

*Ермаков Дмитрий Николаевич*

DOI 10.31483/r-75547

## **ВЛИЯНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ**

*Аннотация:* в материалах статьи проведён комплексный анализ теоретических подходов к формированию политических предпочтений современной российской молодёжи. Статья содержит аналитический материал, проанализированы теории и подходы к пониманию факторов, влияющих на электоральное поведение современной молодёжи.

*Ключевые слова:* молодой специалист, молодёжь, государственная молодёжная политика, работа с молодёжью, молодёжное предпринимательство, молодая семья, молодой учёный.

*Abstract:* a comprehensive analysis of theoretical approaches to the formation of political preferences of modern Russian youth is presented in the article. The article contains analytical material; theories and approaches to understanding factors that affect the electoral behavior of modern youth are analyzed.

*Keywords:* young specialist, youth, state youth policy, work with youth, youth entrepreneurship, young family, young scientist.

Выбор людьми политических предпочтений – одна из главных тем политической социологии и психологии, ведь, в процессе выбора избирателем того или иного политического лидера, политической партии или движения не последнюю роль играют некие скрытые механизмы, не основанные на рациональной осведомленности. Политические предпочтения наиболее ярко и остро проявляются в период предвыборных кампаний и именуется электоральным поведением.

Электоральное поведение является важной составляющей политического процесса и представляет интерес для исследователей разных областей науки. Часть ученых выделяют две группы факторов, оказывающих влияние на полити-

ческие предпочтения: это средства массовой информации и межличностное общение. Другие ученые представляют целый ряд факторов, зависящих друг от друга.

В начале XX века появились труды, раскрывающие особенности поведения различных социальных групп в политическом процессе. Например, А. Зигфрид уделял в своих трудах внимание факторам, влияющим на поведение избирателей, и впервые научно доказал взаимосвязь географических, социокультурных и экономических факторов [1]. Уже с середины XX века к изучению специфики электорального поведения особенно активно обращаются американские социологи.

Аналізу подвергаются предвыборные президентские кампании и выявляются особенности поведения различных групп избирателей, факторы, влияющие на их мнения, предпочтения, симпатии к кандидатам [2].

Тема психологических предпосылок, влияющих на политические предпочтения избирателей, хоть и представлена в трудах отечественных и зарубежных исследователей, но вместе с тем, достаточно мало изучена. В зарубежной политологии и политической психологии эту тему, так или иначе, рассматривали Г. Айзенк, Т. Адорно, Н. Нис, С. Верба, Х. Хекхаузен, Дж. Петросик и другие. В нашей стране труды, посвященные данной проблематике можно встретить у А.И. Юрьева, Е.Б. Шестопаля, К.Г. Холодковского и других.

Значимой составляющей является изучение мотивации избирателей, а в конце XX века к уже имеющимся добавляется такой фактор, как политическая социализация. Политическую социализацию можно охарактеризовать, как процесс вхождения человека в политику, формирования у него определенного отношения к власти, политических предпочтений и политической активности на основе усвоения определенной системы знаний, норм и ценностей, т.е. политической культуры общества [3].

Как отмечается исследователями, политическая социализация имеет первостепенную значимость при формировании у избирателя политических предпочтений и представляет собой двусторонний процесс. С одной стороны, индивид

усваивает определенный опыт, нормы, ценности, ролевые ожидания, требуемые политической системой; с другой стороны, формируется активность индивида в отношении политической системы [4].

Можно привести еще ряд аспектов, оказывающих влияние на активность электората и на формирование политических предпочтений. Так, например, М.М. Косляков в своей работе «Региональный электоральный процесс: теория и практика» приводит следующие выводы о политических предпочтениях различных возрастных, гендерных и социальных групп.

1. Политически более активны мужчины, чем женщины.

2. На формирование политических предпочтений и политическую активность оказывает влияние уровень образования. Более образованные граждане проявляют большую политическую активность и участие в избирательном процессе.

3. С возрастом повышается политическая активность, максимум которой приходится на период 35–55 лет.

4. Значительное влияние на политическую активность граждан оказывает принадлежность к политически активной группе. К примеру, в частности, если родители демонстрировали себя, как сознательные и политически активные граждане, то и дети будут склонны к данной модели поведения. Большую роль играет принадлежность к политической партии. При этом, к крупным и влиятельным партиям проявляется больше лояльности и симпатий, чем к мелким.

5. Женские политические взгляды и предпочтения более консервативны и меняются гораздо реже, чем у мужчин. При этом, достаточно часто женщинами поддерживаются взгляды близких им мужчин.

6. Для молодого поколения доминантной привлекательной составляющей политического процесса являются перемены. Они более склонны к радикальным политическим взглядам [1].

Политическая радикализация взглядов молодого поколения подчеркивает важность и значимость изучения процесса формирования политических предпо-

чтений молодежи в современном информационном обществе. Как уже отмечалось ранее, наибольшую актуальность вопросы формирования политических предпочтений приобретают в период предвыборных кампаний и в этой связи представляется целесообразным рассмотреть именно вопросы электорального поведения. А.В. Солдатов в своем исследовании, рассматривая факторы формирования электорального поведения, говорит о том, что электоральное поведение представляет собой подсистему электората, обладающего общественным мнением. Отдельной составляющей изучения электорального поведения являются группы электората. Выше уже отмечались отдельные их составляющие, однако в современной науке существует несколько подходов к определению групп. Одна из типологий представлена в исследовании Ф. Гоулда, который под электоратом понимал людей с их индивидуальными и групповыми ценностями, занимающих разные позиции в социальном пространстве. Исходя из этого, он выделил пять основных типов электорального поведения:

1. Активисты и твердый электорат. Это группы, которые проявляют выраженную активность в избирательном процессе, поддерживают конкретного кандидата или партию, помогают им в реализации поставленных целей, агитируют за них.

2. Пассивно поддерживающие. Данная группа проявляет симпатию к конкретному кандидату или партии, их программным требованиям, планирует проголосовать за них, если представится такая возможность. При этом, они не оказывают активных действий в поддержку, их мнение может измениться в пользу другого кандидата.

3. Придерживающиеся нейтралитета. Не имеют четко выраженных симпатий и предпочтений, имеют слабую информированность о субъектах политического процесса. К предвыборным кампаниям данная группа проявляет слабый интерес, присутствует неопределенность в том, какого именно кандидата они поддержат, проявят ли вообще избирательную активность.

4. Недоверчивые. Люди с несформированными политическими убеждениями и предпочтениями, в том числе на уровне оценки собственной ценности, как

избирателя. У них существует недоверие к политикам, системе выборов. С большей долей вероятности они не будут участвовать в выборах.

5. Противники. Представители политической оппозиции, настроенные на противостояние и конфронтацию с оппонентами [5].

Другие направления классификации представлены в исследовании В.Г. За-рубина. Согласно его мнению, электоральное поведение возможно представить в рамках следующих основных типов:

1. Активистская модель. 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 важными для себя).

2. Модель колеблющихся предпочтений. Электорат в одних выборах принимает участие, а в других не принимает и характеризуется параметрами последовательности и непоследовательности.

3. Абсентеистская модель. Избиратель не принимает участие в голосовании [6].

Современная практика проведения голосования, привлечения внимания к предвыборной кампании и формирования политических предпочтений выделяет следующую классификацию типов электорального поведения:

1. Патриархальный тип, который характеризуется высокой явкой избирателей, основанной на поддержке авторитетных лиц. Собственная политическая ориентация фактически не выражена, выбор осуществляется из уважения к конкретному представителю политической элиты.

2. Традиционный. Характеризуется политическими предпочтениями на основании традиций, согласно долговременно сложившейся установке в предпочтениях. Тип данного поведения основан не на идеологии, а на социокультурных составляющих.

3. Клиентарный. Основан на выгодных предложениях со стороны кандидатов или партий. Электорат ищет того, кто в большей степени расположит к себе конкретными действиями в рамках предвыборной кампании (организует концерты, необходимые ремонтные работы, спонсорскую помощь и т. д.).

4. Протестный. Носителями является образованная часть общества, выражающая неприятие любых форм давления. В результате происходит либо отказ от участия в выборах или поддержка самого слабого кандидата, кандидата, подвергающегося нападкам со стороны властей.

5. Маргинальный. Характеризуется низкой степенью лояльности к действующим политическим институтам, низкой избирательной активностью, иррациональным выбором. Для данного типа также характерна устремленность к нарушению законодательных и правовых основ. В частности, продажи своего голоса [7].

Еще одна типология электорального поведения представлена в исследовании Т. Александровой и М. Кошелюка. Авторы выделяют следующие типы электорального поведения:

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

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

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

4. Апатичный («никакой») тип. Характеризуется «активной политической пассивностью», уверенностью в том, что все равно ничего не получится [8].

В результате, электоральное поведение формируется исходя из целого ряда составляющих, а сам электорат не является единым, подразделяется на группы, каждая из которых имеет свои особенности. Исходя из этих особенностей осуществляется воздействие на электоральное поведение и именно эти особенности

необходимо учитывать при формировании политических предпочтений, в частности молодого поколения.

Исследователями отмечается, что доминанты электорального поведения в современном мире формируются на уровне мегаполисов. Д.С. Чумаков отмечает, что в настоящее время можно оценить формирование мегаполисов в качестве основных экономических, производственных и финансовых, политических центров современности.

В мегаполисах располагаются политические структуры и их штаб-квартиры. В итоге именно крупный мегаполис формирует электоральное поведение близлежащих поселений на основе местных социокультурных составляющих [9].

Влияние на электоральное поведение оказывает и современная политическая ситуация, характеризующаяся нестабильностью. Говоря о современной России, следует отметить, что ряд политических партий оказывает влияние на политическое развитие страны как внутри государства, так и на международной арене. При этом, наблюдается процесс политического противостояния между официальной политической властью и представителями оппозиции. Ситуацию противостояния усугубляют внешнеполитические процессы. Фактически можно констатировать, что современная Россия находится в состоянии информационной войны, что обуславливает высокую роль средств массовой информации и коммуникации для политических структур и избирательного процесса. Так, к примеру, А. Манойло [10] – исследователь, работающий в данной проблематике, определил следующие родовые истоки информационной войны:

1. Информационные потоки оказывают воздействие на систему социальных отношений и ставят перед собой задачи ее трансформации.

2. Ориентация на трансформацию системы политических отношений и восприятия политических процессов населением. Данный аспект позволяет влиять на геополитические процессы, расширять сферу влияния на государства не устремляя, при этом, их политическую независимость.

3. Осуществление влияния на психологию объектов воздействия, изменение стереотипов, архетипов, системы ценностных ориентиров.

В современном информационном обществе в качестве основного средства борьбы за достижение своих целей выступают средства массовой коммуникации. Именно они формируют общественное мнение и политические предпочтения.

Объектом информационной войны может стать любой компонент или сегмент информационно-психологического пространства, в том числе, следующие виды:

- массовое и индивидуальное сознание граждан;
- социально-политические системы и процессы;
- информационная инфраструктура;
- информационные и психологические ресурсы [11].

Целью информационной войны становится формирование «плавающего» массового сознания и общественного мнения, которые возможно более успешно трансформировать, чем устойчивые. Главным объектом внимания в данном процессе становится молодое поколение. При этом, также необходимо отметить, что молодежь в сравнении с предыдущими десятилетиями проявляет гораздо большую политическую активность и интерес к политическим процессам. Во многом это является результатом внедрения ряда государственных программ на федеральном и региональном уровне, нацеленным на патриотическое воспитание, а также поддержку молодежных движений.

Вместе с тем, основополагающим аспектом политического становления современных молодых людей является принадлежность к группе. Группа же определяет приоритеты мировоззрения, в том числе на уровне отношений к лидерам, которые несут в молодежные массы определенные идеи. Современные молодые люди во многом ориентированы на более привлекательных и известных политических лидеров, имеющих схожие с их жизненной позицией черты. Привлекательность лидеров формируется из принадлежности представителей молодежи к определенным социальным группам и личностных предпочтений, связанных с образом жизни, карьерными устремлениями, этническим и национальным группам.

Огромное значение в формировании политических предпочтений в современном информационном мире имеет присутствие политического лидера или члена партии в социальных сетях, ведение им блога, открытости его страниц в различных аккаунтах, демонстрация на своих страницах не только профессиональной политической деятельности, но и личной жизни, участия в социально важных мероприятиях.

Исходя из вышеизложенного, учитывая вызовы и угрозы информационных войн, представляется оптимальным акцентировать внимание на электоральном поведении и процессе формирования политических предпочтений именно молодежи в современном информационном обществе.

Аспекты электорального поведения молодежи изучались в исследованиях А.П. Воробьева, который выявил и проанализировал факторы, влияющие на молодежную политическую активность. Среди форм деятельности государственных и негосударственных (общественных) организаций по повышению электоральной активности студенческой молодежи наиболее эффективными были признаны: фестивали, общение в интернет-форумах, проведение ток-шоу. Традиционные формы повышения электоральной активности, такие, как лекции, семинары, тренинги, уступают позиции более современным технологиям, рассчитанным на массовость и игровой характер. Обращает на себя внимание необходимость применения Интернета и телевидения.

Возможности управления электоральным поведением молодежи были проанализированы Д.Н. Бобровой [12]. Управление электоральным поведением молодежи приобретает вид процесса постоянного синергетического (мягкого и осмысленного) вмешательства в социальную действительность и становится не только возможным в рамках демократического государства, но и необходимым условием социально-политической реальности.

Г.В. Дашкевич [13] определены наиболее эффективные и результативные тактики воздействия на электоральное поведение молодежи, а также выделены факторы, влияющие на электоральную активность молодежи. Исследователь говорит о том, что политическая социализация молодежи характеризуется двумя

разнонаправленными процессами – конформизмом и экстремизмом, но ни тот, ни другой не могут считаться основанием для становления молодежи как субъекта социально-политических отношений, руководствующегося нормами и принципами подлинно демократической и гражданской культуры.

Проанализировав труды отечественных и зарубежных политологов, социологов и психологов, которые в своих работах затрагивают тему электорального поведения, формирования политических предпочтений можно сделать следующий обобщающий вывод. С одной стороны, политические предпочтения сугубо индивидуальны. Но это частично верно. Конечно, у людей существуют различия во взглядах на окружающую политическую действительность и общественное устройство, но ведь, с другой стороны, многие люди сходятся в мировоззрении, понимании социально-политических процессов.

В разные исторические периоды существовали различные социально-политические концепции, которые находили своих сторонников и противников. Сложившиеся в обществе традиции, наряду с возрастом и привычками, играют немаловажную роль в формировании политических предпочтений, которые напрямую зависят от происхождения, социального статуса и уровня образования, а все перечисленное в совокупности является показателем уровня политической культуры.

Политическая культура формируется под воздействием ряда факторов: геополитическое положение страны, социальные отношения, уровень экономики и много другое. Среди путей формирования политической культуры можно выделить, наряду с деятельностью государства и политических партий, общественно-политических организаций и движений и информационно-коммуникативная деятельность средств массовой информации, также воздействие и других социальных институтов на политическую жизнь, таких как церковь, образовательные организации, воздействие семьи, круга друзей, трудового коллектива и т. д. Политическая культура представляет собой продукт естественно-исторического развития государства в тот или иной период, а анализируя политические предпочте-

ния населения можно делать выводы об уровне политической культуры, на формирование которой влияет уровень жизни населения, влияние различных референтных групп, средства массовой информации, информационные технологии, политическая система и много другое.

Таким образом, политическая культура и политические предпочтения два взаимосвязанных и взаимозависимых понятия. В этой связи, представляется целесообразным для любого государства и политической системы уделять большое значение проблеме формирования политических предпочтений молодого поколения. Огромное влияние на формирование политических предпочтений молодежи оказывает социально-экономическая повестка, но не первостепенное, о чем свидетельствуют многочисленные примеры, приведенные ранее. Приоритетное значение, как показывают многие исследования, принадлежит средствам массовой коммуникации, что подробно будет рассмотрено далее.

На протяжении многих лет в нашей стране отмечался низкий уровень политической культуры, политической и избирательной активности, как молодежи, так и всего населения в целом. Согласно исследованиям конца 1990-х начала 2000-х годов Л.Г. Кертмана [14], М.А. Васирика [15], О.Ю. Дембрицкой [16], Л.М. Куракиной [17] и др. большинство респондентов, которые ходят на выборы это люди старше 35 лет, а молодежь высказывала либо индифферентное, либо негативное отношение к избирательной кампании.

Прошедшие президентские выборы 18 марта 2018 года продемонстрировали совершенно другую тенденцию. По данным Центральной избирательной комиссии в выборах 18 марта 2018 года приняли участие 67,5 избирателей от общего числа включенных в список избирателей [18]. Высокая явка избирателей говорит о повышении интереса граждан к политической жизни в стране, включенности в ее проблемы, равнодушии и сформированности политических предпочтений, высоком уровне политической культуры.

Одной из особенностей формирования политических предпочтений следует признать воспитание молодежи, что происходит под влиянием целого ряда соци-

альных институтов – семьи, образовательных организаций, молодежных объединений и т. д. В этой связи роль системы образования в формировании политических предпочтений очевидна. Рассмотрим данную взаимосвязь на примере небольшого эмпирического исследования политических предпочтений студентов среднего профессионального образования и степени влияния на этот процесс различных социальных институтов.

Основным методом исследования выступило анкетирование студентов в возрасте от 18 до 22 лет. В ходе анкетирования были получены следующие результаты: 80% опрошенной молодежи принимали участие в выборах президента 18 марта 2018г., 15% не смогли посетить избирательные участки по различным причинам и 5% посчитали, что их голос все равно ничего не решит и не пошли на выборы.

Относительно роли социальных институтов, оказывающих влияние на формирование политических предпочтений молодежи: 37% респондентов отдали приоритет семье и мнению близких взрослых людей в этом вопросе, 29% выделили образовательную организацию, 8% мнениям сверстников и друзей доверяют формирование своих политических предпочтений, 26% назвали средства массовой информации в качестве фактора, влияющего на процесс формирования их политических предпочтений. Вместе с тем высокую политическую активность у себя отметили всего 5% из числа опрошенных, политически не активными себя сочли 56%, а 39% отнесли себя в группу политически активных «от случая к случаю». В свою очередь, социально активными себя считают 60% опрошенных, 10% уклоняются от любой социальной активности, 15% готовы «за компанию» проявлять активность и 15% являются социально активными «по принуждению».

Таким образом, проведенное исследование выявило, что роль образования в формировании политических предпочтений, хоть и не занимает приоритетной позиции, но оказывает огромное влияние на него. А высокий процент, по сравнению со средствами массовой информации, говорит о том, что в образователь-

ной организации проводится планомерная работа со студентами гражданско-патриотического, правового, общекультурного, социально-ориентированного характера. Студенты активно вовлечены в общественную деятельность районных и областных молодежных, добровольческих, благотворительных организаций, что позволяет формировать не только активную гражданскую позицию, но и высокий уровень политической культуры. Студенты отмечают важность той работы, которая проводится в образовательной организации и положительно оценивают возможность участия в «Юридическом клубе», «Гражданско-патриотическом объединении», «Дискуссионном политическом клубе», «Волонтерском отряде», разнообразных творческих и спортивных студиях и секциях, открыто заявлять и продвигать свои идеи, проекты через студенческое самоуправление, деятельность Научного студенческого клуба и т. д. Разработка любого социально-значимого проекта это, прежде всего, взаимная ответственность человека, общества, бизнеса и власти. Погружение студентов в проектную работу формирует у них гражданскую ответственность и играет важную роль в формировании политической и правовой культуры. Следует отметить, что возглавляют все эти объединения и организации в учебном заведении сами студенты, а преподаватели являются кураторами, наставниками и научными руководителями. Такой опыт дает студентам понимание важности командной работы в любом деле, а также дает возможность проявлять себя управленцами и учит брать ответственность за свои решения и за решения коллектива на себя.

На формирование политических предпочтений и политической культуры положительное влияние оказывает и совместная деятельность и регулярная организация мероприятий с районными и областными молодежными центрами, молодежными организациями политических партий, приглашение депутатов политических партий разной идеологической направленности для встреч и «открытых диалогов» со студентами, во время которых каждый может задать волнующие именно его вопросы, как от своего имени, так и анонимно. Посещение органов местного самоуправления и высших органов государственной власти, также

способствует формированию политических предпочтений без элементов агитации и пропаганды, поскольку в рамках этих встреч обучающиеся не только знакомятся с их деятельностью, но и имеют возможность задавать вопросы и в дальнейшем формировать свое собственное мнение. Следовательно, вместе с дипломом о среднем профессиональном образовании студенты получают опыт командной и управленческой работы, волонтерской и благотворительной деятельности, обладают гражданской позицией.

### *Список литературы*

1. Косляков М.М. Региональный электоральный процесс: теория и практика. – Кемерово: Изд-во Кемеровский институт (филиал) РЭУ, 2017.
2. Ликофский С.Ф. Избирательные технологии: история, теория, практика / С.Ф. Ликофский, В.А. Евстафьев. – М.: Внешторгиздат, 2019.
3. Когатько Д.Г. Российская идентичность: культурно-цивилизационная специфика и процессы трансформации / Д.Г. Когатько, В.Х. Тхаков. – СПб.: Алетейя, 2017.
4. Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения / пер. с англ. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2016.
5. Гоулд Ф. Стратегическое планирование избирательной кампании // Полис. – 2016. – №4.
6. Зарубин В.Г. Электоральное действие. Формирование корпуса российских избирателей: Автореф. – СПб., 2018.
7. Волкова Н.В. Факторы электоральной активности граждан в период выборов в субъектах Российской Федерации / Н.В. Волкова. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2017.
8. Александрова Т. Как преодолеть электоральное отчуждение / Т. Александрова, М. Кошелюк // Лаборатория рекламы, маркетинга и PR. – 2016. – №3.
9. Чумаков Д.С. Мегалополисы в глобальной и региональной политике // Известия Тульского университета. Гуманитарные науки. – 2016 – Вып. 1. – С. 174–183.

10. Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях. – М.: Изд-во МИФИ, 2016.
11. Грачев М.Н. Политическая система общества. – М.: Аспект Пресс, 2017. – С. 86.
12. Боброва Д.Н. Философско-социальные аспекты управления электоральным поведением молодежи // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2017. – №1. – С. 105–111.
13. Дашкевич Г.В. Электоральное поведение молодежи. – Ростов н/Д: Альтаир, 2017. – 190 с.
14. Кертман Г.Л. Интерес к политике по-российски: мотивы явные и скрытые // Полис. Политические исследования. – 2005. – №1. – С. 94–107.
15. Политология: словарь-справочник / М.А. Василик, М.С. Вершинин [и др.]. – М.: Гардарики, 2000. – 328 с.
16. Дембицкая О.Ю. Электоральная активность молодежи // Социологические исследования. – 1996. – №12. – С. 116–118.
17. Куракина Л.М. Активность избирателей: проблемы анализа и регулирования // Социально-политический журнал. – 1996. – №4. – С. 235–243.
18. О результатах выборов Президента Российской Федерации, назначенных на 18 марта 2018 года.

---

**Ермаков Дмитрий Николаевич** – д-р полит. наук, д-р экон. наук, Почётный работник высшего профессионального образования РФ, Почётный работник науки и техники РФ, профессор ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова», Россия, Москва

---