

DOI: 10.26794/2226-7867-2019-9-2-50-57

УДК 374.32(045)

## ЭЛЕКТОРАЛЬНОЕ УЧАСТИЕ МОЛОДЕЖИ В ВЫБОРАХ ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ 2018 ГОДА\*

**Пырма Роман Васильевич,**

канд. полит. наук, доцент Департамента политологии и массовых коммуникаций,

Финансовый университет,

Москва, Россия

[pyrma@gmail.com](mailto:pyrma@gmail.com)

**Аннотация.** *Выборы Президента РФ, прошедшие 18 марта 2018 г., показали рост электоральной активности среди молодого поколения избирателей. Данное обстоятельство подвигает пересмотреть существующие представления о выраженном абсентеизме российской молодежи, отсутствии сформированной модели поведения электорального участия и общем неприятии политики. Автор рассматривает общественно-политические и технологические факторы, повлиявшие на повышение электорального участия российской молодежи.*

**Ключевые слова:** *политическое поведение; электоральное участие; абсентеизм; молодежь; электоральные предпочтения; политические технологии*

## ELECTORAL PARTICIPATION OF YOUTH IN THE ELECTION OF THE PRESIDENT OF RUSSIAN FEDERATION IN 2018\*\*

**Pyрма R.V.,**

Cand. Sci. (Political Science), Associate Professor of Department  
of Political Science and Mass Communications, Financial University,  
Moscow, Russia

[pyrma@gmail.com](mailto:pyrma@gmail.com)

**Abstract.** *Election of the President of the Russian Federation held 18 March 2018, showed an increase in electoral activity among the younger generation of voters. This circumstance prompts to reconsider the existing ideas about the expressed absenteeism of the Russian youth, the absence of the formed pattern of behaviour of electoral participation and the general rejection of politics. The author examines the socio-political and technological factors that influenced the increase in the electoral participation of Russian youth.*

**Keywords:** *political behaviour; electoral participation; absenteeism; youth; electoral preferences; political technologies*

---

\* Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета.

\*\* The article is prepared according to the results of studies carried out at the expense of budgetary funds on the state task of the Financial University.

## ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

В российских исследованиях политической активности молодежи прослеживается характерная двойственность. Молодое поколение исследователи определяют как пассивную электоральную группу, которой присущи абсентеистские настроения [1]. Вместе с тем молодежь рассматривается как потенциально активная социальная группа, предрасположенная к активным протестным действиям [2].

В ряде исследований предприняты попытки выявить зависимость политического поведения молодежи от системы ценностей, мотивов и установок, составляющих основу политического сознания. Исследователи уделяют внимание формированию массовых представлений молодежи, восприятию социальных противоречий российского общества и причинам низкой гражданской активности молодежи [3–5]. Степень вовлеченности молодежи в политическую деятельность и ее протестный потенциал также связывают с формированием ценностных установок [6]. В некоторых исследованиях молодежь выступает в качестве объекта и субъекта политического процесса [7]. Ввиду неоднозначности характера общественной активности молодежи некоторые исследователи обосновывают необходимость управления ее политическим поведением и направленного формирования системы ценностей социальной группы молодежи в условиях общественных трансформаций [8].

Предметно электоральная активность молодежи рассматривается в различных ракурсах воздействия политических акторов, молодежного лидерства, технологиях привлечения к участию в выборах и детерминации политической культуры [9]. Отдельные исследователи выявляют социальные факторы управления поведением молодых избирателей [10]. Электоральное поведение молодежи рассматривается в ряде исследований как следствие политической социализации [11]. Некоторые исследователи характерные особенности политического участия молодого поколения объясняют произошедшей «дефектной» социализацией, формулируя следующее спорное утверждение: если по статистическим данным электоральная активность российской молодежи соответствует аналогичному показателю в большинстве европейских стран, то в социальных ролях существует различия, так как российская молодежь предпочитает позицию отстраненного зрителя [12].

Между тем, европейские исследователи выявили определенные зависимости возраста и трех типов политического участия: голосование, демонстрации и подписание петиций. Сравнительный анализ трех крупнейших европейских стран (Германии, Франции и Великобритании) показывает, что молодежь реже голосует в сравнении со старшими поколениями, но в два раза чаще участвует в формах прямого действия, таких как демонстрации и иные акции протеста. Исследователи отмечают, что произошло изменение моделей участия молодых людей, а не снижение гражданской активности [13]. Мировое исследование (35 стран, 580 000 респондентов) выявило готовность более половины общего числа молодежи участвовать в широкомасштабном восстании против власти, причем в некоторых европейских странах (Греция, Италия, Испания, Франция) в радикальных протестных акциях готово участвовать абсолютное большинство ([www.generation-what.eu/ebook\\_generation.pdf?v305](http://www.generation-what.eu/ebook_generation.pdf?v305)).

Ценности и установки современной молодежи формируются в «преломленной» цифровыми коммуникациями социальной среде. Социализация молодого поколения происходит под возрастающим влиянием цифровых коммуникаций, которые интегрировали прежние информационные каналы. Основным источником получения информации для молодежной аудитории стал Интернет. Переключение каналов коммуникации, возрастные особенности психологического развития, формируемые завышенные ожидания, социально-экономическая ситуация создают условия для быстрой смены лояльных настроений молодежи на радикальные действия [14]. Социальные медиа создают широкие возможности для манипуляции общественным мнением, инициирования и модерации протестных настроений.

## ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАСТРОЕНИЯ

Проводимые за год до выборов Президента РФ социологические исследования фиксировали низкий интерес молодежи к избирательным кампаниям. Чтение агитационных материалов, просмотр выступлений возможных кандидатов занимали лишь немногим более трети молодежи (36%), тогда как большинство (62%) не придавало им значения. Причем слабый интерес к выборам проявлялся как среди студентов (68%), так и среди работающей молодежи (64%). При общей политической пассивности на электоральной активности сказывалось распространенное

мнение о нечестности выборов. Почти половина (48%) считали, что выборы в регионах обычно проходят честно, без подтасовок, но около трети (31%) отмечали обратное, — такие убеждения часто встречались среди жителей мегаполисов. Причем прослеживалась зависимость от возраста: чем моложе респонденты, тем больше они были уверены в честности выборов. Так, среди молодежи в возрасте 17–23 лет мнение о четности выборов более выражено (честно — 57%, нечестно — 27%), а среди молодежи в возрасте 24–28 лет заметно меньше (честно — 47%, нечестно — 33%) (<https://fom.ru/Politika/13299>).

Социологические исследования студенческой аудитории, проводимые в контексте предстоящих выборов, выявили общественно-политический настрой значительной части молодежи. Абсолютное большинство студентов (68%) считали для себя важным быть полезным своей стране. При этом большая часть студентов придерживалась патерналистских убеждений. Так, почти половина (44%) студентов считала, что ответственность за благополучие граждан должно нести государство, и лишь немногим более трети (35%) выразили готовность взять ответственность на себя.

Абсолютное большинство (75%) студентов отмечали необходимость проведения реформ в экономике и политике, но при этом почти половина (48%) считали нежелательным потрясения и выступали за «тонкую настройку существующей системы». Студенты скептически отнеслись к уличным протестам: абсолютное большинство (72%) посчитало, что это неэффективный способ воздействия на власть, более половины (55%) полагали, что в их городе акции протеста маловероятны, еще большая часть (64%) сказала о своем нежелании участвовать в них. При этом возможным массовый протест считала около трети (34%) молодежи, почти каждый пятый верил в эффективность митингов, а значимая часть (14%) выражала готовность выйти на улицу для выражения протеста (<https://iz.ru/654263/angelina-galanina/studenty-zametili-patriotizm-v-malykh-delakh>).

Согласно исследованию Росмолодежи, проведенному весной 2017 г., более четверти (27%) молодых людей обеспокоены общественной ситуацией в стране, а пятая часть (20%) не считают себя патриотами. Среди тревог на первом месте стоит страх не реализовать себя в жизни, а каждый пятый опрошенный готов участвовать в акциях протеста в случае нарушения его прав ([www.vedomosti.ru/politics/articles/2017/06/08/693507-kreml-problemi-molodezhi](http://www.vedomosti.ru/politics/articles/2017/06/08/693507-kreml-problemi-molodezhi)).

При этом студенты не стремятся входить в политические организации, показывая низкую вовлеченность в активную политическую деятельность. В конце 2017 г. их подавляющее большинство (88,4%) отмечало отсутствие принадлежности к политическим партиям или движениям ([www.kommersant.ru/doc/3486512](http://www.kommersant.ru/doc/3486512)).

Между тем представители активной части несистемной оппозиции предпринимали попытки «раскачать политическую ситуацию». В марте 2017 г. по крупным городам страны прошла волна организованных уличных акций протеста. В многочисленных акциях значительную часть участников составляли старшеклассники и студенты младших курсов университетов. В информационном поле широкое распространение получил негативный лейбл акции «митинги школоты» вместо продвигаемого инициаторами названия «марша миллионов». Радикальная оппозиция пыталась воспользоваться ощутимым ухудшением социально-экономической ситуации и за год до президентских выборов, используя тему коррупции, «расшатать политическую обстановку». Применение технологии вывода сторонников из онлайна в офлайн, т.е. из социальных медиа на улицы городов, позволило радикалам модерировать протестные акции по общему сценарию провокационных действий. Организованная волна протеста против действующей власти актуализировала тему молодежи в официальной риторике.

### ЭЛЕКТОРАЛЬНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

Избиратели в целом воспринимают участие в выборах в большей степени как право гражданина (66%), чем как обязанность гражданина (29%). Среди молодежи эти расхождения оказались еще более значительные (74% против 21%) ([www.kommersant.ru/doc/3486512](http://www.kommersant.ru/doc/3486512)).

Согласно исследованию, проведенному за год до президентских выборов, почти половина (47,1%) российских студентов была готова проголосовать за В. Путина. С большим отрывом за ним следовали гипотетические кандидаты: лидер ЛДПР В. Жириновский (5,8%), министр обороны С. Шойгу (4,8%), премьер-министр Д. Медведев (2,4%) и председатель КПРФ Г. Зюганов (2,1%). Меньше всего голосов студенты были готовы отдать за партийных лидеров «Справедливой России» — С. Миронова (0,8%) и «Яблока» — Г. Яв-

линского (0,7%). При этом лишь небольшая часть (15,4%) респондентов затруднились с ответом. Значимая часть студентов (12%) определенно заявила, что не будет принимать участия в выборах (<https://iz.ru/657263/angelina-galanina/pokolenie-putina-opredelilos-s-prezidentom>).

Большинство студентов отнесло себя к «поколению Путина», так как выросли в период его правления и воспринимают действующего президента как идеального лидера государства. По мнению многих студентов, В. Путин обладает такими выразительными личными качествами, как ум, харизма, выдержка, твердость характера, уверенность, ответственность, любовь к Родине, которые помогают ему «отстаивать свои позиции» и вести самостоятельную политику.

Молодежь одобряла, прежде всего, курс президента В. Путина во внешней политике. Однако полагала, что следует сосредоточить усилия на внутренней повестке. Студенты отмечали, что на фоне сильного главы государства действующие политики уступают ему в лидерских и управленческих качествах. При этом многие из них отмечали, что «Путин не может за всем уследить, он один», чиновники работают неэффективно. Будущего Президента РФ молодежь видела не как альтернативу В. Путину, а как похожего на него потенциального преемника.

В ноябре 2017 г., за четыре месяца до президентских выборов, когда состав участников избирательной кампании был определен, исследования показывали готовность абсолютного большинства (68%) избирателей голосовать за В. Путина. Среди молодых избирателей фиксировали схожий уровень поддержки действующего президента (66%). Молодежь с большим желанием, чем избиратели в целом, была намерена голосовать за лидера ЛДПР В. Жириновского (10% — за, 7% — против), с гораздо меньшим желанием за лидера КПРФ Г. Зюганова (1% — за, 4% — против). Еще один претендент, участвующий почти во всех выборах Президента РФ, лидер партии «Яблоко» Г. Явлинский, не находил поддержки как среди избирателей в целом, так и среди молодежи (менее 1%). «Новое лицо» президентских выборов К. Собчак снискала поддержку несколько большей части (3%) молодежи. В целом запрос на новые политические фигуры был выражен слабо. Согласно данным исследования молодежь несколько больше, чем все избиратели (4% против 2%), выражала готовность голосовать за гипотетического кандидата. Среди молодых избирате-

лей декларируемые абсентеистские настроения были слабо выражены, число намеренных игнорировать выборы по политическим мотивам было не столь значительным (8%) (<https://fom.ru/Politika/13299>).

По данным общероссийского опроса на выходе из избирательного участка (экзитпола), молодежь приняла активное участие в голосовании на выборах Президента РФ в марте 2018 г. Результаты экзитпола выявили существенные подвижки в электоральном участии молодежи. Распределение избирателей по возрастным группам, зафиксированное по итогам опроса, оказалось соответствующим возрастной структуре граждан (*табл. 1*).

Результаты подсчета явки избирателей показали, что молодежь более активно участвовала в голосовании на президентских выборах, чем представители старших возрастных групп (65,6% в сравнении с 62,9% среди среднего возраста и 63,4% среди пожилых людей) (<https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9002>) (*табл. 2*).

Для сравнения, в США среди граждан 18–29 лет явка на президентских выборах снизилась с 58% в 1972 г. до 46% в 2000 г. [15]. Исследование Гарвардского института политики выявило в 2016 г. сдвиг в отношении молодежи к тому, имеет ли политика ощутимое значение в их жизни. В начале кампании по выборам президента США число молодежи среди активных избирателей увеличилось на 15% (<https://iop.harvard.edu/spring-2018-national-youth-pol>). Однако, по итогам президентских выборов, явка молодежи выросла не столь значительно, что связывается со сходом с дистанции кандидата с левыми взглядами Б. Сандерса.

Результаты опроса на выходе из избирательного участка показывали, что структура электоральных предпочтений проголосовавшей молодежи (18–34 года) идентична структуре электоральных предпочтений россиян в целом. Среди молодежи несколько выше поддержка была у П. Грудина (11,6%), В. Жириновского (8,3%) и К. Собчак (6,4%). В. Путин стал безусловным электоральным лидером как у населения в целом, так и молодого поколения (<https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9002>) (*табл. 3*).

Проведенное после выборов исследование показало, что свое участие в голосовании 18 марта 2018 г. подтвердило абсолютное большинство (73%) избирателей. Среди молодых избирателей декларируемая явка оказалась заметно ниже

Таблица 1

**Доли возрастных групп по населению и среди избирателей на выборах Президента РФ в марте 2018 г.**

Возраст	% от числа всех избирателей РФ	% от числа участников выборов
18–34 года	25,8	26,5
35–59 года	47,2	46,5
60 лет и старше	27,1	27,0

Таблица 2

**Уровень явки избирателей на выборах Президента РФ в марте 2018 г. по возрастным группам**

Возраст	Оценка экзитпола ВЦИОМ, %	Официальные данные ЦИК, %
Все население	63,7	67,5
18–34 года	65,6	69,5
35–59 года	62,9	66,7
60 лет и старше	63,4	67,2

(55%), что может быть объяснено их более негативными ответами в сравнении со старшими возрастными группами, склонными давать позитивные ответы на социально одобряемые вопросы. Примечательно, что в целом абсолютное большинство граждан (77%) сочло прошедшие выборы честными, в противоположном мнении была убеждена значительно меньшая часть (15%) (<https://fom.ru/Prezidentskie-vybory---2018/13998>).

**ФАКТОРЫ МОБИЛИЗАЦИИ**

Тема молодежи стала одной из важных на президентских выборах — 2018. Предполагалось, что она даст повод поговорить о будущем страны. Идеология молодежной политики была изложена в Послании Президента РФ В. Путина в декабре 2016 г. Глава государства выразил уверенность, что молодое поколение станет «надежной, прочной опорой России в бурном, сложном XXI веке», так как оно «способно не только отвечать на вызовы времени, но и на равных участвовать в формировании интеллектуальной, технологической, культурной повестки глобального развития» (<https://fom.ru/Prezidentskie-vybory---2018/13998>).

На повышение электоральной активности молодежи в ходе выборов Президента РФ в марте 2018 г. повлиял ряд факторов. Одни из них связаны со сложившимися общественными настроениями патриотического единения вокруг национального лидера в ответ на внешнеполитические

вызовы, а также внутривнутриполитической обстановки «крымского консенсуса». Избирательная кампания, по сути, была референдумом о доверии действующему Президенту РФ В. Путину. Целый комплекс мер был направлен на обеспечение легитимности выборов, что гарантируется высокой явкой избирателей и соблюдением законных норм. Вопросам явки на президентских выборах уделялось особое внимание. Показатели явки на выборах Президента РФ планировалось повышать посредством работы с целевыми аудиториями. Важнейшей задачей стала мобилизация крупных электоральных групп, пассивно относящихся к участию в выборах, прежде всего молодежи. Проведение ряда мероприятий позволило заметно повысить электоральную активность молодежи на выборах.

После митингов 26 марта 2017 г. важность молодежной тематики значительно возросла. На государственном уровне произошел всплеск интереса к молодежной политике. В Госдуме РФ прошли парламентские слушания, Президентом РФ был подписан указ о «десятилетии детства». Волонтерские и кадровые проекты PR-направленности позволили заинтересовать и привлечь значимую часть молодежи. Примечательно, что В. Путин начал и завершил свою избирательную кампанию с обращений к сознательной, заинтересованной в своем будущем части молодого поколения: в начале декабря 2017 г. посетил Все-

Результаты голосования на выборах Президента РФ в марте 2018 г.

Кандидат	Экзитпол ВЦИОМ, все население, %	Экзитпол ВЦИОМ, 18–34 лет, %	Данные ЦИК, все население, %	Данные ЦИК, 18–34 лет, %
Путин В.В.	73,9	68,0	76,7	71,8
Грудинин П.Н.	11,2	11,6	11,8	12,4
Жириновский В.В.	6,7	8,3	5,7	7,1
Собчак К.А.	2,5	6,4	1,7	4,4
Явлинский Г.А.	1,6	1,3	1,0	0,9
Титов Б.Ю.	1,1	1,4	0,8	1,0
Сурайкин М.А.	0,8	0,9	0,7	0,8
Бабурин С.Н.	1,0	0,9	0,7	0,6
Недействительные	1,2	1,2	1,1	1,1

российский форум добровольцев, а за несколько дней до выборов в марте 2018 г. — молодежную платформу «Россия — страна возможностей». Одним из предвыборных посланий президента стала идея запуска социальных лифтов, поддержка возможности реализовать себя (<https://tass.ru/obschestvo/4835485>). В предвыборной кампании были задействованы молодежные форматы массовых мероприятий: концерты, форумы, фестиваль молодежи и студентов.

Организаторы избирательной кампании обоснованно полагали, что для привлечения молодежи необходимо использовать каналы коммуникации, к которым молодежь восприимчива, и выбирать людей, пользующихся у них доверием или интересом. Политические технологии способны добавить 5–7%, оказавшись более действенными, чем административный нажим (<https://ruposters.ru/news/28-03-2017/kostin-o-predstoyashhih-vyborah>). На президентских выборах для эффективного воздействия на молодежную аудиторию были активно задействованы социальные медиа. В Интернете были организованы акции по продвижению В. Путина на предстоящих выборах главы государства. Например, молодые люди на своих страницах в социальных сетях публиковали с хештегом #ШтабПутина обращения к сверстникам и предлагали объединиться для поддержки действующего Президента РФ. Участники акции, судя по

постам в аккаунтах, информировали об открытии студенческих штабов В. Путина в регионах. Волонтеры предвыборных штабов выставляли наблюдателей на избирательных участках, расположенных на территории вузов и в студенческих общежитиях, проводили культурно-массовые мероприятия и акции, а также информировали студентов о ходе избирательной кампании и об их избирательных правах.

Усилия политических технологов были направлены на то, чтобы сделать участие молодежи в предстоящих выборах модным. В СМИ были широко распространены призывы молодого поколения на выборы с участием лидеров общественного мнения — популярных медийных лиц, сделавших голосование модным гражданским трендом. Для подогрева интереса адресной аудитории были использованы молодежные развлекательные телепрограммы. Так, в период избирательной кампании на телеканалах СТС и ТНТ стали появляться вставки, в которых известные актеры и телеведущие разыгрывали сюжеты о важности участия в предстоящих выборах. В кампании по повышению явки молодежи были задействованы популярные телесериалы на молодежных каналах.

В качестве возможных вариантов популяризации выборов среди молодых людей предлагались, например, компьютерные игры на избирательные темы, конкурсы селфи на избирательных участках.

В президентской кампании нашла применение контекстная реклама в Интернете с призывами голосовать на выборах, особенно в социальной сети «ВКонтакте». В информационных сообщениях обозначались новые возможности голосования по месту пребывания: «Где учишься, там и голосуй», «для участия в голосовании не обязательно ехать домой». Для подъема явки среди молодежи во многих регионах организовывали конкурс «Фото на выборах», чтобы «мобилизовать избирателей 18–39 лет», а также «создать позитивный фон и атмосферу праздника на участках». Избирателям предлагали проголосовать, а затем сфотографироваться в специальных фоторамках, установленных на избирательных участках. Фотографию надо будет выложить в Instagram или во «ВКонтакте» с хэштегом конкурса и названием города. Для продвижения конкурса были привлечены «звездные избиратели»: актеры, музыканты и блогеры. В качестве призов разыгрывались выделенные для молодежи гаджеты iPhone и iPad.

Фактором повышения избирательной активности молодежи на президентских выборах стали приемы электоральной инженерии. Участие молодежи способствовало увеличению количества участковых избирательных комиссий (УИК), созданных в местах сосредоточения студентов. Молодежными избирательными участками называют те, в которых представители молодого поколения (от 18 до 35 лет) составляют более 50% от общего числа избирателей, а в избирательных комиссиях работают преимущественно молодые люди. Обычно на территории молодежных УИК расположены средние специальные учебные заведения, университеты, студенческие городки и общежития.

Молодежные УИК начали создавать 10 лет назад в соответствии с внесенными изменениями в федеральные законы «О политических партиях» и «Об основных гарантиях избирательных

прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации». Если в начале 2013 г. открыли 53 таких комиссии, то к президентским выборам 2018 г. в 71 субъекте действовали уже 456 «молодежных» комиссий с общим количеством избирателей свыше 863 тыс. человек. Сравнение активности избирателей на президентских выборах 2012 и 2018 гг. в молодежных УИК выявило небольшой рост явки. Средняя явка на этих участках выросла с 62 до 65%. При этом прирост голосов, отданных за действующего Президента РФ, был весьма заметным. Если на президентских выборах 2012 г. на молодежных УИК В. Путин получил более половины голосов (54%), то на выборах 2018 г. уже абсолютное большинство (70%) отдало ему предпочтение (<https://rueconomics.ru/314562-vybory2018-molodezh-progolosovala-za-silnogo-prezidenta-svoei-strany>).

Таким образом, прошедшие в марте 2018 г. выборы Президента РФ показали возможности политической мобилизации избирателей в целом и существенного повышения электорального участия молодежи в частности. Молодежь более активно участвовала в голосовании, чем на предыдущих президентских выборах. Молодое поколение, считавшееся аполитичным и настроенным на потребительские ценности, проявило свою политическую активность. Результаты ставят под сомнение устойчивость тенденции абсентистских настроений молодежи и характеристику ее как пассивного «неголосующего поколения» из-за отстраненности от политики и отсутствия сформированной традиции электорального участия. Молодежь как объект электорального воздействия приобретает особое значение для политических акторов. Исследование изменений электоральных установок, прогнозирование политического поведения молодежной аудитории становится одной из важнейших задач в предстоящем избирательном цикле.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Малькевич А. А. Повышение электоральной активности молодежи современной России: проблемы и пути решения. *Альманах современной науки и образования*. Ч. II. 2007;7(7):108–112.
2. Ефанова Е. В. Молодежный экстремизм как форма политического протеста. *Власть*. 2011;(8):30–33.
3. Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Ценностные ориентации, нравственные установки и гражданская активность молодежи. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2010;1(95):5–35.
4. Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Молодежь России: социологический портрет. М.: ЦСПиМ; 2010. 592 с.
5. Зубок Ю. А., Сорокин О. В. Формирование политического сознания российской молодежи и обуславливающие его противоречия. *Социология власти*. 2010;(4):6–15.
6. Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодежной политики: результаты исследования. Монография. Чуев С. В., ред. М.: Издательский дом ГУУ; 2017. 131 с.

7. Карпенко О.М., Ламанов И.А. Молодежь в современном политическом процессе в России. М.: СГУ; 2006. 560 с.
8. Кривоносова Л.А. Электоральная активность молодежи как объект управления: социологический аспект. Сборник трудов конференции «21 век: фундаментальная наука и технологии». 03–04 октября 2016 г. North Charleston: USA; 2016.
9. Сайганова Е.В. Специфика электорального поведения молодежи в структуре политической культуры общества. *Известия Саратовского университета. Серия Социология. Политология.* 2014;14(2):44–49.
10. Боброва Д.Н. Социальные факторы управления поведением молодых избирателей в региональных выборах. Дис. ... канд. соц. наук. СПб.; 2016. 183 с.
11. Устинкина К.Г. Электоральное поведение российской молодежи. *Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование.* 2014;1(7):139–145.
12. Гудков Л.Д., Дубин Б.В., Зоркая Н.А. Молодежь России. М.: Московская школа политических исследований; 2011.
13. Melo D., Stockemer D. Age and political participation in Germany, France and the UK: A comparative analysis. URL: <https://doi.org/10.1057/cep.2012.31>.
14. Пырма Р.В. Восстание поколения Z: новые политические радикалы. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета.* 2017;(2):43–57.
15. Lopez M., Donovan C. Youth & Adult Voter Turnout from 1972–2002. URL: [https://civicyouth.org/PopUps/FactSheets/FS\\_Youth%20turnout1972\\_2002.pdf](https://civicyouth.org/PopUps/FactSheets/FS_Youth%20turnout1972_2002.pdf).

## REFERENCES

1. Malkevich A.A. The increase of electoral activity of the youth of modern Russia: problems and solutions. *Al'manakh sovremennoi nauki i obrazovaniya.* 2007;7(7) Part2:108–112. (In Russ.).
2. Yefanova E.V. Youth extremism as a form of political protest. *Vlast'.* 2011;(8):30–33. (In Russ.).
3. Gorshkov M.K., Sheregi F.E. Value orientations, moral attitudes and civic activity of young people. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny.* 2010;1(95):5–35. (In Russ.).
4. Gorshkov M.K., Sheregi F.E. Youth of Russia: a sociological portrait. Moscow; 2010. 592 p. (In Russ.).
5. Zubok Yu.A., Sorokin O.V. Formation of the political consciousness of the Russian youth and the contradictions that cause it. *Sotsiologiya vlasti.* 2010;(4):6–15. (In Russ.).
6. Value orientations of Russian youth and the implementation of state youth policy: research results. Monograph. Chuev S.V., ed. Moscow; 2017:34–39. (In Russ.).
7. Karpenko O.M., Lamanov I.A. Young people in the modern political process in Russia. Moscow; 2006, 560 p. (In Russ.).
8. Krivonosova L.A. The electoral activity of youth as an object of management: A sociological aspect. Proceedings of the conference “21st Century: Fundamental Science and Technology”. 03–04 October 2016. North Charleston: USA; 2016:78–82. (In Russ.).
9. Sayganova E.V. Specificity of the electoral behaviour of young people in the structure of the political culture of society. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Seriya Sotsiologiya. Politologiya.* 2014;14(2):44–49. (In Russ.).
10. Bobrova D.N. Social factors are controlling the behaviour of young voters in regional elections. Thesis for the degree of Ph D. St. Petersburg; 2016. 183 p. (In Russ.).
11. Ustinkina K.G. Electoral behaviour of the Russian youth. *Problemy analiz i gosudarstvenno-upravlencheskoe proektirovanie.* 2014;1(7):139–145. (In Russ.).
12. Gudkov L.D., Dubin B.V., Zorkaya N.A. Youth of Russia. Moscow: Moscow School of Political Studies; 2011. (In Russ.).
13. Melo D., Stockemer D. Age and political participation in Germany, France and the UK: A comparative analysis. *Comparative European Politics.* 2014;12(1):33–53. URL: <https://doi.org/10.1057/cep.2012.31>.
14. Pyrma R.V. Revolt generation Z: new political radicals. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta.* 2017;(2):43–57. (In Russ.).
15. Lopez M., Donovan C. Youth & Adult Voter Turnout from 1972–2002. URL: [https://civicyouth.org/PopUps/FactSheets/FS\\_Youth%20turnout1972\\_2002.pdf](https://civicyouth.org/PopUps/FactSheets/FS_Youth%20turnout1972_2002.pdf).