

Электоральное поведение молодежи областей Южного федерального округа Российской Федерации: региональные тренды и особенности

Аннотация

В рамках настоящей статьи предпринята попытка анализа региональных особенностей электорального поведения молодежи областей Южного федерального округа (ЮФО): Астраханской, Волгоградской и Ростовской. Предложено определение категории «электоральное поведение», уточнены качества молодежи, обуславливающие ее поведение в политике. Доказано, что электоральное поведение молодежи областей ЮФО соответствует общефедеральным трендам, однако формируется под влиянием специфики региона. Указаны основные проблемы, обуславливающие низкий уровень электоральной активности молодежи. Обосновано значение деятельности и окна возможностей для партий и молодежных политических организаций по мобилизации и привлечению молодых людей к числу собственных сторонников, в том числе и в областях ЮФО. Обобщены результаты эмпирических исследований, отражающие субъективные оценки текущего экономического положения, данные молодыми людьми, а также выявлены политические ориентации молодежи регионов.

Ключевые слова: электоральное поведение, молодежь, Астраханская область, Волгоградская область, Ростовская область.

Автор

Самолазова Анастасия Евгеньевна

Студентка
кафедры международных отношений,
политологии
и регионоведения
Волгоградского государственного университета
(Волгоград, Россия)



В рамках российской действительности электоральное поведение становится доминирующей формой участия граждан в политической жизни страны. Выборы как акт волеизъявления народа выступают в качестве индикатора, отражающего и отношение населения к правительственному курсу, и состояние его политической культуры, и перспективы развития гражданского общества, что и предопределяет важность электоральных исследований.

Традиционно исследования в области политического поведения находятся в ведении бихевиорального направления, где политическая сторона жизни общества мыслится как часть более широкого социального и культурного контекста, общие нормы которого и определяют поведение индивидов. Эта же традиция вскрывает реактивную природу поведения: каждой «реакции» предшествует некий стимул.

Именно на такой теоретической позиции стоит исследователь В. Л. Римский,

определивший электоральное поведение как «систему взаимосвязанных реакций, действий или бездействий граждан, осуществляемых с целью приспособления к условиям проведения политических выборов» [1]. Подобное определение подчеркивает, что тот или иной электоральный выбор обусловлен как конкретным предложением текущего электорального цикла, так и целым набором факторов, присущих самой личности. Группы факторов при этом могут носить как объективный характер, отражая положение избирателя в социуме, так и субъективный, связанный с его личными оценками, установками и предпочтениями.

Классическими в деле изучения детерминантного состава электорального поведения признаны социологическая и социально-психологическая теории, а также теория рационального выбора. Классические теории сосредоточены на определении тех действующих на избирателя сил и векторов, которые только и способны предопределить его электоральный выбор. Однако современные исследования наглядно демонстрируют тот факт, что попытка установления жесткой взаимосвязи между влиянием конкретного фактора и электоральным выбором индивида не выдерживает эмпирической проверки. Поскольку индивид находится под синхронным влиянием бесконечного количества детерминант и переменных, выявлять доминирующее положение какой-то одной из них отнюдь не представляется целесообразным. Именно поэтому последующие модели имели иные основания: опору на процесс принятия решений в случае когнитивной модели и попытку увязать в единое целое сразу несколько групп факторов в условиях модели воронки причинности.

Само многообразие теоретических споров и объяснительных моделей непосредственно указывает на сложность субъекта — носителя поведенческих практик. Неоспорим тот факт, что избиратели не являются гомогенным образованием, насколько не может быть таковым

любое общество. Каждая из групп в силу присущей ей специфики испытывает на себе различную степень влияния факторов как объективного, так и субъективного происхождения.

Наиболее перспективной, динамичной и открытой по отношению к внешней среде группой является молодежь, которая вместе с тем может представлять собой и источник риска. Поиск собственного предназначения, неокрепшая психика, незавершенный процесс выработки устойчивой системы ценностей и ориентаций — она признается как наиболее динамичная социальная группа, так и наиболее инфантильная часть общества.

Помимо переживания внутренних противоречий молодежь испытывает на себе влияние социальных институтов, культурных, экономических и политических условий, что связано с наиболее активным периодом социализации личности. Молодость — это именно тот возраст, когда люди получают и воспринимают политические установки, примыкают к определенным идеям и ценностям, демонстрируют желание активно реализовывать их на практике посредством включения в политическую жизнь. Через призму своей картины мира молодежь воспринимает политическую реальность, через систему ценностных ориентаций формирует отношение к политическим явлениям, на чем и основывается ориентация на использование определенных форм политического участия и содержание электорального выбора. В молодежном сознании и поведении самым причудливым образом могут сочетаться противоречащие друг другу черты и качества.

Таким образом, молодежь есть социально-демографическая группа, членом которой объединяют сходные групповые ценности, психофизиологические особенности, статусные и ролевые позиции. Особенности позиционирования молодежи в социально-политическом пространстве, ее ценности и ориентиры, опосредующие влияние факторов внешней среды, пре-

Электоральное поведение молодежи областей Южного федерального округа Российской Федерации

допределяют формы и способы участия молодежи в политической жизни страны.

Проблема молодежной электоральной активности в современной России сопряжена с целым рядом причин и факторов. Нередко само общество становится причиной отчуждения молодежи от политики: дефицит электоральной культуры в России обуславливает невозможность эффективной политической социализации личности. Влияние ее ключевых агентов — родителей, системы среднего и высшего образования, социального окружения — главный фактор, который закладывает определенную модель голосования. Здесь молодежь становится заложником доминирующих в общественной среде установок на то или иное отношение к политике. Зачастую воспитываясь в атмосфере недоверия к властным структурам и политической пассивности, молодежь в силу собственных психологических особенностей, связанных с лабильностью, инфантильностью и отсутствием опыта принятия политических решений, превращается вместо ведущей политической силы в одну из самых политически апатичных групп современного российского общества. Молодые люди редко обладают опытом принятия решений, разносторонними ресурсами для выявления объективной информации, составляя «сомневающийся» тип электората.

Стоит отметить также, что политика не является для большей части молодежи привлекательной, не относится к структуре ее основных жизненных интересов, которые зачастую сосредоточены на получении различных благ и формировании комфортных условий жизнедеятельности. Молодые люди не соотносят себя с политической деятельностью, не стремятся к выбору карьерной стратегии в этой сфере, находя более приемлемые для себя способы профессиональной и личной самореализации. Возможно, не последнюю роль здесь играет доминирующий стереотип о политике как о «грязном деле». Вместе с тем те представители молодежной когорты, которые готовы

избрать для себя политический путь как средство достижения тех или иных целей, чаще всего имеют эгоистические и прагматические мотивы.

Пассивная гражданская позиция напрямую соотносится с проблемой неразвитости демократических институтов и гражданского общества в России в целом, а отсутствие у политического и электорального процессов пометки «значимый» для молодежи приводит к нежеланию тратить ресурсы на анализ политической повестки дня для выработки собственной активной позиции и принятия осознанного электорального решения. Согласно данным ФОМа, «политикой интересуются 37 % молодежи и почти две трети молодых граждан (62 %) не проявляют интереса к этой сфере» [3]. Во многом именно отсутствие глубокой заинтересованности в политическом вопросе и приводит к доминированию иррациональных факторов, будь то личные симпатии, эмоциональное отношение, скорее, к личности и внешним признакам, декларируемым позициям и образу кандидата в целом, каких-либо ситуативных аспектов.

При этом идеологическая и партийная солидаризация не играют практически никакой роли при голосовании молодых людей. При этом молодежные организации политических партий и движений в современной России так и не смогли «стать реальным инструментом формирования политической активности молодежи. Наиболее известные организации: „Молодая гвардия Единой России“, „Молодые социалисты России“, „Молодежное Яблоко“, „Время молодых“ („Соколы Жириновского“), которые ставили своей целью повышение политической грамотности, вовлечение молодежи в политические процессы, патриотическое воспитание и др., на сегодняшний момент или прекратили свою деятельность или функционируют слабо» [5]. Наибольший процент узнаваемости среди молодежных организаций по России принадлежит «Молодой гвардии Единой России» и составляет 32 % [6].

В числе факторов, провоцирующих низкую электоральную активность молодежи, — тотальная несовместимость интересов, потребностей и ценностей молодых людей с тем «политическим продуктом», который предлагают им кандидаты на те или иные посты.

Представляется справедливым предположение о том, что население субъектов Российской Федерации — носитель общефедеральных трендов: электоральное поведение юных жителей Южного федерального округа, сформировавшееся в сходных социокультурных и исторических условиях, в целом соответствует указанным тенденциям.

На содержание электорального выбора молодежи региона накладывают отпечаток внешние объективные факторы: национальный состав, географические условия и уровень экономического развития, идеологическая приверженность субъекта РФ, а также расстановка политических сил. Таким образом, сочетание федерального и локального создает неповторимый колорит каждого субъекта, под влиянием которого формируется специфика электоральной культуры всего населения в целом и молодежи в частности, а также происходит конструирование набора наиболее приемлемых моделей электорального поведения.

Сосредоточение фокуса внимания на областях ЮФО не случайно: несмотря на то, что все три субъекта России имеют одинаковый статус в системе административно-территориального деления страны и являются схожими образованиями, каждый из них обладает своей ярко выраженной спецификой.

С точки зрения географического положения Ростовская область гораздо ближе к Краснодарскому краю в культурном плане; Астраханская область является частью Прикаспийского региона; Волгоградская область долгое время входила в состав Приволжского федерального округа, более тяготеет именно к числу субъектов на Волге, чем к южным. Различия имеют

место быть и по линии национального состава населения (влияние казачества на жизненный уклад в Ростовской области, большое количество жителей, которые ранее проживали в СНГ и национальных республиках России в Астраханской, где около 60 % русского населения против 90 % в Ростовской и Волгоградской областях).

Таким образом, несмотря на то, что все три области ЮФО относятся к югу России и разделяют «южную» политическую ориентацию, включая длительную принадлежность к «красному поясу», значимым с точки зрения настоящего исследования становится выявление воздействия культурных, географических и этнических различий на электоральное поведение проживающей в них молодежи.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики на 2016 г., численность молодежи составляет 27 588 тыс. человек [7]. Общая численность российских избирателей на июль 2016 г. составила почти 110 млн человек [8]. При этом возрастная группа от 20 до 29 лет насчитывает около 21 млн человек, что составляет практически одну пятую часть от числа всех российских избирателей. Подобное соотношение прослеживается и в областях ЮФО: молодой электорат Волгоградской и Астраханской областей составляет около 22 % избирателей, в то время, как в Ростовской области их количество составляет 26 %. Приведенные данные лишь укрепляют уверенность в том, что молодежь представляет собой одну из ключевых сил, способных предопределять траекторию развития российского политического процесса.

В научной литературе значимым для формирования модели электорального поведения индивида представляются факторы экономического порядка. С точки зрения экономической ориентации Астраханская область отличается наличием непосредственного выхода к Каспийскому морю, что расширяет возможности взаимодействия с другими странами Ка-

Электоральное поведение молодежи областей Южного федерального округа Российской Федерации

спийского региона, а также становится основой расширения торговых потоков. Вместе с тем экономическое развитие области имеет аграрную ориентацию, сосредоточено на добыче полезных ископаемых. Волгоградская область экономически представляет собой аграрный регион, имеющий ряд крупных функционирующих промышленных предприятий. В свою очередь, Ростовская область — один из наиболее успешных в России аграрно-промышленных регионов.

Согласно данным Рейтинга социально-экономического положения субъектов РФ по итогам 2015 г. [9], Ростовская область расположилась на 24-м месте, Волгоградская на 34-м, а Астраханская на 58-м. В Рейтинге российских регионов по качеству жизни [10] Ростовская область на 18-м, Волгоградская на 31-м, а Астраханская на 47-м. Подобные социально-экономические условия жизнедеятельности населения могут оказывать влияние на политические и электоральные предпочтения молодых людей.

Социологическое исследование электоральной активности молодежи Волгоградской области [11] дает представление об оценках молодыми людьми Волгоградской области собственного материального положения, их электоральных предпочтениях, а также главных источниках получения информации. Оценку материального положения своей семьи молодые люди дали следующим образом: 13,5 % опрошенных определили его как «хорошее», 54 % — «среднее», 11 % — «плохое», при этом 21,5 % затруднились с ответом на данный вопрос.

Согласно результатам исследования, в Ростовской области [12] 13,2 % молодых людей склонны расценивать материальное положение как «высокое», 27 % — «скорее высокое», 32,3 % — «скорее низкое», 16,9 % — «низкое».

При этом Астраханская, Волгоградская и Ростовская области могут рассматриваться как потенциально похожие в силу влияния урбанистического фактора

и аграрно-ориентированной экономики. Все три области долгое время сохраняли свое место в составе так называемого «красного пояса», затрагивающего южную часть России, где традиционно доминируют идеологические установки левого толка. Несмотря на распространение точки зрения ряда исследователей о том, что области, согласно результатам выборов последних лет, смогли преодолеть тягу к «красному», позиции партий левой направленности остаются традиционно сильны в рамках их электорального пространства. Согласно типологии электорального поведения, приведенной в работах исследователя И. В. Гудкова [13], электорат всех трех областей склонен воспроизводить так называемый традиционный тип электорального поведения, внутри которого выделяются традиционное партийное (идеологическое) и консервативное (инерционное). И если приверженцами идеологического голосования выступают представители старшего поколения, «чье политическое самоопределение происходило в перестроечные годы», то молодежь становится полем битвы двух систем социокультурных генотипов: инновационным и инерционным. И линия демаркации здесь проходит по расколу «город — село», где города становятся глотком инновации, в то время, как явно доминирующие по занимаемой площади в областях ЮФО сельские поселения с доминированием аграрно-ориентированной экономики становятся источником консерватизма, предпочитая стабильность, взвешенность, «хорошо проверенное старое». Именно здесь образуется вторая разновидность традиционного типа — консервативная или инерционная модель электорального поведения, обусловленная не идеологическими установками, а социокультурным контекстом. Молодежь, чья политическая социализация происходит в подобных условиях, впитывает в себя специфику инерционного голосования: в таком случае реальный интерес к поли-

тике и рационалистические мотивы подменяются эмоциональными компонентами, «привычкой» с опорой не на личное, а на коллективное мнение, дань традициям, влиянием манипулятивных технологий, административного ресурса, «реализацией метода кнута и пряника».

Голосование за «Единую Россию» прослеживается во всех возрастных группах, достаточно часто реализуется именно представителями младшей возрастной группы [14]. Однако фактором голосования за партию «Единая Россия» могут стать поддержка в молодежной среде Президента России В. В. Путина и популярность Молодой гвардии. «Единая Россия» как «партия Президента» в ассоциациях молодежи зарабатывает свои политические очки за счет персонализированного голосования: данные ФОМа [15] показывают, что поддержка В. В. Путина в молодежной среде составляет 63 %. Недовольство и безразличие высказали около 15 % респондентов. Свою лепту вносят и «молодогвардейцы», достигая успехов в стремлении участвовать в политической жизни регионов, в том числе и в Волгоградской и Ростовской областях.

Электорат партии «Единая Россия» чаще всего характеризуется уровнем материальной удовлетворенности выше среднего. Сюда же можно отнести высокий уровень оптимизма и крайне амбициозную оценку собственных жизненных перспектив, что также заставляет молодежь желать сохранения существующего порядка.

В Астраханской области, уровень материального благополучия населения которой значительно ниже, чем в двух других областях ЮФО, население более склонно к голосованию за партии левого толка. Однако здесь явно лидируют «новые» левые: «Справедливая Россия» — 18,9 % голосов против КПРФ с поддержкой на уровне 14,6 %. Оба результата выше, чем в целом по стране, что соответствует представлениям о голосовании на юге России, однако, если результаты КПРФ в целом отличаются от общероссийских незначительно, то у «Справедливой России» по области

в два раза большее количество голосов. Теплое отношение астраханцев к эсерам связано с личностью широко известного в области политика О. Шеина. Отношение к ЛДПР в области соответствует общефедеральному уровню, однако уровень поддержки либеральных сил низок даже для юга России. Уровень поддержки партии власти зафиксирован на уровне 43 %, что более чем на 10 пунктов ниже показателя по стране. Вкупе с крайне низкой явкой — 37 % — это может свидетельствовать о недовольстве жителей области уровнем социально-экономического развития.

Волгоградская область традиционно продемонстрировала чуть больше внимания к КПРФ и ЛДПР — 15,22 и 16,48 %, чем в целом по России. Поддержка «Единой России» остается высокой и составляет 51 %.

В Ростовской области из трех областей ЮФО самая высокая явка на уровне 48 %, а также уровень голосования за партию власти — практически 60 %, что даже выше, чем результат по стране. Это может свидетельствовать о том, что жители области в целом довольны качеством собственной жизни, а также чуть более остро осознают влияние политической сферы на их жизнь. Вместе с тем уровень поддержки либеральных сил ниже, чем по стране, в то время, как поддержка ЛДПР и КПРФ приближена к общероссийской.

Таким образом, можно говорить о том, что в рамках каждой из областей складываются собственные электоральные предпочтения, которые не может не впитывать молодежь.

Молодежь всех областей продемонстрировала низкий уровень заинтересованности в политике, что в целом соответствует общефедеральному тренду и подтверждает предположение о том, что, во-первых, большая часть молодежи занята решением собственных повседневных проблем, а во-вторых, подавляющее большинство молодых людей не склонно примерять себя в рамках политической деятельности. Не удивителен и тот факт, что не более 2 % молодежи в каждой из обла-

Электоральное поведение молодежи областей Южного федерального округа Российской Федерации

стей ЮФО состоят в какой-либо политической партии или движении. Уровень электорального участия также низок — около половины населения каждой из областей ЮФО никогда не участвовали в выборах.

Таким образом, электоральное поведение молодежи областей ЮФО формируется под влиянием общефедеральных трендов, воспроизводимых в рамках политической ориентации и специфики регионов. Сохранение достаточно высокого уровня недоверия к деятельности политических институтов (всего 44 % респондентов высказали одобрение к деятельности Государственной Думы, 56 % — к институту губернаторства, 50 % — к деятельности Правительства РФ [16]), социальное расслоение российского общества, отчужденность власти и общества, а также равнодушие «взрослых политиков» приводят к распространению в молодежной среде политической пассивности и абсентеизма. Недостаточный личный опыт в процессе принятия решений, стремление к солидаризации с мнением большинства может стать причиной конформистского голосования. Вместе с тем повлиять на электоральное поведение молодых людей может и ситуация непосредственно вокруг них — уровень экономического развития областей,

в которых они живут, уровень урбанизации и интенсивность раскола «город — село», этнический фактор, а также общая «склонность» населения региона к голосованию за ту или иную политическую силу. Стратегия электорального поведения молодежи регионов подчинена иррациональной мотивации и воздействию эмоциональных компонентов: молодежь каждой из областей ЮФО более склонна к экспрессивному выбору, чем к рациональному. При этом значительных различий не обнаружено: молодежь и Волгоградской, и Астраханской, и Ростовской областей склонна к солидаризации своего решения со своим социальным окружением, ориентации на эмоциональные компоненты и черты образа кандидатов и партий, а также не выделяет политику значимой для себя, а потому не желает тратить усилия на анализ электорального предложения. Однако непосредственно электоральный выбор молодого человека зависит от влияния региональных тенденций: поддержка партии власти в более успешных регионах (Ростовская и Волгоградская области) и привычное голосование за партии левого толка (Волгоградская и Астраханская области).

Литература

1. Римский, В. Л. Клиентизм как фактор электорального поведения российских граждан / В. Л. Римский. — URL: <http://www.democracy.ru/library/articles/klientelizm/index.html>.
2. Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Молодежь России: социологический портрет. — М.: ЦСПиМ, 2010. — 592 с.
3. Бетехтина А. В., Олухов Н. В. Электоральное поведение молодежи: почему молодежь не ходит на выборы? Научно-информационный журнал «Вопросы управления». — Вып. 3 (20). 2012. — URL <http://vestnik.uapa.ru/ru/issue/2012/03/02/>. (Дата обращения: 23.03.2017).
4. Веревкин А. И. Электоральный процесс в современной России: неопределенность vs «Управляемость» // Вестник СПбГУ. Серия 6. Политология. Международные отношения. — 2011. — № 4. — URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/elektoralnyy-protsess-v-sovremennoy-rossii-neopredelennost-vs-upravlyaemost>. (Дата обращения: 23.03.2017).
5. Сергеева З. Н. Конформистское отношение студенческой молодежи к электоральному процессу // Сибирский педагогический журнал. — 2015. — № 4. — URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/konformistskoe-otnoshenie-studencheskoy-molodezhi-k-elektoralnomu-protssesu>. (Дата обращения: 23.03.2017).

6. Рейтинг узнаваемости молодежных политических организаций. База данных. Фонд «общественное мнение». — URL: http://bd.fom.ru/report/cat/yong_pol/pressr_250511. (Дата обращения: 23.03.2017).
7. Распределение населения по возрастным группам. Федеральная служба государственной статистики. — URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#. (Дата обращения: 24.03.2017).
8. Сведения об общей численности избирателей, участников референдума Российской Федерации по состоянию на 1 июля 2016 года. URL: <http://www.cikrf.ru/izbiratel/quantity/20160823.html> (дата обращения: 24.03.2017).
9. Рейтинг социально-экономического положения субъектов РФ по итогам 2015 года. РиаРейтинг. — URL: <http://www.riarating.ru/infografika/20160615/630026367.html>. (дата обращения: 24.03.17).
10. Рейтинг российских регионов по качеству жизни. РиаРейтинг. — URL: <http://www.riarating.ru/infografika/20160225/630010958.html>. (дата обращения: 24.03.2017).
11. Социологическое исследование электоральной активности молодежи Волгоградской области. ГБОУ ДПО ВО «Институт молодежной политики и социальной работы» / Крапивенский В. С. — Волгоград, 2014. URL: http://www.ikvo.ru/elections-and-referendums/Edyn_14_09_2014/agitacia/Социологическое%20исследование%20электоральной%20активности%20молодежи%20Волгоградской%20области.pdf. (дата обращения: 23.03.2017).
12. *Иванова М. И., Мощенко И. Н., Розин М. Д.* Анализ отношения молодежи к политической жизни в г. Ростов-на-Дону в 2012 году // ИВД. — 2013. — № 3 (26). — URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-otnosheniya-molodezhi-k-politicheskoy-zhizni-v-g-rostov-na-donu-v-2012-godu>. (дата обращения: 23.03.2017).
13. *Гудков И. В.* Типологии электорального поведения в контексте выборов органов представительной власти РФ // Человек. Сообщество. Упр. — 2008. — № 2. — С. 14–29.
14. *Ерохин Н. А.* Демографический фактор в электоральных процессах // Pro nunc. — 2015. — № 2 (15). — URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/demograficheskiy-faktor-v-elektoralnyh-protsessah> (дата обращения: 25.03.17).
15. Политические индикаторы. Рейтинги ФОМ. Ноябрь 2016. URL: <http://bd.fom.ru/pdf/d44pi2016.pdf>. (дата обращения: 23.03.2017).
16. Одобрение органов власти (данные на 16.12.16). Левада-центр. URL: <http://www.levada.ru/indikatory/odobrenie-organov-vlasti> (дата обращения: 23.03.17).