

УДК 324

АНАЛИЗ ТЕХНОЛОГИЙ СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭЛЕКТОРАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ (на примере г. Москвы)

ГОЛОВИН Дмитрий Алексеевич
аспирант

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»
г. Москва, Россия

Исследованы технологии стимулирования электорального участия молодежи г. Москвы в выборах 2018-2020 гг., такие как: информирование избирателей по схеме «пяти касаний»; организация бесплатных концертов; размещение предвыборных информационных плакатов с использованием элементов известных произведений искусства; совмещение регионального праздника и даты выборов; открытие дополнительных избирательных участков; электронное голосование с применением технологий блокчейн; «умное голосование».

Ключевые слова: электоральное участие молодежи, избирательные технологии, политическая культура, политические ценности.

Технологии стимулирования развития политической активности молодежи исследуются в профильных научных работах достаточно подробно [1; 3; 6].

Как следует из анализа этих работ, технологии содействия развитию электоральной активности молодежи можно разграничить по масштабу осуществления, характеру и способам влияния на молодежь, срокам и методам воздействия. Поскольку предметами воздействия в нашем случае являются политическое сознание и электоральное поведение представителей новой генерации, логично предположить, что наиболее результативными оказываются долгосрочные макро – или мезотехнологии образовательно-просветительского или комплексного характера. И наоборот, разовые или краткосрочные технологии, предполагающие проведение развлекательных, зрелищных акций, обычно не затрагивают сознания молодежи, и потому малорезультативны в аспекте воспитания целерационального избирателя. Советский опыт влияния на политическое сознание и поведение детей и молодежи является, пожалуй, самым масштабным и долгосрочным в истории гражданского воспитания феноменом, состоящим в последовательной реализации общенациональной по-

литики формирования и реализации модели воспитания «советского гражданина». В рамках этой модели, разрабатывался и внедрялся комплекс технологий, способствующих развитию ценностей патриотизма, гражданственности, коллективизма, товарищества, ответственности, сознательности, здорового образа жизни. Для современной России, остро нуждающейся в становлении молодого политически активного, конструктивно мыслящего и действующего избирателя, советский опыт технологизации политического воспитания молодежи, безусловно, значим. Однако, адаптируя эти технологии применительно к современной России, необходимо тщательно выбирать методы воздействия на политическое сознание и электоральное поведение молодежи. Эти методы должны предполагать позиционирование молодежи как активного, созидającego, творческого субъекта, желающего постоянно повышать уровень теоретических и практических компетенций в социально-политической сфере. Только в этом случае технологию можно считать конструктивной. Наоборот, технологии, предполагающие использование «жесткого», субъектно-объектного инструментария воздействия на молодежь, являются в той или иной степени манипулятивными.

Высказанное суждение применимо не только к России. Оно было аргументировано С. Хантингтоном, который, следуя концепции Р. Инглхарта о различии политических ценностей представителей поколений модерна и постмодерна [2], разграничил модели автономного (обусловленного осознанным выбором) и мобилизационного (под влиянием власти, страха, подкупа, долга, экономического, административного и иного принуждения) электорального поведения граждан [11]. Таким образом, по мнению авторитетных политологов, мобилизационные технологии электорального поведения содержат в себе элемент манипуляции, поскольку предполагают «бездумное» подчинение электората субъекту воздействия.

С указанных концептуальных позиций, проанализируем известный автору московский опыт применения технологий стимулирования электорального участия молодежи г. Москвы в 2018-2020 гг. (выборы Президента Российской Федерации 2018 г., выборы Мэра города Москвы 2018 г., выборы в Московскую Городскую Думу 2019 г.)

Изучение материалов, опубликованных в СМИ, анализ видеоматериалов, относящихся к избирательным кампаниям 2018-2020 гг., а также беседы с политтехнологами и членами избирательных штабов кандидатов и партий позволили выявить и изучить следующие технологии, использовавшиеся в указанный период для стимулирования электоральной активности жителей г. Москвы в возрасте 18-35 лет:

1. Технология т. н. «пяти касаний», направленная на масштабную информационную работу и взаимодействие с избирателями бюджетных учреждений и промышленных организаций (использовалась на выборах Президента РФ в 2018 г.). Работа была организована в пять этапов:

- определение руководителем организации лиц, ответственных за информационную работу с подчиненными-избирателями;
- беседы лиц, имеющих авторитет в данном рабочем коллективе, с коллегами относительно важности голосования в день выборов;
- призывы директора предприятий, учреждений (либо бывших руководителей, имеющих авторитет и доверие трудового кол-

лектива) к сотрудникам прийти и проголосовать в день выборов;

- напоминание сотрудникам предприятий, организаций за два-три дня до голосования о необходимости выполнить свой гражданский долг (посредством СМС, голосовых сообщений и т. д.);

- информирование сотрудников о необходимости голосования непосредственно в день выборов.

Для реализации данной технологии Центральная избирательная комиссия (далее: ЦИК) заключила соглашения с Торгово-промышленной палатой России, фармацевтической компанией «Протек», АО «Почтой России», Российским союзом промышленников и предпринимателей, Ростуризмом, Сбербанком и госкорпорацией «Роскосмос». Данные компании обязались сотрудничать с ЦИК по направлениям информирования своих работников и организаций, предоставления отчетности перед Центральной и региональными избирательными комиссиями (в том числе Избирательной комиссией г. Москвы) о том, как продвигается процесс информирования и какое количество сотрудников готово идти на выборы, а какое – нет.

Политологи и политтехнологи, указывая, что данная технология явилась самой масштабной за всю постсоветскую историю России, подчеркнули ее «деликатный», «информационно-просветительский» характер, «недопустимость административного давления на избирателей». Известный политтехнолог Григорий Казанков интерпретировал цель этой технологии как попытку «убедить тех, кто скорее готов проголосовать, действительно прийти на участки» [5].

Вместе с тем, политолог Константин Калачев, определяя возможный масштаб отраслевой и территориальной мобилизации в результате использования данной технологии, отметил несомненное присутствие административного ресурса, а также указал, что чрезмерные информационные «касания» могут вызвать «раздражение избирателей» и тем самым снизить их избирательную активность.

Эффект от использования данной технологии применительно к московской молодежи можно оценить как положительный, не

только по критерию увеличения явки на избирательные участки. Технология «пять касаний» способствовала большему информированию москвичей относительно их возможностей выбирать альтернативы голосования. Так, по результатам опроса ВЦИОМ, по состоянию на февраль 2018 г., о предстоящих выборах знали 93% жителей России [7]. Вместе с тем, следует отметить, что данная технология затронула, прежде всего, сегмент трудоустроенной московской молодежи «старшего возраста»: от 25 до 30 лет.

2. Организация бесплатного концерта популярных исполнителей в спорткомплексе «Олимпийский» для представителей молодежи в возрасте 18–25 лет, которые впервые принимают участие в голосовании на президентских выборах (использовалась на выборах Президента РФ в 2018 г.); выдача флаеров со слоганом «Зачем молчать, когда есть голос!» на концерт в спорткомплексе «Олимпийский» молодежи в возрасте 18–30 лет (использовалась на выборах Мэра г. Москвы в 2018 г.) По данным пресс-службы Московской городской избирательной комиссии, более 30 тыс. москвичей за первые сутки после выборов градоначальника столицы зарегистрировались на концерты. Это свидетельствует о том, что данная политическая технология мобилизации молодого электората оказалась вполне успешной – большое количество молодежи было привлечено к участию в выборах. Однако эта технология никак не способствовала формированию их сознательного мотива голосования. Несомненно, данная технология повысила интерес молодежи к выборам, но посредством материальной заинтересованности, а не повышения уровня электорального сознания.

3. Технология «Большие семейные игры», призванная создать «позитивный фон и атмосферу праздника» в день президентских выборов (использовалась на выборах Президента РФ в 2018 г.) Данная технология позиционировалась как «спортивно-интеллектуальные состязания для родителей и их детей (8–14 лет)» [9], реализовывалась на территориях школ, выполнявших также функции избирательных участков, и состояла в проведении конкурсов, эстафет, шарад для избирателей с

детьми. По предложенной нами классификации, ее можно отнести к категории спортивно-развлекательных технологий стимулирования электоральной активности населения, в т. ч. молодых семей, члены которых обычно проводят выходные, гуляя и развлекаясь.

4. Технология «Фото на выборах» была разработана специально для молодежи и предусматривала проведение конкурса на лучшее селфи на избирательном участке (использовалась на выборах Президента РФ в 2018 г.) Победителю фотоконкурса, чье фото было размещено в социальных сетях, полагался смартфон [4]. Таким образом, данная технология мобилизации молодых избирателей может быть отнесена к развлекательным, а метод мотивации можно отнести к числу материальных методов.

5. Информационная кампания по «напоминанию» потребителям, покупателям о необходимости проявить свою гражданскую позицию в день выборов (использована в процессе выборов мэра г. Москвы в сентябре 2018 г.) Информационные плакаты были размещены в сетевых магазинах разных категорий населения («Пятерочка», «Азбука Вкуса»). Привлекательной и оригинальной, по мнению студенческой молодежи московских вузов, стало размещение в сетевых магазинах «Ашан» предвыборных информационных плакатов с использованием элементов полотен наиболее известных творений великих художников: Р. Магритта, Э. Мунка, М. Шагала и др. [8]. Данная технология может быть классифицирована как развлекательная.

6. Технология совмещения регионального праздника (Дня города Москвы) и даты выборов (использована в ходе выборов мэра г. Москвы в сентябре 2018 г.) В шаговой доступности от избирательных участков в честь празднования Дня города в столице были организованы конкурсы ландшафтных дизайнеров, проводились разнообразные концерты, фестивали, игры для избирателей с детьми. Использование данной технологии, несомненно, служило дополнительным фактором привлечения москвичей, в т. ч. и молодежи, к избирательным участкам. Однако, данную технологию также можно оценить как развлекательную.

7. Технология продления времени работы избирательных участков и открытия дополнительных избирательных участков вне территории столицы (применялась на выборах мэра г. Москвы в сентябре 2018 г.). В Избирательный кодекс Москвы были внесены поправки: избирательные участки функционировали до 22 часов, а на территории дачных поселков за пределами столицы были открыты дополнительно 209 избирательных участков. С точки зрения результата – избирательной явки – эти технологии можно считать вполне удачными. Так, москвичей – дачников проголосовало 65,5%, в то время как в городе явка составила чуть более 30%; увеличение времени работы участков на 2 часа прибавило 1,58% к числу москвичей, проголосовавших до 20.00. Поскольку специальной статистики по оценке влияния этой технологии на электроальную активность московской молодежи не проводилось, ее результативность оценить достаточно сложно. Саму технологию можно отнести к организационно-правовому типу; однако, ее влияние на политическое сознание избирателей минимально.

8. Электронное голосование с применением технологий блокчейн (использовалась на выборах в Московскую городскую Думу в сентябре 2019 г.) Данная технология была введена экспериментально в трех избирательных округах г. Москвы в качестве альтернативы традиционному «походу» на избирательные участки. Несомненно, возможность дистанционного голосования привлекла внимание столичной молодежи своей инновационностью и удобством по сравнению с офлайн голосованием. В итоге, явка по результатам электронного голосования составила 92,3% против явки на выборы в целом 21,77% [10]. С позиции привлечения молодежи на выборы, данная технология оказалась наиболее результативной. Однако, основным мотивом участия молодых избирателей столицы в данном случае явилось стремление опробовать технологически новый, интерактивный способ участия, а вовсе не ценностная мотивация.

9. Оппозиционная технология «умного

голосования», проведенная с целью объединения избирателей против кандидатов от партии «Единая Россия» (применялась на выборах в Московскую городскую Думу в 2019 г.) В соответствии с данной технологией, в каждом избирательном округе столицы система «умного голосования» отобрала тех оппозиционных партии «Единая Россия» кандидатов, которые имели больше всего поддержки. Эта информация была доступна каждому пользователю сайта «Умное голосование». Данная технология также рекомендовала себя в качестве достаточно результативной, поскольку за кандидатов – оппозиционеров в сумме отдали больше голосов, чем за «единороссов» (оппозиционеры получили 20 из 45 кресел в Мосгордуме).

Оценивая результативность данной технологии с точки зрения задач настоящего исследования, можно выявить четыре основных причины ее популярности среди столичной молодежи. Во-первых, это инновационность, состоящая в использовании интернет-технологий голосования. Во-вторых, протестный, оппозиционный характер технологии, поскольку оппозиционность во все времена привлекает молодежь под девизом «требования перемен». В-третьих, иллюзия свободы выбора, которую предоставлял пользователям сайта автор технологии (на самом деле, лишая пользователей этой свободы путем навязывания авторитета оппозиционеров). В-четвертых, желание молодежи оказаться в числе «умных избирателей», поскольку сам термин «умное голосование» психосемантически делил избирателей столицы на два лагеря: «умных» – голосующих за оппозицию, и «остальных» – сторонников партии «Единая Россия». Вместе с тем, среди этих мотивов нет ни одного, касающегося повышения компетенций целерационального избирателя.

Таким образом, большинство из проанализированных выше технологий несет в себе значительный элемент мобилиционности и практически не затрагивает политического сознания молодых жителей Москвы; следовательно, большинство из этих технологий можно отнести к манипулятивным.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Грачев М.Н.* Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: монография. – М.: Прометей, 2004. – 220 с.
2. *Калачев И.В.* Социальные технологии в управлении современной организацией. – Тюмень, 2004. – 173 с.
3. Кремль предложил завлекать на выборы с помощью селфи и семейных игр // РБК. 10.01.2018. – URL: <https://www.rbc.ru/politics/10/01/2018/5a54defa9a79478eb66e9eac> (дата обращения: 11.07.2021).
4. *Инглхарт Р.* Меняющиеся ценности, экономическое развитие и политические переменны // Международный журнал социальных наук. – 1996. – № 12. – С. 44-52.
5. Кампания в пять касаний: Кремль запустил проект по информированию сотрудников промышленных предприятий /РБК. – URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2018/02/16/5a83305a9a79475fe1120dfa> (дата обращения: 11.07.2021).
6. *Коряковцева О.А.* Технологии общественно-политической активизации молодежи в теоретическом аспекте // Известия российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2009. – № 4. – С. 314-321.
7. *Кряжев А.* ВЦИОМ оценил информированность россиян о выборах президента в 93% // РИА Новости. 14.02.2018. – URL: <https://ria.ru/20180214/1514609779.html> (дата обращения: 15.10.2021).
8. *Маркина Т.* Шагал, Мунк и Марритт агитируют за мэра Москвы // The Art Newspaper Russia. 31.08.2018. – URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/6005/> (дата обращения: 15.08.2021).
9. Проект «Большие семейные игры». – URL: <http://bigfamilygames.ru/> (дата обращения: 10.10.2021).
10. Электронные выборы в Московскую городскую Думу // Официальный сайт мэра Москвы. – URL: <https://www.mos.ru/city/projects/blockchain-vybory/> (дата обращения: 15.09.2021).
11. *Huntington S.P.* Political order in changing societies. New Haven; L.; Yale, 2006.