действию.

Паблик рилейшнз – (от англ. publik relations - отношения с публикой) – специализированная деятельность государственных и иных организаций, обеспечивающих установление взаимопонимания и доброжелательности с населением. В последнее время нередко рассматривается как деятельность, связанная с манипуляцией общественным мнением преимущественно в период проведения избирательных кампаний.

Двусторонние отношения способствуют легитимации власти, ее социальному признанию. Власть не может рассчитывать на длительное существование и эффективную деятельность, полагаясь только на принуждение. Необходимо добровольное согласие большинства законопослушного населения. А молодое поколение, как никакое другое, является особой социально-демографической группой населения, важнейшим «социальным и избирательным ресурсом общества».[[23]](#footnote-23)

Опыт построения специальных программ, направленных на правовое воспитание молодежи, формирования правовой культуры, повышения электоральной активности в российской практике пока невелик. Этой проблематикой должны заниматься все уровни власти: от государственной до муниципальной. Важно не забывать, что PR, с его коммуникативными возможностями и ориентацией на диалог, способен помочь как формированию позитивного имиджа органов управления, их легитимности, так и становлению активного молодого избирателя.

Основное требование к молодежной политике в ситуации, когда необходимо преодолеть электоральную пассивность, - это отказ от давления. Манипуляция, в данном случае, будет иметь ряд негативных последствий, которые помешают достижению конечных целей. Правовое воспитание же способствует формированию правовых потребностей, интересов, установок, ценностных ориентаций, что в значительной мере предопределяет выбор соответствующих действий и поступков. Правовая потребность активизирует субъекта, побуждает его оценивать правовую действительность, систематически обращать внимание на правовые явления и предметы, которые так или иначе способствуют его удовлетворению. Совершенно очевидно, что конечная цель воспитания – превращение смысла и ценностей демократически-правовой государственности через их рефлексию, одобрение и принятие гражданином во внутренние регуляторы его поведения. Просто знание людьми законов, устройства государства, судопроизводства - еще не гарант гражданственности действий этих людей в политико-правовой сфере

М. Кошелюк разработал свой алгоритм создания программы, способствующей преодолению электоральной пассивности в условиях российской действительности. Выглядит данный алгоритм следующим образом:

• создание базового насыщения информационного пространства темой выборов (независимо от кампаний конкретных кандидатов, партий);

• предложение смыслового контекста предстоящих выборов;

• обеспечение активного вовлечения влиятельных структур, лидеров общественного мнения и общественных организаций в кампанию в качестве «резонаторов»;

• вовлечение в кампанию собственной активности СМИ;

• активизация народного обсуждения темы выборов.[[24]](#footnote-24)

Центральным звеном этого алгоритма является тот содержательно-смысловой стержень, вокруг которого выстраивается вся стратегия PR-кампании. Простые призывы активно участвовать молодежи в выборах, не подкрепленные кропотливой работой по повышению электоральной культуры, не принесут желаемых результатов. Коммуникация должна носить двусторонний характер. По такому признаку уже выбираются конкретные инструменты взаимодействия органов власти и общественности, реализуются выбранные программы и мероприятия.

По остроте сложившихся в молодежной среде проблем принципами такой коммуникации должны стать следующие:

Первый принцип – приоритетность государственной молодежной политики. Это принцип долгосрочного инвестирования в молодежную политику в целом и в первую очередь в ее социальную составляющую.

Второй принцип – необходимость учета последствий процесса социального расслоения в молодежной среде при формировании государственной молодежной политики. Это означает, что через систему государственного регулирования необходимо создавать более или менее равные стартовые возможности для представителей различных групп российской молодежи.

Третий принцип – выделение в государственной молодежной политике тех ее (главных) направлений, которые государство в состоянии профинансировать из бюджетных или внебюджетных средств (федеральный и региональный уровни). Это означает, что федеральный бюджет в части государственной молодежной политики, как и иные составляющие федерального бюджета, должен выполняться как норма законодательства.

Четвертый принцип – разграничение полномочий федеральных, региональных и местных органов власти в функциях, источниках финансирования и ответственности в разработке и реализации молодежной политики. Это означает, что молодежная государственная политика в ее стратегическом видении должна разрабатываться на федеральном уровне с учетом особенностей исторического, социально-экономического развития и уровня продвижения различных субъектов Федерации (типов субъектов) по пути демократических преобразований.[[25]](#footnote-25)

Центральная избирательная комиссия Российской Федерации как один из политических институтов страны, имеющий непосредственное отношение к проявлению электоральной активности молодежи в избирательном процессе во всероссийском масштабе, мог бы выполнить роль информационно-консультативного центра изучения проблем молодежи как электоральной группы. Организационно такой центр сначала может быть создан в рамках существующей структуры Российского центра обучения избирательным технологиям при ЦИК России. Потребителем его информации могли бы стать заинтересованные институты представительной и исполнительной власти, иные ведомства и институты, в той или иной степени интересующиеся молодежной проблематикой. Его работа могла бы осуществляться в тесном контакте с Федеральной целевой программой «Молодежь России» и многими региональными программами и центрами по изучению молодежи. Таким образом, по существу центр изучения проблем молодежи при ЦИК России стал бы выполнять функцию одного из механизмов обратной связи политических и социальных институтов по проблемам молодежной политики, и прежде всего по проблемам ее электорального поведения, формирования у нее активистской политической культуры.

Постоянно действует разрабатываемый и утверждаемый Центральной избирательной комиссией Российской Федерации и согласованный с Правительством Российской Федерации Комплекс мер по повышению профессиональной подготовки организаторов выборов и референдумов и правовому обучению избирателей Российской Федерации. В рамках реализации Комплекса мер значимость государственной молодежной политики стремительно возрастает.

На федеральном уровне реализацию государственной молодежной политики осуществляет Общественная молодежная палата при Государственной Думе Федерального Собрания РФ, созданная в 2001 году как совещательный и консультативный орган при Государственной Думе для изучения проблем молодежи в России и разработке рекомендаций по их решению.

Молодежный парламентаризм в России появился во многом благодаря тому, что на сегодняшний день возникла необходимость заполнить нишу в воспитании молодежи, которую раньше занимали молодежные структуры. Кроме того, 74% населения выступают за заимствование советских форм работы с молодежью, 82% считают, что нужна государственная программа по работе с молодежью. Молодежный парламент – это одна из форм привлечения молодежи к участию в управлении делами государства, а также школа обучения избирательному процессу.

В субъектах Российской Федерации также созданы и создаются молодежные парламенты. В 2010 году состоялось первое заседание молодежной палаты Архангельского областного Собрания депутатов. При нем будет работать пять комиссий: по образованию, культуре и патриотическому воспитанию молодёжи; по связям с общественностью и информационному развитию; по социальным и правовым вопросам; по спорту, здоровому образу жизни и развитию молодёжного туризма; по труду и занятости. Члены молодежной палаты смогут участвовать во всех мероприятиях Собрания, парламентских слушаниях, заседаниях комитетов и сессиях, вместе с депутатами давать рекомендации правительственным структурам Архангельской области.

С целью повышения правовой культуры молодежи при избирательной комиссии Архангельской области, как и ряда других областей, создана Молодежная избирательная комиссия. Молодежная избирательная комиссия при избирательной комиссии Архангельской области является постоянно действующим совещательным и консультативным органом, создаваемым в целях содействия избирательной комиссии Архангельской области в деятельности по повышению правовой культуры молодых и будущих избирателей, формированию их осознанного интереса к избирательному праву и избирательному процессу; обучению организаторов выборов; формированию кадрового резерва избирательных комиссий Архангельской области; участию в реализации мероприятий, связанных с подготовкой и проведением выборов и референдумов на территории Архангельской области. Молодежная избирательная комиссия формируется в составе 12 членов с правом решающего голоса.

Молодежная избирательная комиссия Архангельской области принимает участие во Всероссийском форуме молодых парламентариев. Ежегодно проводится форум молодежи Архангельской области.

Помимо того, в субъектах РФ стали традиционными конкурсы на лучшую работу по вопросам избирательного права среди студентов юридических специальностей высших учебных заведений и среднеспециальных учебных заведений.

6. Способы повышения электоральной активности молодежи в избирательном процессе

Молодежь в качестве электората отличают импульсивность, впечатлительность, внушаемость, ведомость. Указанные психологические особенности можно легко использовать для активизации молодежи в политической жизни страны. Существующие в мировой практике методики воздействия на электорат эффективно ложатся на поведение молодежи. При этом если традиционно личность политика оценивается по трем позициям (профессионализм, динамизм, безопасность), то молодежь имеет свои специфические пристрастия. В первую очередь молодежь оценивает динамизм, уверенность, оптимизм, а также профессионализм.

Вовлечение в избирательный процесс необходимо начинать со школы и других учебных заведений, развивая самоуправление среди учащихся. Тем самым, осуществляя подготовку молодежи к участию в общественной жизни. В детских садах можно проводить конкурсы рисунков на темы выборов, тематические игры в школах, создавать студенческие движения, организовывать молодежные акции и т.д. Ведь любое учебное заведение – лишь уменьшенная модель государства со своими лидерами и проблемами, мнениями и желанием улучшить качество образования.

Исследования, проведенные в ряде школ России, показали, что, чем выше степень участия школьников во внеклассной деятельности, тем раньше они начинают интересоваться деятельностью правительства, партий, институтом гражданства.

Молодежь, предпочитающая мирные средства решения общественных проблем, обладает более высоким уровнем электоральной активности. Та же молодежь, которая готова использовать насилие, обладает более низким уровнем электоральной активности. Таким образом, выборы являются механизмом, снижающим уровень социальной агрессии. Неучастие в голосовании способствует росту социальной напряженности, которая выливается в конфликты и акты вандализма. Стратегическое направление политического воспитания состоит в том, чтобы увеличивать число молодежи, знающей и умеющей использовать для достижения своих интересов законные и санкционированные формы борьбы за свои интересы и, прежде всего такой институт, как выборы.

Исходя из вышесказанного, политическую активность молодежи необходимо повышать именно на региональном уровне проведением мероприятий по повышению правового воспитания родителей и молодежи, созданием региональных целевых программ по повышению политико-правовой культуры населения, направленных на избирателей, а также повышением информированности молодежи о проводимых для них мероприятиях. Также молодежь необходимо привлекать к участию в работе средств массовой информации - ведь преподнесенные ими сведения зачастую передаются более доступно.

Как уже отмечалось, для развития молодежных инициатив необходима поддержка со стороны государственной власти.

молодежь электоральное поведение политический

Заключение

Подводя итог, стоит отметить, что исследование темы электорального поведения вообще, и молодежной аудитории в частности, имеет большое значение в рамках построения в России развитого демократического общества. Отношение граждан к процессу выборов, как лакмусовая бумага, помогает определить степень приверженности населения демократическим ценностям. Таким образом, диагностика существующего политического и демократического климата в стране, попытки повлиять на его формирование, несомненно, внесут свой вклад в обеспечение реального соблюдения избирательных стандартов в Российской Федерации.

Опыт правового воспитания молодежи, формирования правовой культуры, повышения электоральной активности в российской практике пока невелик. Этой проблематикой должны заниматься все уровни власти: от государственной до муниципальной. Важно не забывать, что PR, с его коммуникативными возможностями и ориентацией на диалог, способен помочь как формированию позитивного имиджа органов управления, их легитимности, так и становлению активного молодого избирателя.

Основное требование к молодежной политике в ситуации, когда необходимо преодолеть электоральную пассивность, - это отказ от давления.

Принципиально возможно изменить отношение молодежи к политике только тогда, когда она почувствует себя реальным участником и субъектом всех процессов, происходящих в стране. Это станет возможно, если молодежная политика станет приоритетной в России реально, а не формально, будут решены другие социальные вопросы.

Сегодня, как никогда ранее, необходимо её исследование, которое позволит дать максимально возможный достоверный прогноз избирательной активности молодёжи, её ориентаций в преддверии предстоящих президентских и парламентских выборов. Сделать это необходимо, чтобы на основе такого прогноза обеспечить разработку и реализацию эффективной стратегии управления избирательными кампаниями в молодёжной среде.

Список использованных источников

Шабанов А.В. Участие молодежи в политической модернизации современной России: Проблемы и перспективы // М. - 2005.

1. Анохин М.Г. Политические партии на выборах // Партии, общественно-политические движения, идейные течения. История, современность, проблемы. – М. - 1993.

Ведениев Ю.А. Выборы в российских регионах: управленческие и социально-политические противоречия. М.- 1998.

1. Бычкова М.Н., Лопатина А.Ф. Электоральная пассивность молодежи: причины и пути преодоления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pr.tsu.ru/articles/145/
2. Александрова Т., Кошелюк М. Как преодолеть электоральное отчуждение // Лаборатория рекламы, маркетинга и PR - 2002 - №3.
3. Бианки В.А., Серавин А.И. Практика и психология регионального партстроительства [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://bianki.ru/book1/book03.html
4. Зарубин В.Г. Элективное действие. Формирование корпуса российских избирателей. // Автореферат. - Санкт-Петербург - 1998.
5. Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. - М. - 2000.
6. Кострова Е. Молодежное парламентское движение как одна из форм молодежного самоуправления // О выборах - 2008 - № 4.
7. Политическая социология: Учебник для вузов Под ред. чл.-корр. РАН Ж.Т. Тощенко. // М. - 2002.
8. Постол В.И. Демократический потенциал PR // I межрегиональная научно-практическая конференция «PR-Универсум 2004». - Томск - 2004.
9. Положение молодежи в Архангельской области в 2006 году: Информационно-аналитические материалы по Архангельской области/ Комитет по делам женщин, семьи и молодежи Архангельской области, Архангельск, 2007г. – 120 стр.
10. Редькин А. Повышение электоральной активности молодежи [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://zhurnal.lib.ru/r/redxkin\_aleksandr\_aleksandrowich/msu.shtml
11. Римский В.Л. Клиентелизм как фактор электорального поведения российских граждан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.democracy.ru/library/articles/klientelizm/page1.html
12. Тепляшин И.В. Электорально-правовая активность молодежи и становление российской правовой государственности. // Материалы межрегиональной научно-практической конференции - Красноярск. 26-27 октября. 2007.
13. Юрьева А.В. Правовая пассивность участия молодежи в выборах: причины и пути преодоления. Материалы межрегиональной научно-практической конференции. Красноярск. 26-27 октября. Красноярск, 2007.
14. Поведение избирателей (поведение на выборах, электоральное поведение)//Мир словарей [Электронный ресурс] Режим доступа: http://mirslovarei.com/content\_soc/POVEDENIE-IZBIRATELEJ-POVEDENIE-NA-VYBORAX-JELEKTORALNOE-POVEDENIE-5856.html

1. Шабанов А.В. Участие молодежи в политической модернизации современной России: Проблемы и перспективы // М. - 2005. [↑](#footnote-ref-1)
2. Анохин М.Г. Политические партии на выборах // Партии, общественно-политические движения, идейные течения. История, современность, проблемы. – М. - 1993. [↑](#footnote-ref-2)
3. Ведениев Ю.А. Выборы в российских регионах: управленческие и социально-политические противоречия. М.- 1998. [↑](#footnote-ref-3)
4. Положение молодежи в Архангельской области в 2006 году: Информационно-аналитические материалы по Архангельской области/ Комитет по делам женщин, семьи и молодежи Архангельской области, Архангельск, 2007г. – 120 стр. [↑](#footnote-ref-4)
5. Положение молодежи в Архангельской области в 2006 году: Информационно-аналитические материалы по Архангельской области/ Комитет по делам женщин, семьи и молодежи Архангельской области, Архангельск, 2007г. – 120 стр. [↑](#footnote-ref-5)
6. Бычкова М.Н., Лопатина А.Ф. Электоральная пассивность молодежи: причины и пути преодоления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pr.tsu.ru/articles/145/ [↑](#footnote-ref-6)
7. Кострова Е. Молодежное парламентское движение как одна из форм молодежного самоуправления // О выборах - 2008 - № 4. – с. 10. [↑](#footnote-ref-7)
8. Римский В.Л. Клиентелизм как фактор электорального поведения российских граждан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.democracy.ru/library/articles/klientelizm/page1.html [↑](#footnote-ref-8)
9. Поведение избирателей (поведение На Выборах, Электоральное Поведение) // Мир словарей [Электронный ресурс] Режим доступа: http://mirslovarei.com/content\_soc/POVEDENIE-IZBIRATELEJ-POVEDENIE-NA-VYBORAX-JELEKTORALNOE-POVEDENIE-5856.html [↑](#footnote-ref-9)
10. Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. - М. - 2000. – с. 13. [↑](#footnote-ref-10)
11. Политическая социология: Учебник для вызов Под ред. чл.-корр. РАН Ж.Т. Тощенко. // М. - 2002. – С. 292. [↑](#footnote-ref-11)
12. Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. - М. - 2000. – С. 39. [↑](#footnote-ref-12)
13. Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. - М. - 2000. – С. 47. [↑](#footnote-ref-13)
14. Бианки В.А., Серавин А.И. Практика и психология регионального партстроительства [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://bianki.ru/book1/book03.html [↑](#footnote-ref-14)
15. Зарубин В.Г. Элективное действие. Формирование корпуса российских избирателей. // Автореферат. - Санкт-Петербург - 1998. – С. 32. [↑](#footnote-ref-15)
16. Александрова Т., Кошелюк М. Как преодолеть электоральное отчуждение // Лаборатория рекламы, маркетинга и PR - 2002 - №3. – С. 12. [↑](#footnote-ref-16)
17. Кострова Е. Молодежное парламентское движение как одна из форм молодежного самоуправления // О выборах - 2008 - № 4. – С. 10. [↑](#footnote-ref-17)
18. Тепляшин И.В. Электорально-правовая активность молодежи и становление российской правовой государственности. // Материалы межрегиональной научно-практической конференции - Красноярск. 26-27 октября. 2007. – С. 46. [↑](#footnote-ref-18)
19. Редькин А. Повышение электоральной активности молодежи [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://zhurnal.lib.ru/r/redxkin\_aleksandr\_aleksandrowich/msu.shtml [↑](#footnote-ref-19)
20. Редькин А. Повышение электоральной активности молодежи [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://zhurnal.lib.ru/r/redxkin\_aleksandr\_aleksandrowich/msu.shtml [↑](#footnote-ref-20)
21. Редькин А. Повышение электоральной активности молодежи [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://zhurnal.lib.ru/r/redxkin\_aleksandr\_aleksandrowich/msu.shtml [↑](#footnote-ref-21)
22. Постол В.И. Демократический потенциал PR // I межрегиональная научно-практическая конференция «PR-Универсум 2004». - Томск - 2004. – с. 92. [↑](#footnote-ref-22)
23. Юрьева А.В. Правовая пассивность участия молодежи в выборах: причины и пути преодоления. Материалы межрегиональной научно-практической конференции. Красноярск. 26-27 октября. Красноярск, 2007. – с. 103. [↑](#footnote-ref-23)
24. Александрова Т., Кошелюк М. Как преодолеть электоральное отчуждение // Лаборатория рекламы, маркетинга и PR - 2002 - №3. – с. 15. [↑](#footnote-ref-24)
25. Крат Я.В., Менькова В.А., Нечипоренко Р.О. Молодежь и ее участие в выборах: формы и методы повышения ее электоральной активности. // Сборник конкурсных работ в области избирательного права и избирательного процесса, выполненных студентами высших учебных заведений Брянской области – Брянс – 2009 – с. 99. [↑](#footnote-ref-25)