

На правах рукописи

СКУРЯТИН Владимир Иванович

**ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ С МОЛОДЁЖЬЮ
В РЕГИОНАЛЬНЫХ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЯХ**

Специальность 22.00.08 - социология управления

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping loops and lines, positioned diagonally on the page.

Белгород 2004

Работа выполнена на кафедре социальных технологий Белгородского государственного университета

Научные руководители:

доктор социологических наук
кандидат социологических наук

Зубок Ю.Л.
Захаров В.М.

Официальные оппоненты:

доктор социологических наук, профессор
кандидат социологических наук

Усманов Б.Ф.
Коврижных Ю.В.

Ведущая организация: Московский государственный университет.

Защита состоится 29 апреля 2004 года в 14.00 часов на заседании диссертационного Совета Д. 212.015.02 по присуждению ученой степени кандидата социологических наук при Белгородском государственном университете (308015, Белгород, ул. Победы, д. 85).

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Белгородского государственного университета.

Автореферат разослан 27 марта 2004 года.

Ученый секретарь
диссертационного Совета,
кандидат социологических наук
доцент



Надуткина И.Э.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Выборы различных органов государственной и муниципальной власти и предшествующие им избирательные кампании стали неотъемлемым элементом жизни российского общества. Сегодня они представляют собой не только самую массовую форму участия граждан в политике, представительства их интересов, но оказывают воздействие на множество других сфер жизни. Значение выборов не исчерпывается их политическими функциями и не сводится только к обеспечению диалога между властью и обществом. Современные выборы выступают как один из центральных элементов общественно-политической жизни в регионе, циклы которой все более совпадают с избирательными циклами.

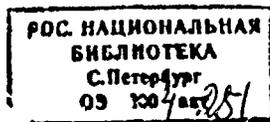
Выборы оказывают влияние на процесс саморазвития значительной части граждан. Во-первых, потому, что для многих российских жителей они являются единственной возможностью приобщения к социально значимым проблемам, идеям и символам. Во-вторых, избирательные кампании создают условия для проявления активной жизненной позиции в ситуации, когда иные способы ее демонстрации и реализации сведены к минимуму. В процессе избирательных кампаний возникают дополнительные возможности заявить о своих потребностях и интересах, обозначить наиболее важные жизненные проблемы. В-третьих, в ходе выборов интенсифицируется информационно-коммуникационное взаимодействие между социальными институтами и гражданами.

Несмотря на то что перечисленные возможности выборов далеко не всегда реализуются на практике, социальный потенциал избирательных кампаний чрезвычайно высок, а ограничение избирательной практики противоречит общей логике демократизации российского социума и не укладывается в рамки магистрального процесса цивилизационного развития.

Как и любые социальные процессы, избирательные кампании требуют эффективного управления. Более того, требование управления избирательным процессом актуализируется в последние годы в силу нескольких основных причин. Как показала практика, при отсутствии управления происходит постепенное снижение избирательной активности населения. В результате в полной мере не реализуется одно из фундаментальных конституционных прав граждан - «право избирать и быть избранными в органы государственной власти и органы местного самоуправления»¹.

Необходимо учитывать и то, что избирательная кампания - сложный в технологическом отношении социально-политический процесс, который при условии неквалифицированного управления им способен иметь негативные последствия не только для конкретной личности, но и для общества в целом. Опыт избирательных кампаний свидетельствует, что они нередко становятся

¹ Конституция Российской Федерации. - М., 1996. - С. 14.



полем апробации и использования политических антитехнологий, манипуляции сознанием избирателей, представляющей собой скрытое управление, дающее односторонние преимущества субъекту воздействия.

В силу отмеченных обстоятельств очевидно, что для органов государственной власти и местного самоуправления, одной из функциональных целей которых является организация избирательных кампаний, проблема работы с конкретными группами избирателей является исключительно сложной социально-технологической проблемой. Она требует решения не только на основе опыта и здравого смысла, но прежде всего на основе научных исследований.

Последнее обстоятельство особенно важно при организации работы с молодыми избирателями в силу нескольких причин:

во-первых, современный молодежный электорат через несколько лет будет определять политический процесс в России;

во-вторых, потенциал молодежи недостаточно востребован в ходе выборов различных уровней. Во многих случаях поведение молодежи на выборах в силу объективных и субъективных причин характеризуется высоким уровнем пассивности. Не случайно авторы доклада «Положение молодежи и реализация государственной молодежной политики в Российской Федерации: 2000 - 2001 годы» отмечают: «Как свидетельствуют итоги выборов, реальных возможностей для практического осуществления политического выбора посредством голосования у молодых россиян мало. В то же время многие из них не воспользовались правом голоса, продемонстрировав политический нигилизм»¹;

в-третьих, молодые избиратели характеризуются рядом особенностей, определяющих специфику их сознания и общественного статуса. В частности, им, более чем некоторым другим социальным группам, присуще недоверие к политике, склонность к крайним оценкам и политическому экстремизму. Поэтому работа с молодежной аудиторией требует особой осторожности и последовательности, обязательного концептуального самоопределения и стратегического планирования. А это возможно лишь при условии хорошей теоретической подготовки организаторов выборов.

Таким образом, *актуальность* исследования темы определяется:

- сложностью задачи работы с молодыми избирателями, решаемой органами государственной и местной власти;
- необходимостью активизации электоральной активности молодежи, использования ее избирательного потенциала в интересах общества и самих молодых людей.

Степень изученности темы.

Избирательный процесс является сегодня объектом пристального изучения специалистов в различных областях научного знания. В работах Анохина М.Г., Гунеля М, Гуровой В.Л., Веденева Ю.А., Емельянова Н.А., Лейпхарта А., Лесникова Г.П., Шабо Ж.Л., в диссертациях Болховитиной Т.С., Мартынова С.А., Тер-Газаряна А.В., Устинова Д.Ю. проанализированы место и роль выбо-

¹ Положение молодежи и реализация государственной молодежной политики в Российской Федерации: 2000 -2001 годы. - М, 2002. - С. 106.

ров в системе демократической власти, в формировании и функционировании политических институтов.

Значительное число работ посвящено исследованию особенностей избирательного процесса в России (Ваньков В.А., Веденеев Ю.А., Воронцова А.Б., Гельман В.Я., Звоновский В.Б., Зотова З.М., Колосов В.А., Туровский Р.Ф., Тавокин Е.П.). Среди этих исследований выделяются три основные группы: во-первых, посвященные анализу конкретных избирательных кампаний; во-вторых, исследующие политический механизм выборов в России; в-третьих, анализирующие нормативно-правовую базу избирательного процесса. Часть из рассматриваемых работ представляет собой публикацию электоральной статистики и данных социологических исследований, осуществленных в период избирательных кампаний¹.

Особую группу составляют исследования, в которых рассматриваются технологии организации избирательного процесса, осуществленные Большаковым С.В., Зотовой З.М., Ковлером А.И., Малкиным Е., Недяком И.Л., Фаером С.А.

Для настоящего исследования имеют большое значение публикации Благаевой-Таневой Б.И., Караваевой В.А., Морозовой Е.В., Нарсеянца В.С., посвященные анализу политико-правовой культуры российского общества, которая выступает в качестве общей категории по отношению к избирательной культуре. Следует отметить, что в публикациях Бабинцева В.П., Кривец А.П., Плетнева Н.Т. проанализирован ряд аспектов политической и избирательной культуры населения Белгородской области, в том числе и молодежи. В них подчеркивается особая роль ценностей в формировании избирательной культуры, формулируется заключение о необходимости технологизации процесса управления избирательными кампаниями.

Существенное значение для решения проблем исследования представляют книги и статьи Зубок Ю.А., Ильинского И.М., Лисовского В.Т., Криворученко В.К., Ковалевой А.И., Козлова А.А., Коврижных Ю.В., Левичевой В.Д., Мацуева А.Н., Нехаева В.В., Петровой Т.Э., Родионова В.А., Уильямса К., Чупрова В.И., посвященные изучению статуса молодежи в российском социуме, характеру современных молодежных проблем. Исключительно важными выводами, сформулированными в работах этих и ряда других авторов, являются положения о молодежи как стратегическом ресурсе социально-политических изменений в российском социуме, а также о превращении ее в лидирующую общественную группу.

При подготовке диссертационного исследования автором использовались выводы, сформулированные в ходе изучения процесса социального управления,

¹ См.: Выборы глав исполнительной власти субъектов Российской Федерации, 1995 — 1997: электоральная статистика // Центральная избирательная комиссия Российской Федерации. - М., 1997; Выборы в законодательные (представительные) органы государственной власти субъектов Российской Федерации, 1995 - 1997: электоральная статистика // Центральная избирательная комиссия Российской Федерации. — М., 1997; Дополнительные выборы и замещение вакантных мандатов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации, 1996 — 1998: электоральная статистика // Центральная избирательная комиссия Российской Федерации. - М., 1999.

социальных технологий, социального проектирования и прогнозирования, социальной инноватики Бестужевым-Ладой И.В., Данакиным Н.С., Дятченко Л.Я., Котельниковым Г.А., Луковым В.А., Патрушевым В.И., Усмановым Б.Ф.¹

Итак, анализ состояния изученности темы исследования позволяет утверждать, что ряд ее аспектов обстоятельно рассмотрен в отечественной литературе. В то же время практически не изучена проблема структуры избирательной культуры молодежи на региональном уровне, не предпринята попытка ее типологии, а также выявления специфики молодежного электорального поведения по отношению к другим группам населения. В абсолютном большинстве исследований отечественных авторов не предпринимается попытка выявить специфику технологий работы с молодежью в ходе организации региональных избирательных кампаний.

На основе имеющихся теоретических разработок, фактического и социологического материала представляется возможным восполнить эти пробелы.

Представление об актуальности темы и степени ее разработанности в научной литературе дает основание для формулировки основной *проблемы* исследования. Она заключается в существовании противоречия между объективной потребностью в эффективной организации выборов, которая позволяет максимально обеспечить выполнение ими своих функций, и неопределенностью теоретических интерпретаций формальных и содержательных аспектов данной деятельности.

Объект исследования - организация работы с молодежью в региональных избирательных кампаниях. *Предмет* исследования - системные субъектно-объектные взаимодействия и взаимосвязи, возникающие в ходе работы с молодежью при проведении избирательных кампаний.

Целью исследования является обоснование и разработка эффективной технологии организации и управления избирательными кампаниями в молодежной среде.

Задачи исследования:

- теоретический анализ проблемы участия молодежи в региональных избирательных кампаниях;
- исследование электорального сознания и поведения молодежи региона;
- обоснование технологий работы с молодежью в условиях конкретных избирательных кампаний.

Методологические основы исследования.

Базисными методологическими установками проведенного исследования явились теоретические подходы к объяснению мотивов рационального поведе-

¹ См.: Бестужев-Лада И.В. Поисковое социальное прогнозирование: перспективные проблемы общества. Опыт систематизации. — М., 1984; Данакин Н.С. Теоретические и методические основы проектирования технологий социального управления. — Белгород, 1996; Девятко И.Ф. Диагностическая процедура в социологии. Очерк истории и теории. - М., 1993; Дятченко Л.Я. Социальные технологии в управлении общественными процессами. - М., 1993; Котельников Г.А. Теоретические основы синергетики. - Белгород, 1998; Луков В.А. Социальное проектирование. - М., 1997; Основы современного социального управления / Под ред. В.Н.Иванова. - М., 2000; Тощенко Ж.Т. Социология. - М., 1994; Усманов Б.Ф. Социальная инноватика. - М., 2000.

ния человека, его социальной и политической активности.

Анализ мотивов избирательного поведения молодежи осуществлен в соответствии с **классификацией социального действия, предложенной М. Вебером**. Социальное действие, по его мнению, может быть: 1) *целерациональным*, если в его основе лежит ожидание определенного поведения предметов внешнего мира и других людей и использование этого ожидания в качестве «условий» или «средств» для достижения своей рационально поставленной и продуманной цели; 2) *ценностно-рациональным*, основанным на вере в безусловную - эстетическую, религиозную или любую другую - *самодовлеющую* ценность определенного поведения как такового, независимо от того, к чему оно приведет; 3) *аффективным*, прежде всего эмоциональным, то есть обусловленным аффектами или *эмоциональным* состоянием индивида; 4) *традиционным*, то есть основанным на длительной привычке¹.

Предложенная классификация дает возможность типологизировать электоральное поведение молодежи, выявить его основные мотивы.

В свою очередь *социокультурный подход* разработанный в своей основе П.Сорокиным позволяет рассматривать электоральное поведение молодых людей в его соотношении с социумом, с характером культуры, типом социальности. П.Сорокин разъяснял: «Структура социокультурного взаимодействия ... имеет три аспекта, неотделимых друг от друга: 1) личность как субъект взаимодействия; 2) общество как совокупность взаимодействующих индивидов с его социокультурными отношениями и процессами; 3) культура как совокупность значений, ценностей и норм, которые объективируют, социализируют и раскрывают эти значения. Ни один из членов этой неразделимой триады (личность, общество и культура) не может существовать без двух других»².

Применение теории социокультурной динамики позволяет исследовать электоральное поведение молодежи как своеобразную результирующую взаимодействия родовой модели социокультурных явлений и современной социальной действительности. Его структура может быть представлена как пересечение и комбинация рефлексивной и коммуникативной осей. Функцию опосредования при этом выполняет избирательная культура (как частный случай политической культуры), ядром которой являются ценности.

В диссертации были использованы общенаучные методы познания, применяющиеся в социологической науке. В том числе программно-целевой, конкретно-социологический, структурно-функциональный, а также принципы сравнительно-исторического, типологического, системного анализа и обобщения.

Эмпирические источники исследования.

В качестве эмпирических источников исследования выступают:

1. Статистические материалы, характеризующие современное положение молодежи, а также уровень ее электоральной активности в различных избирательных кампаниях.

Вебер М. Основные социологические понятия // Западно-европейская социология XIX - начала XX веков / Под ред. В. И. Добренкова. - М, 1996. - С. 494.

² См.: Сорокин П. Человек, цивилизация, общество. - М, 1992. - С. 218.

2. Социологические исследования политических ориентации и избирательной активности, проведенные в молодежной среде в ряде регионов России. В том числе:

а) материалы исследования «Молодежь России», осуществленного Институтом молодежи в 1997 году (выборочная совокупность - 1897 респондентов)¹;

б) Россия и президентские выборы (2000 год; N = 4600)²;

в) отношение москвичей к прошедшим в стране выборам депутатов Государственной Думы РФ (2000 год; N = 700)³

3. Исследования, проведенные в Белгородской области в 90-е годы. Среди них:

а) «Молодежь России» (1999 год - объем выборки 500 человек);

б) «Социальное положение сельской молодежи и специфика государственной молодежной политики на селе» (объем выборки - 1200 человек).

4. Исследования, проведенные соискателем и при его участии:

а) «Отношение белгородской молодежи к выборам Президента РФ» (март 2000 года; N = 500);

б) «Избирательная культура молодежи Белгородской области» (январь 2001 года; N = 800);

в) «Электоральное поведение молодежи в 2002 году (На материалах России и Украины)» (объем выборки - 2876 молодых людей в возрасте от 18 до 29 лет в Белгородской и Волгоградской областях России, а также в Харьковской области Украины).

В диссертации использовались материалы сайтов Центральной избирательной комиссии РФ и избирательной комиссии Белгородской области⁴.

Научная новизна исследования состоит в том, что в нем:

— разработана концепция исследования процесса участия молодежи в региональных избирательных кампаниях, рассматривающая его как совокупность способов самоорганизации политической жизни, в основе которых лежат ценностно-целевые установки молодых избирателей;

— осуществлена типология электорального сознания и поведения молодежи в условиях региональных избирательных кампаний;

— теоретически обоснованы технологии работы с молодежью в ходе избирательных кампаний, определены условия их эффективности.

Положения, выносимые на защиту:

1. Организация молодых избирателей, обеспечение условий для их эффективного участия в выборах представляет одно из направлений деятельности субъекта управления - органов государственной и местной власти. Она направлена на интеграцию молодежи в социально-политический процесс посредством

¹ См.: Молодежь 97: надежды и разочарования. - М., 1997.

² См.: Россия и президентские выборы 2000 г. - М., 2000.

³ См.: Опросы москвичей. - М., 2001.

⁴ См.: Центральная избирательная комиссия Российской Федерации. - Режим доступа к изд.: http://Avwww.fci.ru/m_menu.htm; Систем. требования: ШМ РС Internet Explorer, Избирательная комиссия Белгородской области. - Режим доступа к изд.: <http://Avwww.dir.ru/russia/beiporod/index.htm>. - Систем. требования: ШМ РС Internet Explorer.

стимулирования ее интереса к политике. Условиями, обеспечивающими решение социальных задач в ходе данного вида управленческой деятельности, являются: соблюдение конституционно-правовых и моральных норм, достижение баланса интересов большинства акторов избирательного процесса с учетом социально-политической перспективы развития общества; активное участие самой молодежи в подготовке и проведении избирательных кампаний.

2. Преобладающим способом самоорганизации жизни большинства молодых избирателей является жизненная форма, которая в качестве доминирующей черты электорального поведения предопределяет ориентацию на личные, прежде всего, материальные потребности. К числу ведущих факторов, определяющих поведение молодых избирателей, относятся: структура и острота жизненных проблем молодежи, доминирующие в обществе в целом и в референтном окружении ценности, степень включенности молодых людей в систему политико-властных отношений.

3. Работа с молодежью в ходе избирательных кампаний может рассматриваться как совокупность технологий, которые включают в себя анализ интересов молодежи в сфере политики, ее общественно-политических ориентации. Практические мероприятия, реализуемые в ходе избирательного цикла, связаны с осуществлением четырех групп технологических процедур. Прежде всего это процедуры, направленные на решение проблем молодежи, на улучшение качества ее жизни. Вторая группа - информационные технологии, направленные на разъяснение особенностей избирательного процесса и механизмов его нормативно-правового регулирования. Третья группа - технологии, обеспечивающие повышение электоральной культуры молодежи. Наконец, четвертая группа — агитационные мобилизующие мероприятия.

Научно-практическая значимость диссертационного исследования заключается в том, что в нем сформулированы практические рекомендации по организации и управлению избирательными кампаниями в молодежной среде. В диссертации обоснованы предложения для органов государственной и муниципальной власти, направленные на повышение электоральной активности и развитие электоральной культуры молодежи.

Программа и инструментарий социологического исследования, разработанные при подготовке диссертации, могут применяться для диагностики электорального поведения молодежи.

Выводы диссертации могут быть использованы в учебном процессе в вузах Российской Федерации при чтении общих и специальных курсов по социологии, политологии, политическому управлению, управлению общественными отношениями.

Материалы исследования могут применяться при организации клубов молодых избирателей.

Апробация полученных выводов осуществлялась в ходе участия соискателя в организации избирательных кампаний в Белгородской области и в г. Белгороде в 1999 - 2003 гг. Апробация результатов диссертации происходила также в выступлениях на коллегии Управления по делам молодежи администрации Белгородской области, на международных всероссийских и региональных на-

учно-практических конференциях и семинарах: «Научное обеспечение молодежной политики» (Москва, 2000); «Формирование управленческого кадрового потенциала в регионе» (Белгород, 2002 г.); Всероссийский семинар «Актуальные вопросы гражданского и патриотического воспитания молодежи» (Старый Оскол, 2001 г.).

По теме диссертации опубликовано 10 научных работ, в том числе одна монография.

Выводы и положения диссертации использовались при подготовке докладов о положении молодежи Белгородской области, областных молодежных программ.

Диссертация обсуждена и рекомендована к защите на заседании кафедры социальных технологий Белгородского государственного университета.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первом разделе работы «Теоретический анализ проблемы работы с молодежью в региональных избирательных кампаниях» подчеркивается, что проблема управления поведением избирателей имеет два не совпадающих друг с другом аспекта. Первый связан с формированием и изменением электоральных предпочтений в интересах тех или иных кандидатов или избирательных объединений. Второй аспект, который анализируется в работе, заключается в организации молодых избирателей, в обеспечении их максимального участия в выборах. В основе данной деятельности лежит убеждение, что в демократических или развивающихся в направлении к демократии государствах выборы (и референдумы) остаются пока наиболее массовой формой политического участия. Для многих молодых граждан это практически единственная возможность заявить о своих интересах, попытаться защитить их и оказать воздействие на органы власти. Социальное регулирование поведением в этом случае не противоречит регулирующим избирательный процесс конституционно-правовым нормам.

Такую работу осуществляют органы государственной и муниципальной власти, избирательные комиссии, некоторые общественно-политические объединения. Эффективность этой деятельности в значительной степени определяется способностью субъектов социального управления проанализировать электоральное поведение молодежи, опираясь на обоснованные в современной социальной философии и социологии концепции активности, соотношения активности и пассивности, отличия активного поведения человека от деятельности вообще.

В широком смысле электоральное поведение молодежи - это форма участия молодежи в политической жизни общества, которое детерминировано множеством разноплановых факторов. Систематизировать эти факторы позволяет категория политического хронотопа, представляющая собой теоретическую конструкцию, создающую возможность анализировать реальность как пространственно-временное единство прошлого, настоящего и будущего. Идея

хронотопа позволяет выявить особенности электоральной ситуации в конкретных регионах России.

В частности, наиболее существенными чертами хронотопа Белгородской области, которые следует принимать во внимание при анализе поведения молодых избирателей в конкретных кампаниях, являются: пограничное положение; относительно «короткая политическая история» в новейшее время; значительное влияние патриархально-подданнических традиций в политической культуре; политическая стабильность; наличие значительных перспектив динамичного развития в наступившем столетии. Наряду с этими специфическими характеристиками регионального политического развития, влияющими на электоральное поведение молодежи, существуют универсальные факторы влияния, типичные для различных субъектов Российской Федерации.

Основными факторами, определяющими уровень политического участия молодых избирателей в выборах, является целенаправленная деятельность главных акторов избирательного процесса: политических партий, органов власти и управления, СМИ. Влияние этих факторов на электоральное поведение молодежи опосредуется через механизм интериоризации ценностей и через призму личных жизненных проблем.

Интериоризация политических ценностей наиболее эффективно осуществляется в ходе практического участия в избирательном процессе путем включения молодого человека в «электоральную среду», которая имеет свои традиции участия или неучастия в выборах, специфические электоральные ценности.

Деятельность по организации избирательных кампаний в молодежной среде требует соотнесения и согласования с этими ценностями ценностно-целевых установок субъектов управления, то есть государственных и муниципальных структур. Это представляется довольно сложной задачей, требующей выполнения системы правил, к числу которых относятся: соблюдение конституционно-правовых норм; достижение баланса интересов большинства акторов избирательного процесса; учет социально-политической перспективы, а также специфики объекта управленческого воздействия.

Оказывая воздействие на молодежное электоральное поведение, молодежь необходимо принимать такой, какая она есть, и не морализировать по поводу ее поведения. Не следует создавать предвзятого мнения о молодежи; целесообразно формировать максимально благоприятные условия для участия молодых людей в выборах; своевременно предоставлять им полную информацию об избирательном процессе; постоянно учитывать мнение молодых избирателей обо всех значимых проблемах электоральной деятельности; исключать любые действия, оказывающие деструктивное влияние на молодежное сознание.

На основе стратегии, сформированной с учетом перечисленных правил, логически обоснованными и оправданными представляются следующие цели организации региональных избирательных кампаний в молодежной среде: политическое информирование молодых избирателей; разъяснительная работа, ориентированная на формирование позитивного имиджа выборов как демокра-

тического института; создание условий для конструктивного участия граждан в предвыборной деятельности; обеспечение реальных возможностей для волеизъявления.

Работа по этим направлениям должна быть ориентирована на решение двух важнейших задач: оптимизацию действия внешних факторов и коррекцию внутриличностного механизма детерминации электорального поведения.

Эффективность решения первой задачи определяется не только качеством работы организаторов избирательных кампаний, но и возможностью корректировки влияния внешних факторов, определяющих поведение избирателей. Наименее подвержены такому влиянию господствующие паттерны ценностей, макросоциальные и статусные факторы. Напротив, ситуационные факторы наиболее управляемы.

Вторая задача решается в процессе разработки и применения политико-идеологических и социально-психологических решений и действий. К ним относятся следующие:

- целенаправленное формирование электоральных ценностей конкретной личности;
- корректировка индивидуальных свойств личности, способных оказать влияние на ее электоральный выбор;
- целенаправленное воздействие на электоральные интересы граждан, выступающее как следствие изменения их ценностей и личностных характеристик, а также - как результат изменения жизненной ситуации;
- создание системы стимулов, повышающих электоральную активность молодежи;
- формирование мотиваций, которые хотя и выступают как отражение в сознании людей их объективных потребностей и интересов, но также могут меняться в результате систематического управленческого воздействия.

Во втором разделе диссертации «Электоральное сознание и поведение молодежи» подчеркивается, что доминирующей чертой сознания и поведения молодежи в региональных избирательных кампаниях является вполне естественное стремление удовлетворить свои индивидуальные потребности, реализовать жизненные цели, что в основном соответствует самоорганизации жизни по модели «жизненная форма».

Готовность молодежи к участию в выборах коррелирует с их статусными представлениями, сложившимися у молодых людей. Данное представление определяется авторитетом должности или органа власти в молодежной среде и одновременно - степенью доверия к ним со стороны молодых граждан. Молодежь наиболее охотно выбирает тех, кто, по ее мнению, способен реально изменить ситуацию в стране или регионе и в состоянии решить ее жизненные проблемы.

Результаты социологических исследований в молодежной среде дают основание утверждать, что современная российская молодежь в своем большинстве не утратила социетальную (направленную на решение общественных проблем) ориентацию действий и поступков и не замкнута лишь на собственные эгоистические интересы. Показательно, что в ходе исследования «Электораль-

ное поведение молодежи в 2002 году (на материалах России и Украины)» 49.3% молодых белгородских избирателей, объясняя причины своего участия в выборах, сослались на мотивы социального призвания (социального служения); 7.8 % - на требование закона; на корпоративную солидарность - 11%. Среди волгоградских молодых избирателей сторонники каждого из типичных позитивных мотивов участия составили соответственно 39.1%; 10.4% и 6.7%.

Влияние социетальных мотивов электоральной деятельности проявляется и в объяснении молодыми людьми причин собственной пассивности. Основной мотив неучастия молодежи в выборах - отрицательное отношение к конкретным избирательным технологиям. По результатам исследований данная мотивация характерна для почти 50% молодых избирателей. Поведение около одной трети молодежи характеризуется неосознанным отказом от участия в голосовании. Мотивы негативного восприятия выборов вообще и возложения ответственности на других характерны для небольших групп молодежи, каждая из которых составляет около 10% респондентов.

Мотивы отрицательного отношения к выборам как к политическому институту и к конкретным избирательным технологиям прямо связаны с молодежными ценностями, составляющими основу жизненной позиции разных групп в ее составе. Следовательно, можно утверждать, что наряду с жизненными формами, электоральное поведение части молодых людей организуется по модели «жизненная позиция». Одновременно для молодежи значительно меньшее значение имеет мотив отношения к выборам как к рутинному, формальному событию.

Однако, несмотря на большую роль ценностей в определении электорального поведения, исследования дают основание считать, что в молодежной среде мы все чаще встречаемся с превалированием целерационального (по классификации М. Вебера) политического поведения в противовес ценностно-рациональному, более свойственному старшим поколениям.

Тем не менее, для большей части современной молодежи пока не характерно участие в выборах, основанное на самоорганизации жизни по модели жизненной стратегии, которая представляет собой следствие сознательного, рационального выбора как возможности на практике реализовать свои разнообразные интересы.

В настоящее время меняется оценка молодежью возможностей выборов как формы политического участия и влияния. Если в 1997 году лишь 39.9% молодых белгородцев рассматривали голосование в ходе выборов как эффективную форму политического участия, то в 2002 году его считали очень эффективной и достаточно эффективной формой уже 58.9% молодых белгородцев. Среди молодежи Волгоградской области данный показатель составил 68.1%.

Проведенные в процессе подготовки диссертации исследования позволяют выявить примерное соотношение сторонников различных типов электорального поведения среди молодежи.

Во-первых, около 20% молодых людей не руководствуются более или менее ясно выраженными установками в отношении выборов. Они не включены в избирательный процесс, не знают о ходе кампаний и не интересуются их развитием.

Во-вторых, около 40 % определяют свое избирательное поведение на основе парадигмы жизненной формы и руководствуются в ходе избирательного цикла преимущественно индивидуальными витальными ценностями.

В-третьих, около одной пятой строят свое участие в выборах на основе модели жизненной позиции. Характерная для них апелляция к идее «честных выборов» отражает конкретные ценностные установки респондентов.

В-четвертых, около одной пятой реализуют свои цели в избирательных кампаниях на основе парадигмы жизненных планов - жизненных сценариев.

Исследования подтвердили, что наиболее значительное влияние на электоральное поведение молодежи оказывает восприятие личных жизненных проблем, относящееся к ситуативной группе внешних факторов. Выборы рассматриваются молодыми людьми преимущественно под углом зрения их жизненного положения. Ухудшение или улучшение жизни в ходе одного или нескольких избирательных циклов способно оказать прямо противоположное воздействие на развитие избирательного процесса и понизить или повысить электоральную активность.

Самоопределение молодежи в конкретной ситуации избирательной кампании определяется и спецификой ее восприятия общественных проблем. На основе его решается вопрос о доверии (или недоверии) к власти. При условии высокого уровня доверия электоральный потенциал молодежи повышается, рост недоверия ведет к его понижению.

Позитивное влияние на электоральную активность способна оказать включенность молодых людей в деятельность политических партий. Однако она не характерна для этой группы избирателей. Большинство молодых людей не знакомы с деятельностью партий и с идеологией общественно-политических течений. Более всего молодым людям известны радикальные течения - коммунизм и национал-социализм. Наименее известными в молодежной среде являются христианский демократизм, консерватизм и национал-патриотизм. При этом 24.9 % молодых белгородцев затруднились отнести себя к сторонникам какой-либо политической силы; 23 % заявили, что не относятся ни к какому из названных политических направлений. Таким образом, политические факторы не принадлежат к числу наиболее значимых «мотиваторов» поведения молодых избирателей.

Для поведения молодых избирателей важное значение имеет типичная для российского социума ситуация социального ожидания. Большая часть молодежи готова принять идею активного участия в выборах при условии улучшения своей жизненной ситуации, поэтому реализация такой возможности на региональном уровне связана с осуществлением конкретных социальных проектов, ориентированных на молодежь.

Третий раздел диссертации - «Технологии организации молодежного электората».

В нем отмечается, что успешное решение задачи поиска оптимальных форм управления избирательной кампанией может быть найдено лишь при условии технологизации процесса, предусматривающего рациональное расчленение организаторской деятельности на процедуры с их последующей координа-

цией и синхронизацией. При этом «технологический» эффект достигается путем операционализации процесса управления; четкого распределения операций между исполнителями и исключения «необеспеченных» функций; координации действий исполнителей; алгоритмизации деятельности и экономии ресурсов за счет сокращения времени на поиски, выбор вариантов поведения.

Применение методики проблемно-целевого ромба дает возможность выявить иерархию проблем и целей в процессе работы с молодежью в ходе избирательной кампании. Ключевой проблемой является преодоление противоречия между реальным электоральным поведением молодых людей и необходимостью их активного участия в выборах.

Иерархия проблем, поэтапно восходящих к ключевой проблеме, выглядит следующим образом: исходная (частная) проблема - определение субъектов управления, в чью компетенцию входит организация работы с молодежью; проблема второго порядка - анализ состояния объекта организационного воздействия, то есть социально-политических интересов и ориентации молодежи; проблема третьего порядка - выбор стратегии организаторской деятельности с учетом интересов и ориентации молодежи; проблема четвертого порядка - поиск оптимальных форм организации молодежного электората; проблема пятого порядка - создание условий, обеспечивающих эффективность усилий по активизации молодежного электората.

Цели ранжируются следующим образом: конкретная цель - институционализация субъектов управления избирательными кампаниями; цель второго уровня - социальная диагностика избирательной культуры и избирательного поведения различных категорий молодежи; цель третьего уровня - формулировка концепции избирательной кампании; цель четвертого уровня - планирование деятельности по организации избирательной кампании в молодежной среде; цель пятого уровня - реализация системы мер, мобилизующих молодежный электорат, конечная цель - обеспечение эффективного участия молодежи в избирательном процессе в соответствии с конституционно-правовыми и социальными нормами.

Предложенная иерархия проблем и целей организации избирательных кампаний дает основание представить эту деятельность в виде последовательных процедур.

/. *Технологии институционализации субъектов управления.* Несмотря на то что основная функция по организации выборов возложена на избирательные комиссии, работа с молодежью становится более эффективной при условии создания на базе структуры по делам молодежи (комитета, управления или отдела) в органах исполнительной власти специального органа, оказывающего содействие избирательным комиссиям в организации выборов. Такой орган представляет собой формальную организацию особого типа. Формальный статус организации проявляется в том, что она основана на административных принципах, четком определении рабочих мест, функциональных обязанностей, прав и полномочий. Эти права, полномочия и обязанности дополнительно возлагаются на работников молодежных структур и добровольно принимаются представителями негосударственных институтов.

Особый характер организации определяется незавершенностью процессов формализации складывающихся в ней отношений и связей. Данная структура носит временный характер, прекращая работу по завершению конкретного избирательного цикла; в ней принимают участие представители других, органов власти и управления, а также институтов гражданского общества.

2. Технологии социальной диагностики избирательной культуры и избирательного поведения различных категорий молодежи.

Решение данной задачи обеспечивается технологически корректной постановкой диагностической работы, которая должна вестись по двум направлениям: во-первых, след>ет определить правила диагностики, учитывающие ее цели, содержание и требования к полученным результатам; во-вторых, необходимо сформировать стабильный и эффективно работающий механизм проведения диагностических процедур.

Оптимальную организационную модель социальной диагностики необходимо строить с учетом нескольких требований: характер диагностических процедур должен максимально соответствовать целям организации избирательных кампаний; в ходе исследований важно исходить из принципа полезности полученной информации для работы субъектов организаторской деятельности; важнейшим условием результативности диагностики является мобильность специалистов, ведущих эту работу; при проведении диагностики целесообразно исходить из соображений относительно невысокой затратности; для социологов крайне важна политическая нейтральность, неангажированность.

3. Формулировка концепции избирательной кампании.

Стратегия организации избирательной кампании воплощается в ее концепцию, которая обычно включает в себя несколько элементов: анализ особенностей предстоящего избирательного цикла; формулировку целей и задач деятельности по организации избирательной кампании, которые могут быть определены на основе алгоритма проблемно-целевого ромба; прогнозирование поведения различных групп молодежного электората; выявление магистральных тем, позволяющих мобилизовать молодежь для участия в выборах, и на этой основе разработка символов, лозунгов и слоганов; обоснование и применение наиболее эффективных технологии воздействия на молодежь, определение необходимых ресурсов, а также методов взаимодействия с другими участниками избирательной кампании.

4. Планирование работы по организации избирательных кампаний в молодежной среде.

Основными правилами планирования являются: правило ресурсов; правило времени; правило места и правило последствий. Правило ресурсов требует сбалансированного применения экономических, социальных, административных культурно-информационных и кадровых ресурсов с учетом решаемых задач и специфики молодежи как объекта управления. В соответствии с правилами места и времени необходимо учитывать специфику политического хронотоп региона, а также особенности социально-экономической ситуации. Соблюдая правило последствий, организаторы выборов должны максимально точно прогнозировать возможные позитивные и негативные результаты своей деятельности.

5. Процедуры мобилизации молодежи.

Они делятся на четыре основные группы. Прежде всего - это процедуры, направленные на решение проблем молодежи, на улучшение качества ее жизни. При условии их эффективности существенно повышается активность молодых избирателей, усиливается социальная мотивация в их поведении. Вторая группа - информационные технологии, направленные на разъяснение особенностей избирательного процесса и его нормативно-правового регулирования. Третья группа - процедуры, направленные на повышение электоральной культуры молодежи. Наконец, четвертая группа - агитационные мобилизующие мероприятия, которые обычно реализуются с помощью массовой культуры.

В *заключении* подводятся итоги исследования, формулируются основные выводы, даются рекомендации по их практическому применению и определяются направления дальнейшего исследования проблемы.

По теме диссертации опубликованы следующие работы:

1. Скурятин В.И. Организация избирательных кампаний в молодежной среде. - Белгород: Управление по делам молодежи администрации Белгородской области, Белгородский филиал ОРАГС, 2003. - 11 пл.

2. Скурятин В.И. Молодежь Белгородской области на рубеже веков. - Белгород: Управление по делам молодежи администрации Белгородской области, 2001. - 12 пл. (в соавторстве, вклад соискателя 25 %).

3. Скурятин В.И. Технологии организации и мобилизации молодежного электората // Современные технологии социального управления. - Белгород: Управление по делам молодежи администрации Белгородской области, Белгородский филиал ОРАГС, 2003. - 0.8 пл.

4. Скурятин В.И. Формирование системы рекрутирования молодежи в состав региональной управленческой элиты // Формирование управленческого кадрового потенциала в регионе. Сборник материалов межрегиональной научно-практической конференции, состоявшейся в городе Белгороде 24 мая 2002 года. - Белгород: БФ ОРАГС, 2002. - 0.2 пл. (в соавторстве, вклад соискателя 50 %).

5. Скурятин В.И. Повышение качества жизни как задача молодежной политики в Белгородской области // Устойчивое развитие региона: социально-экономические и политические аспекты (сборник научных статей и методических разработок преподавателей, аспирантов и слушателей). - Белгород: БФ ОРАГС, 2002. - 0.2 пл. (в соавторстве, вклад соискателя 50 %).

6. Скурятин В.И. Избирательная культура молодежи (по материалам исследований в Белгородской области) // Становление социально-правовой государственности в России: новые теоретические подходы и современные политические практики. - Орел: ОРАГС, 2002. - 0.2 пл.

7. Скурятин В.И. Электоральные предпочтения белгородской молодежи в период президентской избирательной кампании 2000 года. Опыт анализа //

Сборник научных работ преподавателей и аспирантов кафедры политологии и права. - Белгород: БГСХА, 2001. - Вып.2. - 0,5 пл.

8. Скурятин В.И. Гражданская политическая культура молодежи: утопия или реальность? // Актуальные вопросы гражданского и патриотического воспитания молодежи. — Старый Оскол, 2001.-0,4 пл.

9. Скурятин В.И. Оптимизация управления региональной молодежной политикой (на примере Белгородской области) // Сборник научных работ преподавателей и аспирантов кафедры экономической теории и политологии. - Белгород: БГСХА, 2000. - 0,8 пл. (в соавторстве, вклад соискателя -50%)/

10. Скурятин В.И. Особенности избирательной культуры белгородской молодежи. Диагностика и прогнозирование социальных процессов. // Сборник научных трудов кафедры социологии / Под редакцией Г.А. Котельникова. - Белгород: БелГТАСМ; Крестьянское дело, 2002. - Вып.4 - 0,8 пл.

**Подписано в печать 29.03.04. Формат 60x84/16
Гарнитура Times Усл. п. л. 1,14. Заказ 65. Тираж 100 экз
Оригинал-макет подготовлен и тиражирован в издательстве
Белгородского государственного университета
308015 г. Белгород, ул. Победы, 85**

№ - 6255