

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
POLITICAL STUDIES

Оригинальная статья / Original article

**Электоральное поведение российской молодежи
цифрового поколения¹**

© М.Л. ГАЛАС, Л.А. БРУШКОВА

Галас Марина Леонидовна, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Москва, Россия), lucera2008@yandex.ru. ORCID 0000-0002-1523-8287

Брушкова Людмила Алексеевна, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Москва, Россия), lbrushkova@yandex.ru. ORCID 0000-0002-3787-3791

Анализируется электоральное поведение российской молодежи цифрового поколения (в возрасте 18–24 года). Эмпирическую базу исследования составили данные межрегионального опроса молодежи, проведенного авторами в 2023 г., а также данные исследования ВЦИОМ 2024 г. В качестве особенности электорального поведения молодежи цифрового поколения установлен относительно невысокий уровень ее участия в избирательном процессе и в целом в общественно-политической деятельности. В то же время выявлена устойчивая тенденция к снижению абсентеизма молодежи, происходит формирование промежуточной группы с более позитивным отношением к выборам. При условии комплексных конструктивных действий со стороны государства и институтов гражданского общества эта группа может включиться в избирательный процесс. Исследование показало, что молодежь достаточно хорошо информирована относительно возможности онлайн голосования, хотя абсолютное большинство молодых людей в возрасте 18–25 лет не имеет практического опыта участия в дистанционном электронном голосовании. Обнаружена тенденция к снижению электоральной активности девушек цифрового поколения, которые и по другим показателям общественно-политической активности уступают юношам.

Ключевые слова: электоральное поведение, избирательное право, выборы, абсентеизм, молодежь, Россия, цифровое поколение, онлайн голосование

Цитирование: Галас М.Л., Брушкова Л.А. (2024) Электоральное поведение российской молодежи цифрового поколения // Общественные науки и современность. № 3. С. 82–96. DOI: 10.31857/S0869049924030067, EDN: ZWKGNG

¹ Финансирование. Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

Funding. The article is the result of studies carried out due to budget funding of the state assignment for the Financial University under the Government of the Russian Federation.

Electoral Behavior of Russian Youth of the Digital Generation

© M.L. GALAS, L.A. BRUSHKOVA

Marina L. Galas, Financial University under the Government of the Russian Federation (Moscow, Russia), lucera2008@yandex.ru. ORCID 0000-0002-1523-8287

Lyudmila A. Brushkova, Financial University under the Government of the Russian Federation (Moscow, Russia), lbrushkova@yandex.ru. ORCID 0000-0002-3787-3791

Abstract. The article is devoted to the analysis of the electoral behavior of Russian youth of the digital generation (aged 18–24 years). The empirical basis of the study was made up of data from an interregional youth survey conducted by the authors in 2023, as well as data from a WCIOM study in 2024. The relatively low level of their participation in the electoral process and in general in socio-political activities is considered as a feature of the electoral behavior of young people of the digital generation. At the same time, a steady trend towards a decrease in youth absenteeism has been identified, which is manifested in the formation of an intermediate group of young people with a more positive attitude towards elections. Subject to comprehensive constructive actions on the part of the state and civil society institutions, this group can be included in the electoral process. The study showed that young people of the digital generation are quite well informed about the possibility of online voting, although the vast majority of young people aged 18–25 years do not have practical experience in participating in remote electronic voting. For young people who ignore the institution of elections, the form of voting is not significant. A tendency has been discovered towards a decrease in the electoral activity of girls of the digital generation, who are inferior to young men in other indicators of socio-political activity.

Keywords: electoral behavior, the right to vote, elections, Russia, youth digital generation, online voting

Citation: Galas M.L., Brushkova L.A. (2024) Electoral Behavior of Russian Youth of the Digital Generation. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost'*, no. 3, pp. 82–96. DOI: DOI: 10.31857/S0869049924030067, EDN: ZWKGNG (In Russ.)

С 2000-х гг. в России интенсивно развиваются информационные технологии, которые применяют во всех областях общественной жизнедеятельности. Интернет стал доминирующим каналом получения информации для целого поколения молодых людей, что существенно влияет на его социализацию. В настоящее время цифровое поколение осваивает инновационные технологии искусственного интеллекта.

В избирательную систему все активнее входит технология дистанционного электронного голосования (ДЭГ), которая может определенным образом повлиять на электоральное поведение молодежи вообще и цифрового поколения в частности.

Несмотря на выявленную исследователями тенденцию к электоральной активизации российской молодежи в 2022–2023 гг. и довольно высокий уровень ее электоральной активности в первом квартале 2024 г., серьезную озабоченность вызывает сохранение такого явления, как абсентеизм молодых людей в отношении участия в выборах. Анализ данных ВЦИОМ за февраль 2024 г.² (накануне президентских выборов) показал: только 56% представителей молодежи цифрового поколения готовы принять участие в выборах (против 70% в возрастной группе молодежи 25–35 лет). К абсентеистам могут быть отнесены 15% опрошенных молодых людей цифрового поколения (против 12% молодежи

² ВЦИОМ.: https://wciom.ru/fileadmin/user_upload/massiv_49690.zip.

в возрасте 25–35 лет). Среди респондентов цифрового поколения более высока и доля неопределившихся относительно предпочтительной кандидатуры (26% против 18% среди тех, кому 25–35 лет), в то время как тех, кто затруднился ответить на вопрос об участии в президентских выборах, в обеих молодежных группах было немного (2,6 и 2,7% соответственно).

Эффективное функционирование демократических институтов во многом зависит от участия населения в выборах, и снижение электоральной активности молодежи не может не вызывать озабоченность как исследователей, так и государства, общества в целом. В 2014 г. Центральная избирательная комиссия Российской Федерации приняла Молодежную электоральную концепцию³, основная цель которой – повысить уровень правовой культуры молодежи. Достижение этой цели требует использования всего спектра информационных каналов воздействия на молодое поколение, включая Интернет. Как показывает практика, с помощью интернет-ресурсов воздействие может быть и деструктивным – с целью сорвать избирательные кампании. Такие попытки, причем в беспрецедентном масштабе, применялись по отношению к России во время президентских выборов 2024 г. Следует отметить, что еще в 2020 г. Общероссийский форум молодежных избирательных комиссий рассматривал создание условий для формирования у молодежи умения самостоятельно определять электоральные предпочтения и ответственности за принимаемые решения⁴.

Прежде чем приступить к анализу основного предмета статьи, кратко охарактеризуем ключевые понятия исследования – электоральное поведение и электоральная активность.

Электоральное поведение населения может быть рассмотрено как с точки зрения электоральной активности (участие в голосовании, деятельность по реализации избирательного права), так и электоральной пассивности, или абсентеизма (отказ от участия в голосовании, электоральное бездействие, неучастие в выборах).

Электоральное поведение – это вид социально-политического поведения, совокупность действий и бездействий граждан, связанных с использованием своего права избирать и быть избранным, участвовать в референдумах. Граждане самостоятельно, по определенным мотивам и под влиянием различных факторов, могут принимать решение относительно участия или неучастия в выборах и голосовании. Электоральная активность – это осознанное принятие гражданином решения об участии (неучастии) в выборах посредством имеющихся в правовой системе средств и методов, которое основано на осознании собственных возможностей влиять на развитие страны, общества, на обеспечение прав и свобод человека и гражданина. Это реализация гражданами своего избирательного права, основным количественным показателем которой является явка на выборы.

В широком смысле электоральная активность – составляющая социально-политической деятельности. Ее элементы многообразны: интеллектуально-рефлексивная деятельность по определению политических предпочтений, интересов, социальных целей; активность, направленная на организацию и проведение общественно-политических акций (митингов и иных форм проявления солидарности или протеста, сбор подписей и др.); участие в деятельности политических и общественных организаций; профессиональная политическая и общественная деятельность [Галас 2023].

³ Постановление ЦИК России от 12.03.2014 № 221/1429-6 (с изм. от 07.10.2015) «О Молодежной электоральной концепции» // СПК КонсультантПлюс. (<https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=EXP&n=585065#4WhHo5Uy6dQ3cah22>).

⁴ Сайт Российского Фонда свободных выборов. (<http://www.rfsv.ru/breaking-news/spetsialnyi-doklad-molodezh-vybory-vlast>).

Обзор исследований электорального поведения

В современных исследованиях рассматриваются разные аспекты электорального поведения молодежи, что позволяет увидеть взаимосвязи различных факторов и явлений, определяющих этот сложный вид социально-политического поведения, выявить его закономерности.

Один из исследовательских подходов в изучении электорального поведения – его рассмотрение в контексте формирования политических предпочтений молодежи. Так, по результатам проведенного в 2020 г. исследования электоральных представлений молодых жителей г. Брянска (в возрасте 18–35 лет), показано, что на электоральную активность молодежи влияют персональный имидж политического лидера, маркетинговые технологии политических партий, а также информация, распространяемая СМИ [Моисеенко 2020].

Уровень электоральной грамотности молодежи – важный фактор формирования ее электорального поведения, доверия к выборам [Городецкая 2020]. В этом контексте задача государства, гражданского общества и сферы образования – сформировать готовность молодежи к решению важнейших общественно-политических задач, включая участие в выборах разного уровня.

Определенный интерес представляет сопоставление электорального поведения российской молодежи с ее патриотической самоидентификацией. По данным исследования МГУ им. М.В. Ломоносова, проведенного в 2020 г., показатели электоральной активности патриотически настроенной молодежи существенно превышают аналогичные показатели «непатриотов» [Селезнев 2020]. Установка на участие в выборах характерна для большинства респондентов-патриотов (66%).

В литературе предпринимаются попытки выделить типы избирательного поведения молодежи, например, в зависимости от личностных особенностей: безразличное к политическим событиям и сосредоточенное на личных вопросах; нигилистическое, основанное на убеждении в бессмысленности электоральной активности в силу сосредоточения механизмов принятия решений в руках политической элиты; аномичное, связанное с несформированностью или утратой идентичности с определенной социальной группой; патерналистское, которое базируется на доверии к профессиональным политикам и представителям власти, а также активным участникам электорального процесса. Последним потенциальные молодые избиратели неформальноверяют осуществление избирательного права, отстраняясь от непосредственного участия в голосовании и полагая, что компетентные лица сделают правильный выбор и примут на себя ответственность за будущее страны, региона и т.п. [Гладун 2020].

В общественном сознании молодежи цифрового поколения наметились две разнонаправленные тенденции: социоцентризм, когда за образец для подражания берут личности, активно занимающиеся общественно-значимой деятельностью; гедонизм, когда образцом становятся успешные в материальном отношении, ориентированные на комфорт члены общества, сконцентрированные на собственном благополучии. Как показывают исследования, молодежь цифрового поколения ориентирована преимущественно на приоритет личных интересов над общественно значимыми. Вследствие этого происходит дифференциация молодежи как электоральной группы на активных, абсентеистов и неопределившихся.

В постковидный период различие в электоральном поведении молодежи цифрового поколения и более старшей когорты молодых людей (25–35 лет) проявилось более отчетливо. Последняя в большей степени придерживается классической модели социально-

политической деятельности, проявляя себя скорее в реальном, нежели виртуальном пространстве. Цифровое поколение молодежи предпочитает сочетать активность в реальном и виртуальном пространствах. Можно предположить, что в данном случае имеют значение отличия в условиях социализации.

На основе интервьюирования молодых людей, участвовавших в избирательных кампаниях Москвы, Новосибирска, Ульяновской области, Краснодарского края в сентябре–декабре 2020 г., были выделены мотивационные типы электорально активной молодежи цифрового поколения: «тусовщики», воспринимающие избирательные кампании как увлекательную форму досуга, несложной работы (в летнее время); «карьеристы», рассматривающие участие в избирательной кампании с точки зрения карьерного роста; люди, заинтересованные в дополнительном заработке; те, кто стремится участвовать в кампании обеспечить честные выборы; те, кто придерживается определенных политических взглядов и либо сам выступает в роли кандидата, либо стремится поддержать импонирующего кандидата или политическую партию [Барсуков 2020]. Опрошенные выступали в избирательной кампании в роли наблюдателей, членов участковых избирательных комиссий, уличных агитаторов и бригадиров, членов избирательного штаба.

Анализ электоральной компетентности молодежи цифрового поколения выявил относительно высокую подготовленность группы политических активистов [Головин 2022]. Напротив, при ответе на вопросы о современных политических направлениях, видах политического участия, типах электорального поведения группа политически неактивных респондентов допустила на 26% больше ошибок логического и терминологического характера, чем респонденты-активисты⁵. При этом представители обеих группы невысоко оценили значение выборов как формы электорального участия (эффективной ее сочли 27% представителей группы политически активных и 16% – неактивных молодых людей). Основными причинами этого были названы: ограниченность инструментов контроля, которыми располагают независимые наблюдатели, и технико-юридическое несовершенство процедуры регистрации кандидатов.

Тем не менее респонденты обеих групп признали значимость института выборов в обеспечении взаимосвязи избирателей и депутатов (67% респондентов-активистов и 41% неактивных). Активисты показали себя более прагматичными в оценке политических лидеров: 67% опрошенных данной группы в качестве приоритетных назвали деловые и профессиональные качества лидеров. Не имеющие опыта социально-политической деятельности или участвующие в ней нерегулярно отдавали предпочтение имиджевым характеристикам политика (61%).

На репутационный имидж депутатов и кандидатов в избирательных кампаниях заметное влияние оказывают медиаканалы, в связи с чем важна медиакомпетентность молодежи [Бакулева 2021]. Этот вопрос изучался в исследовании молодежи цифрового поколения г. Санкт-Петербурга. На основе дисперсионного анализа были выявлены статистически значимые различия в формах политического участия молодежи с различным уровнем медиакомпетентности. Респонденты с высоким ее уровнем проявляют интерес к политическим событиям, активно участвуют в выборах и демонстрируют более высокий общий уровень политического участия.

Исследования электорального поведения российской молодежи в 2022 г. позволяют говорить о тенденции к снижению абсентеизма. Так, наиболее эффективными механизмами политического курса страны респонденты назвали конвенциональное, прежде всего

⁵ Опрос проведен в 2021 г. методом очного анкетирования студентов четвертого курса бакалавриата, обучающихся в московских вузах, а также членов студенческого спортивного клуба «Сенатор» РАНХиГС.

электоральное, участие (60%). В то же время 33% опрошенных заявили, что не видят таких механизмов. Однако исследователи пришли к выводу, что меры, принятые по совершенствованию избирательного процесса (продолгование срока голосования, введение электронного механизма подачи голоса, обеспечение прозрачности процедуры и др.), имели положительный эффект. Большинство опрошенных молодых людей (64%), по их словам, участвовали в политической деятельности в течение последних трех лет. Из них 60% подтвердили свое участие в выборах. Повышение интереса молодежи к электоральной деятельности, по мнению авторов исследования, объясняется в том числе стремлением понять, в каком направлении развивается страна, определить собственную позицию и социально-политический статус [Беликова 2022].

Более показательны исследования электорального поведения молодежи в динамике, особенно за период 2021–2023 гг., но они единичны [Маленков 2023]. Следует упомянуть исследование Тюменского государственного университета по определению профилей гражданской активности респондентов в возрасте от 18 до 25 лет⁶, позволившее составить электоральные профили молодежи за трехлетний период. Так, в 2021 г. были выделены следующие профили: «пассивные», «электоральный резерв», «офлайн-резерв», «онлайн-резерв», «активные». В 2023 г. эти профили были дополнены «цифровым активом» и «участниками». Активный кластер увеличился с 12% до 14%, вырос показатель практического электорального опыта молодых людей – с 8% в 2021 г. до 11,5% в 2023 г.

По мнению авторов, специфика резервных групп состоит в их способности в случае необходимости реализовать себя уже в качестве активных участников политического процесса. В 2023 г. онлайн-резерв сократился в 2 раза, при этом увеличился цифровой актив, участвующий в формировании мнения электората по общественно значимым вопросам. Для «цифрового актива» характерен высокий уровень электоральной вовлеченности (на одном уровне с кластером «активных»).

Завершая обзор литературы, можно сделать вывод, что механизмы и технологии активизации электорального поведения молодежи трансформируются в зависимости от социальных, политических, экономических и культурных условий. Необходимо многоаспектное исследование электорального поведения молодежи для его мониторинга и последующего прогнозирования.

Методология исследования

Применена перекрестно-сравнительная интерпретация объекта научного исследования рядом дополняющих друг друга источников. В авторском опросе, проведенном в ноябре–декабре 2023 г., участвовали респонденты в возрасте от 18 до 25 лет: обучающиеся в вузах; совмещающие обучение и трудовую деятельность; трудящиеся по найму или гражданскому правовому договору; индивидуальные предприниматели; самозанятые. К цифровому поколению были отнесены россияне, рожденные в 2000–2006 гг., дееспособные и, соответственно, правомочные реализовать конституционно закрепленное всеобщее избирательное право. Исследование носило межрегиональный характер⁷.

⁶ Применен многомерный личностно-ориентированный подход, выделены однородные группы опрошенных и составлены их профили.

⁷ В опросе приняли участие респонденты из: Москвы, Санкт-Петербурга, Донецка, Нижнего Новгорода, Ульяновска, Челябинска, Московской, Ленинградской, Амурской, Архангельской, Брянской, Волгоградской, Воронежской, Ивановской, Калининградской, Калужской, Кемеровской, Костромской, Курской, Оренбургской,

Выявленные в результате исследования тенденции электорального поведения молодежи цифрового поколения были верифицированы общероссийскими данными ВЦИОМ от февраля–марта 2024 г., полученными путем ежедневного всероссийского телефонного опроса omnibusного типа «Спутник»⁸. Первичные данные обработаны с помощью статистического пакета SPSS.

Обсуждение результатов исследования

В ходе социологического исследования был проведен анализ степени политической активности молодежи цифрового поколения. Согласно полученным результатам, более половины молодых людей в возрасте 18–25 лет (58,3%) не считают себя политически активными, из них 26,5% ответили однозначно («определенно нет») и 31,8% с некоторой долей сомнения («скорее нет, чем да»). Однако более трети респондентов (36,7%) относят себя к политически активным в той или иной мере (из них 19,1% – «определенно да», 17,6% – «скорее да, чем нет»). Показательно, что только 4,9% опрошенных затруднились оценить свою политическую активность, т. е. молодежь цифрового поколения имеет вполне осознанное мнение по этому вопросу.

Выявлены значимые различия в декларируемой политической активности мужчин и женщин цифрового поколения. Так, юношей, считающих себя политически активными, более чем вдвое больше, чем девушек: 57,1% против 25,8% соответственно. Особенно это заметно в отношении тех, кто определенно считает себя политически активным: 34,4% юношей против 10,9% девушек (превышение более чем в 3 раза). Почти 70% девушек заявили, что не считают себя политически активными (из них 32,8% высказываются на этот счет определенно и 37,1% – с некоторой долей сомнения). Этот факт не может не вызывать тревогу, поскольку доля женщин в представительных органах власти России всех уровней – от федерального до местного – одна из самых низких в мире [Брушкова 2023].

Несмотря на то, что по уровню декларируемой политической активности юноши и девушки цифрового поколения значительно различаются, ценность политической активности и для тех и для других невысока. В рейтинге 18 предложенных респондентам жизненных ценностей она заняла 15-е место у юношей и 16-е у девушек.

Для молодежи цифрового поколения обоих полов приоритетны ценности, названные нами индивидуально-достижительными, т. е. связанные с достижением личного и семейного благополучия. В качестве приоритетных жизненных ценностей молодежи этого поколения были названы: здоровье (54,4%), хорошие отношения в семье (42,8%), возможность самореализации (34%) и материальная обеспеченность (31,4%). Причем они в равной степени важны как для юношей, так и для девушек.

Тенденции, выявленные при изучении политической активности и ценностных ориентаций молодежи цифрового поколения, во многом объясняют ее электоральную активность. Так, 43,2% респондентов не участвуют в каких-либо выборах. О своем участии в выборах всех уровней заявили чуть более трети опрошенных, причем они проявляют большую активность на выборах федерального уровня (Президента РФ, Государственной думы РФ) – 11,8%, нежели местного – 4,7%. Полученные нами данные коррелируют

Орловской, Ростовской, Тульской областей, Алтайского, Красноярского, Ставропольского и Хабаровского краев, Республики Башкортостан, Республики Дагестан, Республики Карелия, Удмуртской Республики.

⁸ Ежедневно ВЦИОМ опрашивает 1600 респондентов не менее чем в 80 регионах РФ.

с результатами проведенного в феврале 2024 г. ВЦИОМ всероссийского опроса относительно намерений россиян принять участие в президентских выборах (табл. 1).

Как следует из приведенных данных, немногим более трети молодежи в возрасте 18–24 лет (36,9%) заявляли о намерении принять участие в выборах Президента РФ, еще почти 20% говорили об этом с определенной долей сомнения («скорее приму»). В то же время более четверти молодежи цифрового поколения (26,2%) в преддверии выборов не определились, планируя сделать это ближе к дате выборов. Для сравнения, молодежь более старшей возрастной группы (25–34 года) декларирует более высокую электоральную активность: почти половина (48,8%) определенно заявляла о намерении принять участие в президентских выборах и 19,1% говорили, что «скорее примут» в них участие, а неопределившихся в данной возрастной группе почти на 10% меньше, чем среди тех, кому от 18 до 24 лет: 17,6% и 26,2% соответственно.

В ходе опроса ВЦИОМ выявлена более слабая осведомленность молодежи, особенно цифрового поколения, о сроке президентских выборов 2024 г.: только 58,2% опрошенных в возрасте 18–24 лет правильно назвали месяц и год их проведения (март 2024 г.). Среди молодых людей в возрасте 25–34 лет доля осведомленных гораздо больше – 74,1%. В старших возрастных когортах (35–44 года, 45–59 лет, 60 лет и старше) эти показатели на порядок выше: 83,9%, 84,7% и 89,7% соответственно⁹.

Возможно, низкая осведомленность молодежи (особенно цифрового поколения) о времени проведения президентских выборов объясняется тем, что информация о них распространялась в основном через телевидение, которое молодежь смотрит гораздо реже, чем представители более старших возрастов. Так, по данным того же опроса ВЦИОМ, более двух третей респондентов в возрасте 18–24 лет (68,3%) и половина тех, кому 25–34 года, вообще не смотрят телевизор. Основным источником информации для них является Интернет: 81% представителей самой младшей возрастной группы проводят в Сети более четырех часов в день, в то время как в группе тех, кому от 25 до 34 лет, таких 56,6%¹⁰.

Анализ электоральной активности женщин и мужчин цифрового поколения показал, что юноши значительно чаще, чем девушки участвуют во всех выборах: 43,6% против 29,5% соответственно. Среди девушек вообще не участвуют в выборах 46% (среди юношей таких 38%). Этот результат ожидаем, принимая во внимание общую более низкую, в сравнении с юношами, политическую активность девушек.

Выявленная нами тенденция к снижению электорального участия женщин самого молодого возраста (имеющих право голоса) подтверждают и данные ВЦИОМ относительно президентских выборов 2024 г. Лишь треть опрошенных женщин цифрового поколения заявили, что точно примут в них участие (против 42,5% мужчин). Среди женщин отмечается и гораздо более высокий уровень неопределенности по этому вопросу: 35,3% заявили, что пока не приняли решение по этому поводу (среди мужчин 17,8%)¹¹. Как мы уже отмечали выше, это тревожная тенденция, свидетельствующая о все большем уходе молодых женщин в приватную сферу, а значит, и усилении неравенства мужчин и женщин в сфере публичной власти в России. Низкая электоральная активность девушек может сказаться в будущем на гендерной структуре российского электората, большую часть которого в настоящее время составляют именно женщины. Так, по данным упомянутого исследования ВЦИОМ, 67,2% женщин всех возрастов заявили, что

⁹ ВЦИОМ. (https://wciom.ru/fileadmin/user_upload/massiv_49639.zip).

¹⁰ Там же.

¹¹ Там же.

точно примут участие в президентских выборах 2024 г. (у мужчин этот показатель составляет 58,2%)¹².

Кто из кандидатов на пост Президента России на выборах 2024 г. был предпочтительнее для молодежи цифрового поколения? Данные по персональным предпочтениям избирателей, в зависимости от возраста, приведены в таблице 2.

Анализ приведенных данных позволяет прийти к следующим выводам.

Во-первых, действующий президент В. Путин пользуется однозначной поддержкой более половины опрошенной молодежи цифрового поколения (52,1%), что безусловно делает его абсолютным лидером на выборах.

Таблица 1.

Намерения россиян принять участие в президентских выборах 2024 г., %

Table 1.

Russians' intentions to take part in the 2024 presidential elections, %

Вариант ответа	Возраст				
	18–24	25–34	35–44	45–59	60 и старше
Точно не приму	9,2	5,9	7,8	7,1	4,2
Скорее не приму	5,7	5,9	3,3	5,1	2,5
Скорее приму	19,1	19,1	16,1	10,9	10,5
Точно приму	36,9	48,8	62,4	66,5	76,8
Пока не определился	26,2	17,6	8,7	8,9	5,1
Затрудняюсь ответить	2,8	2,7	1,8	1,5	0,8

Источник: [ВЦИОМ].

Source: All-Russian Center for the Study of Public Opinion.

Таблица 2.

Избирательные предпочтения россиян на президентских выборах 2024 г., %

Table 2.

Voting preferences of Russians in the 2024 presidential elections, %

Кандидат	Возраст респондентов				
	18–24	25–34	35–44	45–59	60 и старше
В. Даванков	11,3	6,3	3,9	2,3	1,9
В. Путин	52,1	56,5	72,2	71,5	81,7
Л. Слуцкий	4,9	4,3	1,5	2,5	1,7
Н. Харитонов	4,2	5,9	3,0	5,9	3,4
Приду и испорчу бюллетень	–	1,6	2,4	3,8	0,6
Не стал бы участвовать в выборах	11,3	8,6	6,0	7,1	3,4
Затрудняюсь ответить	16,2	16,9	11,1	6,9	7,4

Источник: [ВЦИОМ].

Source: All-Russian Center for the Study of Public Opinion.

¹² ВЦИОМ. (https://wciom.ru/fileadmin/user_upload/massiv_49639.zip).

Во-вторых, В. Даванкова, кандидата от партии «Новые люди», готовы были выбрать 11,3% респондентов цифрового поколения. Отметим, что уровень поддержки данного кандидата имеет четкую зависимость от возраста: она максимальна в группе избирателей 18–25 лет и минимальна в самой старшей группе (1,9%). Возможно, представители самой младшей группы избирателей симпатизировали самому молодому из выдвинутых кандидатов, руководствуясь, скорее, эмоциональными мотивами. Однако можно предположить, что у молодежи именно этот кандидат ассоциируется с переменами, запрос на которые есть в современном российском обществе.

В-третьих, представители КПРФ и ЛДПР не пользуются особой популярностью среди молодежи, хотя уровень поддержки Л. Слуцкого молодежью в целом несколько выше, чем в более старших возрастных группах. Что касается Н. Харитонов, то доля его сторонников выше не только среди молодежи в целом, но и среди людей в возрасте 45–59 лет. Любопытно, что в группе молодых избирателей в возрасте 25–34 лет доля сторонников «нового человека» В. Даванкова приближается к доле сторонников коммуниста Н. Харитонова (6,3% и 5,9% соответственно). Возможно, идея обновления России, ассоциируемая с «новыми людьми», не лишена социалистической окраски, прежде всего это касается запроса на социальную справедливость.

В-четвертых, среди молодежи больше всего тех, кто предпочитает не участвовать в выборах (11,3% среди 18–24-летних и 8,6% среди 25–34-летних), а также затруднившихся ответить на вопрос об участии в выборах (16,2% и 16,9% соответственно). Около трети самых молодых избирателей и четверти тех, кому 25–34 года, скорее всего, не приняли участие в президентских выборах 2024 г. Это, несомненно, негативная тенденция, свидетельствующая о росте социальной апатии в молодежной среде. В то же время уровень абсентеизма молодежи на президентских выборах очевидно ниже, чем на каких-либо других, так как значимость именно этих выборов оценивается как самая высокая.

В-пятых, протестное голосование, которое могло бы выразиться, например, в сознательной порче избирательных бюллетеней, не характерно для молодежи, особенно цифрового поколения. О таком намерении не заявил никто из молодых людей в возрасте 18–24 лет и только 1,6% тех, кому от 25 до 34 лет. Это может свидетельствовать как о начальной стадии электоральной социализации молодежи цифрового поколения, так и о том, что она в целом не склонна к противоправным действиям, юридически ответственна, неконфликтна и патриотична. В любом случае этот вопрос требует дополнительных исследований.

Хотелось бы подчеркнуть, что, согласно результатам нашего исследования, абсолютное большинство представителей цифрового поколения (85,8%) идентифицируют себя как граждан Российской Федерации, только 10,1% – как граждан мира и 2,6% – как европейцев. Это говорит о том, что космополитическая самоидентификация не характерна для российской молодежи.

В последнее время в России широкое распространение получает дистанционное электронное голосование (ДЭГ) на выборах органов власти разного уровня. Так, в 2021 г. на выборах в Государственную думу РФ явка в ДЭГ составила 93%. Как показали президентские выборы 2014 г., 80% избирателей г. Москвы предпочли ДЭГ, а общероссийская явка в 29 регионах, где ДЭГ было технически возможно, составила 94%. О востребованности ДЭГ говорит тот факт, что за первые сутки в этой системе проголосовало 75% из принявших участие в выборах¹³. Есть основания полагать, что в ближайшем будущем, по

¹³ Федеральная платформа онлайн-голосования справилась с пиковыми нагрузками и атаками. Сайт Интерфакс. (<https://www.interfax.ru/russia/950909>).

мере роста технической оснащённости регионов, ДЭГ станет основной формой голосования населения.

В нашем исследовании определялось отношение молодежи цифрового поколения к ДЭГ. Показательно, что 78,3% опрошенных знают о возможности дистанционного электронного голосования, 14,6% респондентов «что-то слышали» об этом и 7,1% «слышали впервые». Среди юношей осведомленность о возможности ДЭГ выше, чем среди девушек: 80,4% против 77,2% соответственно. Девушек, впервые узнавших о такой возможности, почти в два с половиной раза больше, чем юношей (8,9% против 3,7% соответственно). Это лишний раз говорит о том, что политика и все, что с ней связано, не относится к сфере жизненных интересов российских девушек цифрового поколения. В этой связи можно предложить образовательным учреждениям шире вовлекать девушек в общественно-политическую активность, разными способами поощряя их интерес к лидерству, членству в различных организациях.

Что касается участия в ДЭГ, то доля молодежи 18–25 лет, участвовавшей в таком формате голосования, достаточно низка. Только 19,1% респондентов использовали онлайн-голосование на выборах органов власти разного уровня, не использовали его 80,9%. Причем в этом отношении нет значимой разницы между мужчинами и женщинами: 20,2% опрошенных юношей и 18,5% девушек участвовали в онлайн голосованиях; 79,8% юношей и 81,5% девушек не участвовали.

По каким причинам молодежь цифрового поколения отказывается использовать ДЭГ на выборах органов власти разного уровня? (рис. 1). Самыми популярными вариантами (если учитывать тех, кто юридически имел право голосовать) стали: принципиальный отказ от участия в выборах (19,6%) или желание голосовать на избирательном участке (19,1%).



Рисунок 1. Причины неучастия молодежи 18–25 лет в онлайн голосованиях на выборах в органы власти разного уровня, % от не участвовавших

Источник: *составлено авторами.*

Figure 1. Reasons for the non-participation of young people aged 18–25 in online voting in elections to government bodies of various levels, % of those who did not participate

Source: *compiled by the authors.*

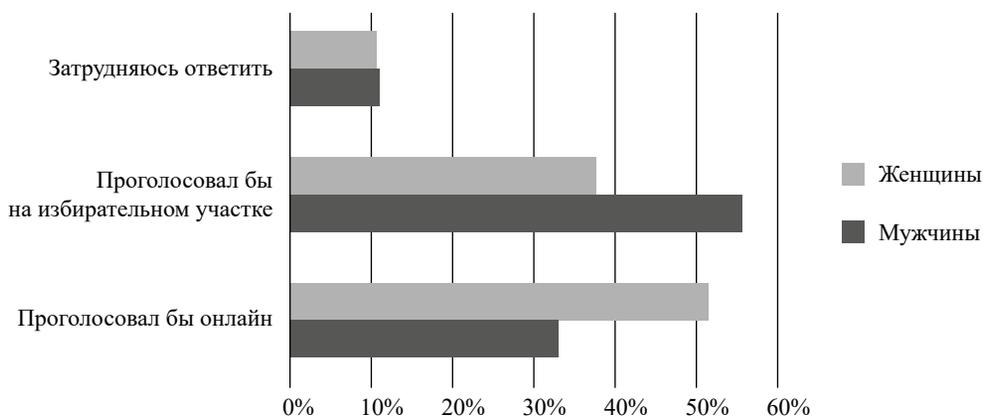


Рисунок 2. Предпочтение юношами и девушками 18–25 лет формата голосования на ближайших выборах, %

Источник: *составлено авторами.*

Figure 2. Preference by males and females aged 18–25 of the voting format in the next elections, %

Source: *compiled by the authors.*

8% респондентов заявили, что по месту их регистрации не было возможности онлайн-голосования, а 7,3% не знали о возможности ДЭГ. Нежелание участвовать в выборах (независимо от его формата) более характерно для девушек (25% против 15,8% среди юношей), а недоверие к онлайн голосованию – для юношей (28,1% против 17,6% среди девушек).

Для того чтобы проверить, насколько респонденты доверяют формату ДЭГ, им был предложен вопрос: «Если бы у Вас была возможность проголосовать на ближайших выборах дистанционно или очно, то какой вариант Вы бы предпочли?». Сторонники электронного и традиционного способов голосования разделились примерно поровну: 45,2% и 44,1% респондентов соответственно. Можно сделать вывод, что молодежь цифрового поколения имеет незначительный электоральный опыт как в очном, так и в ДЭГ-формате. Голосование на избирательном участке намного чаще выбирают юноши – 55,8% (против 37,7% девушек), что согласуется с данными об относительно большей политической и электоральной активности мужчин цифрового поколения. Женщины этого поколения чаще высказываются за ДЭГ – 51,7% против 33,1% мужчин (рис. 2).

* * *

1. Основные направления исследований по проблематике современного электорального поведения молодежи цифрового поколения многоаспектны, выявлена взаимосвязь с такими факторами как: гражданская и политическая активность; участие в общественно-полезных проектах; ценностные ориентации и самоидентификация молодежи; знания в области избирательного права, организация власти и управления; медиакомпетентность; качество и безопасность Интернета и иных информационных каналов, механизмов и средств повышения электоральной активности.

2. Помимо электорально активных и абсентеистов можно выделить промежуточную группу молодых людей цифрового поколения, которая при благоприятных условиях

и вовлечении посредством информационного, воспитательное-просветительского, пропагандистского воздействия может активизировать свое электоральное поведение.

3. Политическая активность, специфика ценностных ориентаций коррелируют с электоральным поведением молодежи цифрового поколения. В целом электоральная активность этой возрастной группы ниже, чем даже молодежи в возрасте 25–35 лет, тем более людей среднего и старшего возраста.

4. Выявлены значимые различия в декларируемой политической и электоральной активности женщин и мужчин. В целом мужчины демонстрируют большую вовлеченность в такую деятельность. Эта тенденция может негативно сказаться на конституционно и законодательно закрепленном равноправии мужчин и женщин, в том числе в политической и электоральной сферах. Причины более высокого абсентеизма женщин цифрового поколения требуют отдельного изучения.

5. Персональные предпочтения по выдвинутым кандидатам на президентских выборах в России 2024 г. разнообразны: при несомненном лидерстве действующего президента В.В. Путина, молодежь чаще, чем представители других возрастных групп отдавала предпочтение В. Даванкову (партия «Новые люди») и Л. Слуцкому (ЛДПР). Можно предположить, что кандидатура Даванкова вызывает симпатию молодежи в контексте поколенческой смены политической элиты. Опрос показал, что идея обновления России, которая ассоциируется с «новыми людьми», коррелирует с идеями кандидата от КПрФ, то есть социальной справедливостью и экономической инклюзивностью.

6. Востребованность дистанционного электронного голосования в России в 2021–2024 гг. на выборах органов власти разного уровня и высокий показатель осведомленности молодежи цифрового поколения о ДЭГ дают основание полагать, что эта форма голосования будет активно использоваться на фоне роста технической оснащенности регионов. В настоящее время молодежь одинаково относится к электронной и традиционной формам голосования.

7. Для цифрового поколения не характерно протестное электоральное поведение, что может объясняться их законопослушностью и осознанием правовой ответственности, идентификацией себя с Родиной, ее конституционным строем, что важно для консолидации российского общества перед лицом внешней военной угрозы и санкционного давления коллективного Запада.

8. Выявленные в результате исследования тенденции электорального поведения молодежи подтверждают необходимость обновления механизмов государственной молодежной политики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Бакулева К.К., Самуйлова И.А. (2021) Медиакомпетентность как предпосылка вовлеченности российской молодежи в социально-политическую жизнь страны // Тенденции развития науки и образования. № 71–4. С. 104–109.

Bakuleva K.K., Samujlova I.A. (2021) *Mediakompetentnost' kak predposylka вовлеченности russijskoj molodezhi v social'no-politicheskuyu zhizn' strany.* [Media competence as a prerequisite for the involvement of Russian youth in the socio-political life of the country]. *Tendencii razvitiya nauki i obrazovaniya*, no. 71–4, pp. 104–109. (In Rus.)

Барсукова С.Ю., Звягинцев А.В. (2021) Опыт участия молодежи в избирательных кампаниях и его влияние на их гражданскую позицию // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 4 (164). С. 90–100.

Barsukova S.Yu., Zvyaginets A.V. (2021) Опы tuchastiya molodezhi v izbiratel'nyh kampaniyah i ego vliyaniye na ih grazhdanskuyu pozitsiyu. [The experience of youth participation in election campaigns and its impact on their civic position]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i social'nye peremeny*, no. 4 (164), pp. 90–100. (In Rus.)

Беликова Е.А., Злотникова Е.В., Ницевич В.Ф. (2022) Актуальные вопросы политического управления электоральным участием студенческой молодежи в России // Управление. Т. 10. № 3. С. 80–88.

Belikova E.A., Zlotnikova E.V., Nicevich V.F. (2022) Aktual'nye voprosy politicheskogo upravleniya elektoral'nyim uchastiem studencheskoj molodezhi v Rossii. [Current issues of political management of student electoral participation in Russia]. *Upravlenie*, vol. 10, no. 3, pp. 80–88. (In Rus.)

Брушкова Л.А. (2023) Гендерный разрыв в федеральных органах власти в условиях повышения экономической роли женщин в современной России // Общественные науки и современность. № 4. С. 123–134.

Brushkova L.A. (2023) Gendernyj razryv v federal'nyh organah vlasti v usloviyah povysheniya ekonomicheskoy roli zhenshchin v sovremennoj Rossii. [The gender gap in federal authorities in the context of the increasing economic role of women in modern Russia]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, no. 4, pp. 123–134. (In Rus.)

Галас М.Л. (2023) Особенности сознания и поведения российской молодежи в условиях турбулентности миропорядка // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. Т. 13. № 1. С. 111–121.

Galas M.L. (2023) Osobennosti soznaniya i povedeniya rossijskoj molodezhi v usloviyah turbulentnosti miroporyadka. [Features of consciousness and behavior of Russian youth in the conditions of turbulence of the world order]. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta*, vol. 13, no. 1, pp. 111–121. (In Rus.)

Галас М.Л., Брушкова Л.А. (2023) Ценность и качество высшего образования в представлениях современной российской молодежи // Наука. Общество. Оборона. Т. 11. № 4 (37). С. 43.

Galas M.L., Brushkova L.A. (2023) Cennost' i kachestvo vysshego obrazovaniya v predstavleniyah sovremennoj rossijskoj molodezhi. [The value and quality of higher education in the views of modern Russian youth]. *Nauka. Obshchestvo. Oborona*, vol. 11, no. 4 (37), pp. 43. (In Rus.)

Гладун А.Н., Клепикова О.Г. (2020) Абсентеизм как модель электорального поведения молодежи // Выборы: теория и практика. № 2(54). С. 18–22.

Gladun A.N., Klepikova O.G. (2020) Absenteizm kak model' elektoral'nogo povedeniya molodezhi. [Absenteeism as a model of youth electoral behavior]. *Vybory: teoriya i praktika*, no. 2(54), pp. 18–22. (In Rus.)

Головин Д.А., Павельева Т.Ю. (2022) Политическое сознание студенческой молодежи и особенности электорального поведения в молодежной среде города Москвы // Социально-политические науки. Т. 12. № 1. С. 45–55.

Golovin D.A., Pavel'eva T.Yu. (2022) Politicheskoe soznanie studencheskoj molodezhi i osobennosti elektoral'nogo povedeniya v molodezhnoj srede goroda Moskvy. [The political consciousness of the student youth and the peculiarities of electoral behavior among the youth of the city of Moscow]. *Social'no-politicheskie nauki*, vol. 12, no. 1, pp. 45–55. (In Rus.)

Городецкая Е.А. (2020) Пути повышения доверия молодежи к выборам и активизации ее участия в электоральных процессах // Избирательное законодательство и практика. № 1. С. 32–34.

Gorodeckaya E.A. (2020) Puti povysheniya doveriya molodezhi k vyboram i aktivizaciya uchastiya v elektoral'nyh processah. [Ways to increase the confidence of young people in elections and enhance their participation in electoral processes]. *Izбирatel'noe zakonodatel'stvo i praktika*, no. 1, pp. 32–34. (In Rus.)

Маленков В.В. (2023) Профили гражданской активности молодежи: опыт участия, вовлеченность, ценности // Вестник Пермского университета. Т. 17. № 4. С. 102–113.

Malenkov V.V. (2023) Profili grazhdansko jaktivnosti molodezhi: opyt uchastiya, вовлеченност', cennosti. [Profiles of youth civic engagement: participation experience, engagement, values]. *Vestnik Permskogo universiteta*, vol. 17, no. 4, pp. 102–113. (In Rus.)

Моисеенко Н.А. (2020) Электоральное поведение молодежи: управленческий аспект // Экономика. Социология. Право. 2020. № 2 (18). С. 80–88.

Moiseenko N.A. (2020) Elektoral'noe povedenie molodezhi: upravlencheskij aspekt. [Electoral behavior of young people: a managerial aspect]. *Ekonomika. Sociologiya. Pravo*, no. 2 (18), pp. 80–88. (In Rus.)

Селезнева А.В. (2020) Ценностные ориентации и гражданско-политическая активность молодых российских патриотов // History and modern perspectives. Vol. 2. № 3. P. 62–69.

Selezneva A.V. (2020) Cennostnye orientacii i grazhdansko-politicheskaya aktivnost' molodyh rossijskih patriotov. [Value orientations and civic and political activity of young Russian patriots]. *History and modern perspectives*, vol. 2, no. 3, pp. 62–69. (In Rus.)

Информация об авторах

Галас Марина Леонидовна, доктор исторических наук, профессор Кафедры массовых коммуникаций и медиабизнеса Факультета социальных наук и массовых коммуникаций Федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации». Адрес: 125993, Россия, Москва, Ленинградский пр., д. 49/2. E-mail: lucera2008@yandex.ru

Брушкова Людмила Алексеевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии Факультета социальных наук и массовых коммуникаций Федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации». Адрес: 125993, Россия, Москва, Ленинградский пр., д. 49. E-mail: lbrushkova@fa.ru

About the authors

Marina L. Galas, Doctor of Sciences (History), Professor, Chair of Mass Communications and Media Business, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation. Address: 125993, Russia, Moscow, Leningradsky Pr., 49/2. E-mail: lucera2008@yandex.ru

Lyudmila A. Brushkova, Candidate of Sciences (Sociology), Associate Professor, Department of Sociology, Faculty of Social Science and Mass Communication, Financial University under the Government of the Russian Federation. Address: 125993, Moscow, Leningradskiy Pr., 49/2. E-mail: lbrushkova@fa.ru

Статья поступила в редакцию / Received: 07.04.2024

Статья поступила после рецензирования и доработки / Revised: 05.05.2024

Статья принята к публикации / Accepted: 14.05.2024