

УДК 316.653

## РОЛЬ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ПОВЫШЕНИИ ЭЛЕКТОРАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ ГРАЖДАН

**К.Е. Косыгина,**

 <https://orcid.org/0000-0001-5875-8912>

**В.С. Каминский**

 <https://orcid.org/0000-0002-1418-9401>

*Вологодский научный центр Российской академии наук, Вологда, Россия,  
e-mail: sene4ka.87@mail.ru, fbcde56b@yandex.ru*

---

**DOI:10.14258/ssi(2020)3-07**

Участие граждан в выборах — наиболее доступный и эффективный механизм влияния общества на политическую систему. Однако в настоящее время для России, и в частности для Вологодской области, характерна проблема абсентеизма (отказа от участия в выборах), что актуализирует задачу определения путей повышения электоральной активности граждан. Одним из таких способов может быть деятельность некоммерческих организаций. В соответствии с этим цель исследования заключается в определении роли некоммерческих организаций в повышении электоральной активности граждан. Информационную базу исследования составили законодательные источники, данные официальной статистики, данные социологических опросов: регулярного мониторинга общественного мнения жителей Вологодской области ( $n = 1500$ ) и экспертного опроса руководителей некоммерческих организаций ( $n = 35$ ). Основные методы: системный, сравнительный, статистический и социологический анализ. Ключевые результаты проведенного исследования состоят в следующем: определена доминирующая форма абсентеизма в регионе (дистанцирование от власти, а не ее «молчаливое одобрение»); установлено, что деятельность НКО положительно влияет на электоральную активность граждан; сформулирован ряд рекомендаций для органов власти, а также для самих некоммерческих организаций по привлечению НКО к избирательному процессу.

**Ключевые слова:** электоральная активность, абсентеизм, избирательный процесс, мобилизация избирателей, некоммерческие организации

## ROLE OF NON-PROFIT ORGANIZATIONS IN INCREASING ELECTORAL ACTIVITY OF CITIZENS

**K.E. Kosygina**

 <https://orcid.org/0000-0001-5875-8912>

**V.S. Kaminsky**

 <https://orcid.org/0000-0002-1418-9401>

*Vologda Scientific Center of the Russian Academy of Sciences, Vologda, Russia,  
Email: sene4ka.97@mail.ru, fbcde56b@yandex.ru*

---

Citizens participation in elections is the most accessible and effective mechanism for society's influence on the political system. However, the problem of absenteeism (refusal to participate in elections) is currently characteristic for Russia and in particular for the Vologda region, which actualizes the task of determining ways to increase the electoral activity of citizens. One of these methods may be the activities of non-profit organizations. The purpose of the study is to determine the role of non-profit organizations in increasing the electoral activity of citizens. The information base of the study are legislative sources, official statistics, data from sociological surveys: regular monitoring of public opinion of residents of the Vologda region (N = 1500) and an expert survey of heads of non-profit organizations (N = 35). Main methods: system, comparative, statistical and sociological analysis. The key results of the study are as follows: the dominant form of absenteeism in the region is identified (distancing from the government, not its "tacit approval"); it is established that the activities of NPOs have a positive impact on the electoral activity of citizens; a number of recommendations have been formulated for authorities, as well as for non-profit organizations themselves, to involve NPOs in the electoral process.

**Keywords:** *electoral activity, absenteeism, electoral process, voter mobilization, non-profit organizations*

### Введение

Исследование активности избирателей в Российской Федерации представляет собой актуальную тему, так как выборы — это один из важнейших институтов демократического общества. Выборы являются наиболее доступным и эффективным механизмом влияния граждан на сложившуюся систему государственного управления, действенным каналом связи между обществом и государством. Выборы выступают инструментом, помогающим населению доносить свои запросы до государства. Один из основателей теории общественного выбора W. Riker постулировал, что «насуточно необходимым демократическим институтом является избирательная урна и все, что с ней связано» (Riker, 1980).

Помимо этого, электоральная активность, или электоральное участие, — наиболее популярная и традиционная форма политического поведения. Другие виды политической деятельности (участие в политических партиях, в митингах, заба-

стовках и т.д.) распространены в гораздо меньшей степени. Например, по данным опроса Вологодского научного центра РАН (ВолНЦ РАН), в 2019 г. в выборах губернатора приняли участие 40,5% граждан, в то время как в других мероприятиях общественной и политической жизни — около 20%. Вместе с тем в стране происходит снижение избирательной явки: на выборах в Государственную Думу в 2016 г. участвовало 48% граждан, в то время как в 2011 г. — 60%, а в 2007 г. — 64%.

На наш взгляд, в качестве эффективного инструмента для увеличения явки населения на выборы и совершенствования избирательного процесса федерального и регионального уровня можно рассматривать некоммерческие организации (далее — НКО).

Таким образом, рабочая гипотеза исследования состоит в следующем: деятельность некоммерческих организаций может оказывать влияние на повышение электоральной активности граждан.

Цель исследования заключается в определении роли некоммерческих организаций в повышении электоральной активности граждан.

## Материалы и методы

В информационную базу исследования вошли: законодательные источники; труды ведущих отечественных и зарубежных ученых по проблемам электоральной активности граждан и роли НКО в ее повышении; статистические данные ЦИК РФ и Избирательной комиссии Вологодской области (сведения о явке и распределении голосов), Росстата, Вологдастата. Кроме того, в работе использовались данные социологических опросов: регулярного мониторинга общественного мнения жителей Вологодской области ( $n=1500$ )<sup>1</sup> и экспертного опроса руководителей некоммерческих организаций ( $n=35$ ).

Работы отечественных ученых, посвященные электоральной активности, в основном базируются на теоретико-методологической основе, разработанной западными коллегами. В современной российской науке значительное внимание уделяется манипулированию политическим сознанием избирателей, использованию политической рекламы, конкретней — механизмам воздействия на электоральную активность (О.В. Захаров, В.Ф. Ковров, А.В. Шумилов). Отдельным предметом внимания политологии, социологии и других наук является проблема абсентеизма молодежи (К.Г. Холодковский, А.В. Бетехина, Р.А. Каримов, А.А. Хвостов и т.д.).

Несмотря на большое количество исследований электоральной активности в России, ощущается острый дефицит в методологических обобщениях и методиче-

<sup>1</sup> На территории Вологодской области с 1996 г. осуществляется мониторинг общественного мнения. Периодически в него включаются вопросы об участии населения в выборах. Авторы взяли для исследования две волны опроса, предшествующие президентским выборам 2018 г., в который были включены подобные вопросы (октябрь 2018 — февраль 2018 г.). Мониторинг проводится шесть раз в год в городах Вологда и Череповец и в восьми районах области (Бабаевском, Великоустюгском, Вожегодском, Грязовецком, Кирилловском, Никольском, Тарногском, Шекснинском). Метод опроса — анкетирование по месту жительства респондентов. Объем выборочной совокупности — 1500 человек в возрасте 18 лет и старше. Выборка целенаправленная, квотная. Ошибка выборки не превышает 3%.

ских приемах социологического анализа. Можно сказать, что на сегодняшний день электоральная активность остается одной из самых малоизученных областей политической социологии.

Что касается роли некоммерческих организаций в повышении электоральной активности, то встречаются единичные работы ученых, изучающих преимущественно опыт участия граждан в составе НКО в качестве наблюдателей (Ю.А. Скокова, Н.Н. Седова, Л.И. Якобсон и др.). В исследованиях зарубежных авторов проблема влияния НКО на явку избирателей рассматривается в трудах В. McKeever, L. Staples, В. Rongitsch, К. LeRoux, К. Krawczyk, А. Gerber, D. Green и др.

Собранные данные обрабатывались и интерпретировались с помощью системного, сравнительного, статистического и социологического анализа.

## Обсуждение и результаты

### Электоральная активность граждан: тенденции и проблемы

Электоральная активность (электоральное участие) — участие граждан в избирательном процессе путем голосования. В политической науке сложилась традиция, согласно которой электоральное участие рассматривается отдельно от электорального поведения, под которым обычно подразумевается выбор избирателей при голосовании. В то же время многие социологи рассматривают электоральную активность в качестве одного из проявлений, первого этапа электорального поведения (Каминский, 2017). В данной работе внимание было сосредоточено на изучении электоральной активности.

Рассмотрение электоральной активности целесообразно начать с обзора теоретико-методологических подходов к данному явлению. Существует несколько теорий электоральной активности:

1. *Ресурсная (среднеуровневая) теория* рассматривает электоральную активность как результат воздействия социальных факторов: чем больше у человека социальных ресурсов, тем более активно он участвует в голосовании. По мнению авторов теории, это представители высшего и среднего классов, люди, имеющие высокий уровень образования (Verba, 1972). О.В. Захаров считает, что в России электоральная активность также напрямую зависит от материального положения и уровня образования. При этом исследователь добавляет такой фактор, как жизненный опыт (Захаров, 2011).
2. *Американская модель* (Wolfinger, Rosenstone, 1980). Электоральная активность определяется в первую очередь психологическими особенностями личности, ее мотивацией, предыдущим политическим опытом и политической культурой. Социально-демографические характеристики (пол, возраст, род занятий, доход, образование, семейное положение) играют гораздо меньшую роль. Частным случаем этой модели является теория мобилизации, объясняющая участие в выборах степень вовлеченности в деятельность политических и общественных организаций. Как показывают исследования, наиболее активными являются граждане, являющиеся активистами или сторонниками политических партий, профсоюзов, различных социальных движений.

3. *Теория рационального выбора* (Downs, 1997). Согласно данной модели каждый гражданин, решая, прийти ему на выборы или нет, соотносит свои затраты и выгоды. Если затраты превышают выгоды от участия, то избиратель воздерживается от похода на избирательный участок.
4. *Комплексный подход*: электоральная активность граждан обусловлена множеством взаимосвязанных факторов (Franklin, 2004). По мнению М. Franklin, все эти факторы можно разбить на две большие группы. Первая группа — объективные факторы: обобщенные характеристики той или иной страны, того или иного региона, связанные с историческими и политическими условиями их развития (политические традиции, особенности политической системы, политический режим, правила электоральной игры, механизм политической мобилизации и т.д.). Вторая группа: субъективные факторы — индивидуальные и индивидуально-групповые особенности политического сознания и поведения (социальные характеристики, ценностные ориентации и мотивация поведения).

На наш взгляд, в настоящее время оптимальным является применение комплексного подхода.

Противоположное электоральному участию явление — абсентеизм (от лат. *absens, absentis* — отсутствующий; отказ от участия в выборах). Его распространенность ставит под сомнение легитимность выборов. Поэтому феномен абсентеизма является предметом пристального внимания ученых.

Для того чтобы определить глубину проблемы абсентеизма в России, был проведен межстрановой анализ электоральной активности. Для анализа были взяты 18 государств, в которых в 2018 г. состоялись выборы главы государства, и 33 государства, в которых в 2016 г. состоялись выборы в парламент. В зависимости от динамики электоральной активности на президентских выборах рассматриваемые государства образуют две равные группы: в девяти странах произошел ее рост (в среднем на 5,5 п.п.), в девяти — снижение (в среднем — на 8,5 п.п.; таблица 1). В целом в мире в 2018 г. явка на выборы главы государств снизилась на 1,5 п.п. Россия находится в группе стран, характеризующихся ростом электорального участия. Доля россиян, участвующих в президентских выборах, увеличилась по сравнению с предыдущей избирательной кампанией на 2,2 п.п., что существенно меньше, чем в среднем по данной группе (на 5,5 п.п.). Отметим, что прирост явки — один из самых несущественных: меньше он только в Черногории (0,1 п.п.). Тем не менее в 2018 г. Россия характеризуется относительно высоким уровнем электорального участия: 6–7-е место (делит с Парагваем) среди 18 стран. Уровень явки в России выше среднего значения на 5,9 п.п. и выше медианного на 3,7 п.п. (таблица 1). Во многом подобная относительно благоприятная ситуация связана с тем, что президент играет для россиян особую роль в системе управления (как из-за личного авторитета В. Путина, так и вследствие исторически сложившейся традиции надежды на национального лидера).

Мировая динамика участия в парламентских выборах менее благоприятна: количество государств, где этот показатель растет, в 1,8 раза меньше стран, имеющих противоположные тенденции (12% против 21%). Средний рост уровня явки

в 12 странах — 4,5, среднее снижение в 21 стране — 6,5 п.п. В целом по исследуемым странам электоральная активность снизилась на 2,7 п.п.

Таблица 1

## Динамика явки на выборы глав государств, %\*

Страна	Пред-последние выборы	Последние выборы	Динамика	Страна	Пред-последние выборы	Последние выборы	Динамика
Мексика	47 (2015)	63,5 (2018)	+16,5	Коста-Рика	62,4 (2014)**	62 (2018)**	-0,4
Турция	74,1 (2014)	86,2 (2018)	+12,1	Парагвай	68,6 (2013)	67,5 (2018)	-1,1
Колумбия	47,9 (2014)**	53,2 (2018)**	+5,3	Бразилия	79,8 (2014)	77,7 (2018)**	-2,1
Финляндия	70,8 (2012)**	75 (2018)**	+4,2	Египет	47,8 (2012)	40,1 (2018)	-7,7
Чехия	60,2 (2013)	64,3 (2018)**	+4,1	Кипр	82,4 (2013)**	72,9 (2018)**	-9,5
Босния и Герцеговина	50,1 (2014)	53,3 (2018)	+3,2	Мали	48,7 (2013)**	38,8 (2018)**	-9,9
Азербайджан	72,3 (2013)	74,5 (2018)	+2,2	Камерун	65,8 (2011)	53,9 (2018)	-11,9
Россия	65,3 (2012)	67,5 (2018)	+2,2	Венесуэла	79,7 (2013)	46 (2018)	-33,7
Черногория	63,9 (2013)	64 (2018)	+0,1	Среднее значение	63	61,6	-1,5
Грузия	47 (2013)	46,7 (2018)	-0,3	Медиан. значение	64,6	63,8	-0,3

\* Включены страны, выборы в которых состоялись в 2018 г.

\*\* Среднее за два тура выборов

Источник: составлено авторами по данным избирательных комиссий перечисленных стран

Снижение электоральной активности в России на парламентских выборах (на 12,3 п.п.) — одно из самых существенных. Явка в России в 2016 г. была на 14 п.п. ниже среднего значения по исследуемым странам и на 11,8 ниже медианного (таблица 2).

Избирательная активность не всегда напрямую отражает реальный уровень внутренней вовлеченности граждан в политику. Так, высокие показатели явки часто присущи странам, в которых существуют формальные или неформальные методы принуждения к участию в голосовании. В ряде государств соблюдается законодательство по обязательному голосованию<sup>1</sup>. Определенная часть людей, пришедших на избирательные участки из-за опасений, что к ним будут приняты репрессивные меры,

<sup>1</sup> Австралия, Аргентина, Бразилия, Кипр, Эквадор, Лихтенштейн, Люксембург, КНДР, Науру, Перу, Сингапур, Уругвай.

или из-за нежелания платить штраф, может быть внутренне отчуждена от политики, равнодушна к результатам выборов. Уровень электоральной активности в государствах, исполняющих законодательство по обязательному голосованию, один из самых высоких. Например, по уровню избирательной явки на президентские выборы 2018 г. Бразилия находилась на 2-м месте (77,7%), Кипр — на 5-м (72,9%).

Таблица 2

Динамика явки на парламентские выборы в странах мира, %\*

Страна	Пред-последние выборы	Последние выборы (2016)	Динамика	Страна	Пред-последние выборы	Последние выборы (2016)	Динамика
Сейшельские острова	74,3 (2011)	87,5	+13,2	ЦАР	61,2 (2011)	59,0	-2,2
Монголия	65,2 (2012)	72,5	+7,3	Исландия	81,4 (2013)	79,2	-2,2
Черногория	66,3 (2012)	73,3	+7	Кот-Д'Ивуар	36,6 (2011)	34,1	-2,5
Сирия	51 (2012)	57,5	+6,5	Сент-Люсия	56,1 (2011)	53,5	-2,6
Гонконг	53 (2012)	58	+5	Испания	69,7 (2015)	66,5	-3,2
Республика Корея	54,3 (2012)	58	+3,7	Сан-Марино	63,9 (2012)	59,7	-4,2
Сербия	53,1 (2014)	56,1	+3	Ирландия	70 (2011)	65,1	-4,9
Замбия	53,7 (2011)	56	+2,8	Иран	64,2 (2012)	58,5**	-5,7
Румыния	41,8 (2012)	39,5	+2,3	Хорватия	60,1 (2015)	52,6	-7,5
Казахстан	75,5 (2012)	77,1	+1,6	Грузия	59,8 (2012)	51,6	-8,2
Словакия	59,1 (2012)	59,8	+0,7	Гана	80 (2012)	68,6	-11,4
Беларусь	74,2 (2012)	74,7	+0,5	Кипр	78,7 (2011)	66,7	-12
Перу	81 (2011)**	80,9**	-0,1	Россия	60,2 (2011)	47,9	-12,3
Ямайка	50 (2011)	48,4	-1,6	Иордания	56 (2013)	37	-19
Лаос	99,7 (2011)	97,9	-1,8	Кабо-Верде	96,3 (2011)	66	-30,3
Уганда	70 (2011)	68,2	-1,8	Среднее значение	64,6	61,9	-2,7

Страна	Пред-последние выборы	Последние выборы (2016)	Динамика	Страна	Пред-последние выборы	Последние выборы (2016)	Динамика
Никарагуа	70 (2011)	68,2	-1,8	Медианное значение	63,9	59,7	-2,0
Марокко	45 (2011)	43	-2	* Включены страны, выборы в которых состоялись в 2016 г. ** Среднее за два тура выборов			

Источник: составлено авторами по данным избирательных комиссий перечисленных стран.

В России на выборах в Государственную думу 2016 г. по сравнению с предыдущими явка снизилась на 15,4 п.п. (с 56,3 до 40,9; таблица 3). На выборах регионального уровня электоральная активность также невысока: проголосовать за главу региона пришло менее половины вологжан — 41% (рисунок 1).

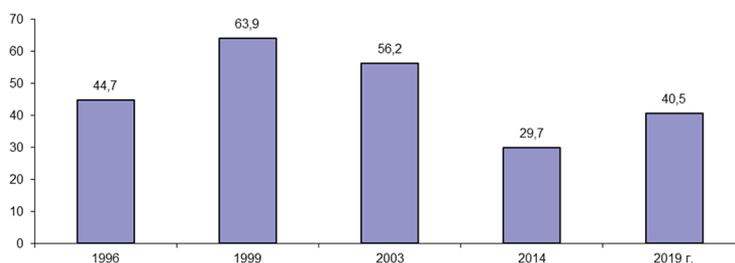


Рисунок 1 — Избирательная явка на выборах губернатора Вологодской области, %<sup>1</sup>.

Источник: Данные Избирательной комиссии Вологодской области.

Таблица 3

Избирательная явка на выборах федерального уровня, %

Территория / год	Выборы Президента РФ						Изменение (+/-) 2018 к	
	1996*	2000	2004	2008	2012	2018	2012	1996
	Российская Федерация	69,4	68,7	64,4	69,8	65,3	67,5	+2,2
Вологодская область	68,3	71,1	62,4	66,9	61,7	66,2	+4,5	-2,1

<sup>1</sup> До 1996 г. Губернатор Вологодской области назначался Президентом РФ, в 1996–2004 гг. — избирался на демократических выборах, с 2005 по 2011 г. — назначался законодательным органом региона (ЗСВО), с 2012 г. — избирается на демократических выборах.

## Выборы в Государственную Думу РФ

Территория / год	1995	1999	2003	2007	2011	2016	Изменение 2016 (+/-) к	
							2011	1995
Российская Федерация	64,8	61,9	55,6	63,7	60,1	47,8	-12,3	-17
Вологодская область	64,3	63,8	56,3	64,4	56,3	40,9	-15,4	-23,4

\* Среднее за два тура.

Источник: Данные ЦИК РФ.

В муниципальных выборах также принимает участие менее половины жителей области. В 2018 г. в ходе избирательных кампаний в органы местного самоуправления лишь 39,5% жителей области реализовали свое активное избирательное право.

Таким образом, в целом для России характерна проблема абсентеизма. Президентские выборы, на которых уровень участия отвечает среднемировым стандартам, скорее являются исключением из правила.

Если рассматривать проблему абсентеизма как характеристику политической системы, отношение людей к власти, то можно выделить два основных его типа:

1. Форма молчаливого одобрения существующего порядка вещей — в ситуации, когда избиратель более-менее доволен политикой властей, несмотря даже на возможное недоверие к избирательной системе
2. Различные оттенки недовольства властями — от простого недоверия и избегания до осознанного неучастия как стратегии протестного поведения. Неучастие может стать одним из оснований критики власти («я эту власть не выбирал») либо способствовать делегитимизации властей и выборов путем снижения явки. В таком случае абсентеизм правомерно рассматривать не как бездействие, а как действие (протестного характера) (Баскакова, 2012).

Абсентеизм как форма протеста — это один из возможных путей несогласия населения с политикой правящей элиты. Другие способы выражения недовольства: поддержка оппозиционных партий и движений; протестное голосование; участие в протестных акциях. (От плебисцита к выборам..., 2013). По мнению специалистов ВЦИОМ и Института социологии РАН, именно неучастие, а не протестное голосование становится распространенным способом выражения недовольства граждан<sup>1</sup>.

Во втором случае абсентеизм правомерно рассматривать как меру измерения степени политического отчуждения, существующего между властью и народом. Чем выше доля тех, кто не участвует в выборах, тем больше степень политического отчуждения.

Определению доминирующей формы абсентеизма на региональном уровне способствуют социологические опросы. В феврале 2018 г. декларируемая явка

<sup>1</sup> Двадцать лет реформ глазами россиян (опыт многолетних социологических замеров): Аналитический доклад Института социологии РАН в сотрудничестве с Представительством Фонда имени Фридриха Эберта в Российской Федерации. URL: [http://www.isras.ru/files/File/Doklad/20\\_years\\_reform.pdf](http://www.isras.ru/files/File/Doklad/20_years_reform.pdf)

составляла 63%. Почти каждый пятый (18%) заявил, что точно или скорее всего не примет участия в голосовании. При этом реальная явка на выборах Президента РФ в марте 2018 г. была чуть больше — 66%.

*Оценки деятельности власти.* Жители области, склоняющиеся к участию в выборах, в большинстве своем одобряют деятельность президента (81%). Среди абсентеистов наблюдается равновесие положительных и отрицательных оценок (42% и 43% соответственно). Общественное мнение о деятельности других институтов федеральной и региональной власти характеризуется следующими особенностями. Среди активных избирателей преобладают позитивные оценки, хотя разрыв с отрицательными мнениями не настолько существен, как при оценке деятельности президента (в 1,3–1,9 раза). Напротив, среди тех, кто не участвует в голосовании, уровень неодобрения органов власти и должностных лиц существенно выше, чем уровень одобрения (в 2–2,6 раза). Суждения о работе органов местного самоуправления аналогичны. Доля положительных суждений о работе главы местной администрации в группе голосующих достигает 46%, что на 16 п.п. больше, чем доля отрицательных отзывов (30%), среди абсентеистов ситуация противоположна: уровень одобрения составляет 30%, неодобрения — 46%.

Среди абсентеистов по сравнению с участвующими в выборах в 6 раз меньше доля приверженцев партии власти — «Единой России» (9% против 54%). Напротив, удельный вес тех, чьи интересы не выражает ни одна из партий, в первой группе в 3,8 раза выше, чем во второй (65% против 17%). Добавим, что остальные партии, представляющие системную оппозицию (КПРФ, ЛДПР и «Справедливая Россия»), не пользуются популярностью вне зависимости от решения об участии в голосовании. Среди тех, кто планировал реализовать свое избирательное право, удельный вес поддержки трех указанных партий составляет 22%, а среди абсентеистов — немногим меньше (15%). Таким образом, оценки деятельности власти среди абсентеистов более негативны, чем среди тех, кто планировал участвовать в выборах.

*Оценка текущей ситуации в стране.* Среди не участвующих в голосовании преобладают негативные оценки положения дел в стране, области и городе (районе) проживания (60–69 против 16–18%). В группе электоральных активистов доли тех, кто удовлетворен и не удовлетворен текущей ситуацией в стране и области, примерно одинаковы: удельный вес положительных оценок составляет 34–36%, отрицательных — 31–38%. Однако при оценке дел в своем населенном пункте среди голосующих доминируют негативные суждения (44 против 33%). В целом доля недовольных положением дел выше среди абсентеистов: при оценке ситуации в стране в 1,9 раза (60% против 31%), регионе — в 1,7 раза (66% против 38%), в городе (районе) проживания — в 1,6 раза (69% против 44%). Недовольство положением дел способствует формированию протестного потенциала (Дементьева, 2020)<sup>1</sup>, уровень которого в 3,1 раза выше среди тех, кто не планирует идти на выборы (34% против 11%). В целом как абсентеисты, так и голосующие больше удовлетворены по-

<sup>1</sup> Потенциал протеста составляют люди, которые ответили на вопрос «Что вы готовы предпринять в защиту своих интересов?» следующим образом: «Выйду на митинг, демонстрацию»; «Буду участвовать в забастовках, акциях протеста»; «Если надо, возьму оружие, выйду на баррикады».

литической ситуацией, меньше — экономической. При этом среди не участвующих в выборах наиболее распространены негативные оценки российской и областной экономики (51–54%), в группе голосующих — средние (44–47%).

*Заинтересованность политической жизнью в стране* (по данным октября 2017 г.) В группе жителей области, участвующих в выборах, более половины (59%) в той или иной степени интересуются политической жизнью страны (целенаправленно следят за событиями либо имеют общее представление). Среди тех, кто игнорирует голосование, доля подобных ответов в 2,6 раза меньше (23%). Три четверти абсентеистов не интересуются политикой (75%).

*Оценка материального положения.* Более половины граждан, участвующих в голосовании, дают средние оценки своему материальному положению (56%) и относят себя к людям среднего достатка (51%; таблица 4). Среди абсентеистов преобладают негативные суждения о материальном положении (51%), большинство относит себя к «бедным» и «нищим» (64%).

Таблица 4

Оценка материального положения в группах, выделенных в зависимости от декларируемого участия в выборах, %

Вопрос	Варианты ответа	Идут на выборы	Не идут на выборы
Оценка материального положения	Хорошее и очень хорошее	12,7	8,8
	Среднее	55,9	30,3
	Плохое и очень плохое	23,7	50,7
	Затрудняюсь ответить	7,7	10,2
Социальная самоидентификация	Богатые, средний достаток	50,8	24,5
	Бедные и нищие	39,5	63,5
	Затрудняюсь ответить	9,7	12,0

Источник: данные мониторинга общественного мнения ВолНЦ РАН за февраль 2018 г.

Анализ декларируемой явки и социального восприятия позволяет составить примерный среднестатистический портрет жителя Вологодской области, участвующего в выборах, и абсентеиста.

Жители Вологодской области, реализующие свое избирательное право, дают более позитивные оценки (в сравнении с абсентеистами). В этой группе доминируют одобрительные отзывы о деятельности органов власти и местного самоуправления; позитивные суждения о политической ситуации в области; более половины считают, что их интересы выражает «Единая Россия». Однако чаще в этой группе наблюдается либо равновесие положительных и отрицательных суждений, либо доминирование средних оценок.

Избиратель, не участвующий в выборах, — это человек, который в целом не одобряет деятельность органов федеральной (кроме президента), региональной власти и органов местного самоуправления; не ассоциирует себя ни с какой парти-

ей; не удовлетворен общим положением дел как в стране, так и на более низовом уровне (в области и городе/районе проживания). Большая часть абсентеистов характеризуют свое материальное положение как «плохое» и причисляют себя к категории «бедных» и «нищих». В отличие от «электоральных активистов», они более склонны участвовать в акциях протеста.

Таким образом, в целом проблема абсентеизма характерна для выборов как федерального уровня, так и регионального. Это видно по данным официальной статистики. Снижается избирательная явка на выборы в Государственную думу, а также на губернаторские выборы. Электоральная активность на муниципальных выборах в среднем по области не превышает 40%. Президентские выборы, характеризующиеся относительно высоким уровнем и благоприятной динамикой электорального участия, являются скорее исключением из правила. Это связано с особым статусом главы государства в России, его центральной ролью в системе государственного управления.

### ***Некоммерческие организации как инструмент повышения электоральной активности граждан***

Анализ электоральной активности населения показал, что в современных условиях обостряется проблема низкого участия граждан в избирательном процессе. Происходит рост абсентеизма, говорящий о разочаровании граждан в политической системе страны и недоверии к ее институтам, в том числе к выборам (Каминский, 2017). О снижении явки говорил и Президент РФ В.В. Путин в конце октября 2017 г. на заседании Совета по правам человека, призывая «работать с избирателями, показывать, насколько важны выборы любого уровня»<sup>1</sup>.

Выполняя пожелания правительства и высшего должностного лица государства, органы власти, избирательные комиссии на протяжении уже многих электоральных циклов пытаются решить обозначенную проблему при помощи различных инструментов и методов, таких как опросы и референдумы в день выборов, призывы избирателям, агитация в учебных заведениях, манипуляторные соцопросы, приказы «сверху», поквартирные обходы, трансформация избирательного законодательства и др. Но, как показывает практика, данных мер недостаточно, население не проявляет интереса к выборам. На наш взгляд, в качестве эффективного инструмента для снижения абсентеизма и совершенствования избирательного процесса на выборах федерального и регионального уровня можно рассматривать деятельность некоммерческих организаций.

Однако, прежде чем обозначить роль НКО в повышении электоральной активности граждан, стоит уделить внимание определению и содержательным характеристикам этой категории организаций, учитывая российские особенности.

В законодательных источниках понятие «некоммерческая организация» впервые было утверждено Верховным Советом СССР в 1991 г., затем в 1994 г. закреплено в Гражданском кодексе<sup>2</sup>. Основной регулирующий акт — федеральный

<sup>1</sup> Снижение явки на выборах характерно для всего мира, заявил Путин. URL: <https://ria.ru/20171030/1507845607.html>

<sup>2</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_9027](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027)

закон «О некоммерческих организациях» — был подписан в 1996 г. Согласно данному документу НКО признаются юридические лица, которые создаются для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, для охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ. Главная особенность — отсутствие в качестве основной цели своей работы извлечение прибыли<sup>1</sup>.

Следует отметить, что в законодательстве оговариваются организационно-правовые формы НКО. Так, НКО могут осуществлять свою деятельность как общественные и религиозные организации (объединения), потребительские кооперативы, фонды, учреждения, некоммерческие партнерства, автономные некоммерческие организации, объединения юридических лиц (ассоциации и союзы), государственные корпорации.

Федеральным законом от 19 мая 1995 г. № 82-ФЗ общественным объединением признается добровольное, самоуправляемое, некоммерческое формирование, созданное по инициативе граждан, объединившихся на основе общности интересов для реализации общих целей, указанных в уставе общественного объединения.

В соответствии со ст. 7 Федерального закона № 82-ФЗ общественные объединения могут создаваться в одной из следующих организационно-правовых форм: общественная организация; общественное движение; общественный фонд; общественное учреждение; орган общественной самодеятельности и политическая партия<sup>2</sup>.

По состоянию на январь 2017 г. первое место в структуре российских НКО по организационно-правовым формам занимали общественные и религиозные организации — 58%, второе место — автономные некоммерческие организации — 10%, на третьем месте находятся некоммерческие партнерства и фонды — по 8%. Наименьшую долю составляют территориальные общественные самоуправления, коллегии адвокатов, общины малочисленных народов и казацкие общества — в совокупности не более 5%.

Следует отметить, что в контексте данной работы такая форма НКО, как политические партии, не рассматривается в качестве активного двигателя в повышении электоральной активности населения. Они являются заинтересованными участниками избирательного процесса, их цели направлены на завоевание власти, что противоречит логике представленного исследования. В наших рассуждениях рассматриваются «беспартийные» НКО, которые относятся к категории социально ориентированных (далее — СОНКО)<sup>3</sup>. Такие организации занимаются оказанием

<sup>1</sup> О некоммерческих организациях: Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ. URL: <http://www.consultant.ru>

<sup>2</sup> Об общественных объединениях: Федеральный закон от 19.05.1995 № 82-ФЗ. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_6693/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6693/)

<sup>3</sup> О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций»: Федеральный закон

услуг населению и напрямую, непосредственно взаимодействуют с потенциальными избирателями.

Количество СОНКО в целом по России увеличилось с 44 тыс. ед. в 2012 г. до 140,2 тыс. ед. к 2018 г., рост более чем в 3 раза. В процентном отношении на долю этих организаций приходится 60–65% от общего количества НКО, что соответствует показателям развитых стран, в которых число социально ориентированных организаций составляет 60–70% (Либоракина, электронный ресурс). Такое увеличение числа организаций обусловлено востребованностью у населения и желанием граждан объединяться для решения социальных проблем (Косыгина, 2018). Немаловажным фактом является то, что некоммерческий сектор обеспечивает занятость и самозанятость населения: с 2012 по 2018 г. число работников в рассматриваемой сфере выросло с 454 932 до 588 540 чел.; число добровольцев увеличилось в 2 раза (с 1 416 773 до 2 937 318 чел.). О результатах работы НКО в качестве субъектов социальной политики можно судить по количеству воспользовавшихся их помощью. В 2018 г. 60,4 млн россиян получили помощь, поддержку или услуги от социально ориентированных организаций (42% населения России)<sup>1</sup>.

Таким образом, анализ данных статистики показывает, что некоммерческий сектор является крупным игроком в процессах, происходящих в российском обществе, масштабы его распространения увеличиваются с каждым годом, и не брать его «на заметку» в повышении электоральной активности было бы ошибочным.

Развитые страны понимают эту тенденцию и активно привлекают НКО для мобилизации граждан к участию в выборах. В этой связи интересным является пример налогового законодательства США, где подчеркивается разница между участием НКО в политических кампаниях, которое разрешено, и вмешательством НКО, которое строго запрещено. Вмешательство включает любые действия, которые либо поддерживают, либо противостоят одному или нескольким кандидатам в политической кампании. Иными словами, все мероприятия НКО должны носить беспартийное содержание. Данное требование направляет прямую деятельность НКО по голосованию на повышение явки избирателей. Налоговое законодательство США также гласит, что, хотя НКО могут занимать публичную позицию по любому вопросу государственной политики, им не разрешается явно привязывать конкретный вопрос к кандидату: это представляет собой политическое вмешательство. Таким образом, НКО не могут заниматься следующими видами деятельности: одобрять конкретных кандидатов; финансировать предвыборную кампанию; производить расходы от имени кандидатов; предоставлять свои информационные ресурсы и списки рассылки кандидатам; просить кандидатов подписать обещания по какому-либо вопросу<sup>2</sup>. Вместе с тем закон четко определяет, что НКО могут обу-

---

от 05.04.2010 № 40-ФЗ. Этим законом введен статус «социально ориентированные некоммерческие организации» (СОНКО). Согласно закону они занимаются решением социальных проблем, развитием гражданского общества в Российской Федерации.

<sup>1</sup> Основные сведения о деятельности СОНКО по Российской Федерации за 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 годы. URL: <http://www.gks.ru>

<sup>2</sup> U.S. Tax Code. URL: <https://www.fourmilab.ch/uscode/26usc/>

чать избирателей процессу голосования; привлекать сотрудников в качестве интервьюеров или переводчиков; просвещать кандидатов по вопросам избирательного права; проводить юридические консультации во время выборов; напоминать населению о голосовании; организовывать орган для координации усилий по мобилизации избирателей.

В российском законодательстве на сегодняшний день отсутствуют подобного рода требования, за исключением закона «О мерах воздействия на лиц, причастных к нарушениям основополагающих прав и свобод человека, прав и свобод граждан Российской Федерации»<sup>1</sup>. Согласно документу, вмешательством в выборы будет считаться деятельность иностранной организации, способствующая или препятствующая выдвижению кандидатов, избранию кандидатов, проведению референдума, достижению определенных результатов на выборах, и другие меры.

С учетом опыта зарубежных стран напрашивается вопрос: может быть, органам власти следует ввести аналогичные нормы с учетом российских условий, закрепляющие права НКО на участие в выборах в части повышения явки избирателей?

Напомним, что главные цели работы НКО — социальные и благотворительные. Эти организации обслуживают социально уязвимые слои населения, что доказывают данные социологического исследования, проведенного в Вологодской области. Большинство НКО региона, охваченных исследованием, в качестве основной целевой группы определяют семью (51%), молодежь и подростков (46%). Руководители также отметили, что работают с женщинами (43%) и детьми (34%), в отдельную группу выделяют дети-инвалиды и дети с тяжелыми заболеваниями (14%). Значительное количество организаций оказывают помощь пожилым людям (34%; таблица 5).

Таблица 5

Распределение ответов руководителей НКО на вопрос: «Целевые группы, с которыми работает ваша организация?»

Вариант ответа	Процент
Семьи	51,4
Подростки и молодежь	45,7
Женщины	42,9
Другие группы	42,9
Дети	34,3
Люди пожилого возраста, в том числе ветераны ВОВ, блокадники	34,3
Другие НКО/организации	25,7
Дети-инвалиды и дети с тяжелыми заболеваниями	14,3

<sup>1</sup> О мерах воздействия на лиц, причастных к нарушениям основополагающих прав и свобод человека, прав и свобод граждан Российской Федерации: Федеральный закон от 28.12.2012 N 272-ФЗ URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_139994/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_139994/)

Вариант ответа	Процент
Мигранты	14,3
Взрослые люди с ограниченными возможностями или тяжелыми заболеваниями	11,4
Люди в трудной жизненной ситуации (вышедшие из мест заключения, лица без определенного места жительства, жертвы стихийных бедствий и т.д.)	8,6
Люди, зависимые от наркотиков, алкоголя и т.д.	5,7
Целевая группа потребителей отсутствует	5,7
ВИЧ-положительные люди и больные СПИДом	2,9
Люди определенной национальной принадлежности	2,9
Потребители жилищных и коммунальных услуг	2,9

Источник: В октябре 2017 г. ВолНЦ РАН проведен анкетный опрос руководителей и заместителей некоммерческих организаций Вологодской области. В исследовании принимали участие 35 респондентов.

Таким образом, сама природа некоммерческих организаций заключается в обслуживании наименее представленных в политике, социально уязвимых групп населения. Исследователь электорального поведения В. Rongitsch назвал НКО «спящими гигантами демократии», так как они имеют уникальный доступ к тем группам населения, которые являются потенциальными избирателями. Данное преимущество дает им возможность эффективно мобилизовать имеющих право голоса граждан (Rongitsch, 2008).

Две основные составляющие необходимы для того, чтобы институт выборов работал эффективно и приносил пользу большинству населения страны. С одной стороны, люди должны идти на выборы и голосовать, а с другой — они должны быть осведомлены о вопросах, по которым голосуют. Поэтому ожидается, что заинтересованные граждане спросят или хотя бы задумаются о том, что нужно, чтобы проголосовать на выборах, и позаботятся о значении и последствиях результатов выборов. В этой ситуации НКО могут выступить как площадка взаимодействия между потенциальными избирателями, могут проводить разъяснительную работу. В целом участие НКО в избирательном процессе является необходимым и очень важным элементом, что, на наш взгляд, повысит доверие к выборам со стороны общества.

A. Gerber и D. Green опубликовали серию экспериментальных результатов, хотя исследования, представленные в их работе, не относятся только к НКО, во всех наблюдениях используется беспартийный подход. В этой работе авторы пришли к трем ключевым выводам в изучении вовлечения избирателей. Во-первых, чтобы мобилизовать граждан, нужно, чтобы они чувствовали себя так, как будто их «разыскивают» на выборах. При сравнении усилий по мобилизации избирателей авторами было выявлено, что личное приглашение на выборы повышает вероятность того, что человек придет и проголосует. Кроме того, личные приглашения, сопровождаемые телефонными звонками, получают лучший отклик от граждан. Отправ-

ленные по почте приглашения обычно не очень эффективны. Во-вторых, исследование показало, что поддержание мотивации человека голосовать является важной связью с явкой избирателей. перезвонить или напомнить кому-то, кто ранее выразил интерес и намерение голосовать, — эффективная тактика. И наконец, многие неголосующие проголосуют, если почувствуют, что другие «следят» за их действиями. Самый сильный эффект наблюдался, когда потенциальным избирателям напоминали, что голосование фактически является публичным документом. В целом на электоральное поведение в значительной степени влияет социальная среда. Это означает, что использование социальных стимулов для голосования имеет тенденцию влиять на явку избирателей (Gerber, Green, 2008).

К. LeRoux и К. Krawczyk в 2012 г. опубликовали исследование, в котором респондентов разделили на две группы. Первая группа состояла из тех, кто не получает услуги от НКО, не взаимодействует с ними и не является объектом их агитационной работы по привлечению к выборам. Вторая — из тех, кто является потребителем услуг НКО и на кого оказывалось влияние в части «призыва» к голосованию. В результате в первой группе проголосовали 54% избирателей, во второй — 71%. Разница в показателях составляет 17 п.п. и является статистически значимой. Исследование также показало, что контакты с НКО по предоставлению помощи избирателям оказывают большее влияние на вероятность голосования, чем любой другой демографический фактор, включая возраст, пол и образование (LeRoux, Krawczyk, 2012).

По данным опроса в Вологодской области начиная с 2016 г. удельный вес жителей области, реализующих избирательное право, выше среди членов и волонтеров НКО по сравнению с теми, кто не состоит в подобных общественных структурах. В 2018 г. разница между двумя группами составила 21 п.п. (66% против 45%). При этом за весь период измерений (2011–2018 гг.) доля голосующих среди участников некоммерческих организаций несколько увеличилась (на 5 п.п., с 61% до 66%), среди граждан, не связанных с работой данных структур, — существенно снизилась (на 25 п.п.: с 70% до 45%; рисунок 2).



Рисунок 2 — Декларируемая явка в группах, выделенных по степени вовлеченности в деятельность некоммерческих организаций, процент от числа опрошенных.

Рассчитано авторами на основе данных мониторинга общественного мнения ВолНЦ РАН.

Таким образом, результаты зарубежных и российских полевых исследований подтверждают гипотезу о том, что деятельность НКО положительно влияет на электоральную активность граждан.

Возможность вовлечения НКО в процесс мобилизации избирателей имеет большое значение для органов государственной власти, избирательных комиссий при составлении мероприятий, направленных на повышение правовой культуры избирателей, уровня электоральной активности и доверия граждан к российской избирательной системе. Не меньшее значение эта возможность имеет для самих некоммерческих организаций при планировании своей деятельности в части работы с потенциальными избирателями. Поэтому видится целесообразным сформировать набор предложений, рекомендаций для тех и других участников рассматриваемого процесса.

*Предложения и рекомендации для органов власти, избирательных комиссий, общественных палат по привлечению НКО к избирательному процессу:*

1. Мотивировать НКО на деятельность по привлечению граждан на избирательные участки путем проведения грантовых конкурсов. Обеспечение финансовыми ресурсами НКО в части работы по непосредственному взаимодействию с избирателями позволит им эффективнее проводить мероприятия. В частности, возможным видится введение направления конкурса Фонда президентских грантов для НКО<sup>1</sup> — «совершенствование избирательного процесса и повышение электоральной активности граждан». Данное предложение обусловлено тем, что без материальных и человеческих ресурсов, специально выделенных для этой работы, НКО будут испытывать трудности в связи с возложенными дополнительными обязанностями.
2. Привлекать инициативных граждан, состоящих в НКО, к деятельности участковых избирательных комиссий через общественные палаты. Следует отметить, что такая практика стала реализовываться с 2018 г. в рамках общественного контроля. Согласно Федеральному закону № 374-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон „О выборах Президента Российской Федерации“» Общественная палата, как субъект общественного контроля, наделена правом назначать наблюдателей в избирательные комиссии для осуществления мониторинга реализации избирательных прав граждан. В целом по России 1866 соглашений заключено с федеральными, региональными и муниципальными общественными организациями в ходе подготовки системы общественного наблюдения. Общественной палатой Вологодской области в рамках организации процесса общественного наблюдения было подписано 23 соглашения с различными негосударственными некоммерческими организациями<sup>2</sup>. Представляется эффективным расширить данную практику.

<sup>1</sup> Фонд президентских грантов проводит конкурсы среди некоммерческих организаций. По итогам четырех конкурсов 2017–2018 гг. поддержано 6786 проектов на общую сумму более 14 млрд рублей, в том числе по итогам двух конкурсов 2018 года 3573 проекта из всех регионов страны получают 7,8 млрд рублей.

<sup>2</sup> Данные предоставлены Общественной палатой Вологодской области.

3. Законодательно закрепить права НКО на участие в выборах в части повышения явки избирателей.

*Предложения и рекомендации для некоммерческих организаций:*

1. Предусмотреть в своей деятельности разработку проектов и мероприятий, направленных на информирование избирателей о предстоящем голосовании. В качестве примера успешной практики агитации можно отметить деятельность московских НКО в подготовке выборов Президента РФ в марте 2018 г. Представители НКО провели более 60 акций под слоганом #Явыбираюсам в каждом округе Москвы. В акциях принимали участие более 3 тыс. представителей НКО, которые организуют фестивали, мастер-классы, семинары и социологические опросы.
2. Для успешной реализации проектов и мероприятий НКО необходимо обеспечить эффективное обучение персонала и волонтеров НКО основам законодательных норм. Одна из ключевых областей просвещения избирателей заключается в понимании избирательного права и процесса, в повышении правовой и политической культуры.
3. Некоммерческие организации обладают уникальным информационным потенциалом в социальных сетях, что может содействовать повышению эффективности их работы по привлечению избирателей. Социальные сети создают чувство онлайн-сообщества, которое повышает мотивацию избирателей, имеющих право голоса. Как показывают результаты исследования (Киселева, Шпак, 2015), люди быстро обмениваются политическими мнениями через социальные сети. Такое поведение может быть использовано для эффективной мобилизации потенциальных избирателей. Если человек видит, что окружающие собираются пойти на выборы, он сам начинает склоняться к тому, чтоб принять участие в голосовании. Предлагается также на сайтах НКО создать кнопку «Я проголосовал», которой можно поделиться с подписчиками.

## **Выводы**

Рассмотрены основные теории электоральной активности: ресурсная теория, американская модель, теория рационального выбора, комплексный подход. Определено, что в настоящее время оптимальным является применение комплексного подхода.

С целью определения глубины абсентеизма в России проведен межстрановой анализ избирательной явки на выборы федерального уровня (президентские и парламентские). Установлено, что уровень электоральной активности в России на выборах главы государства довольно высок (6–7-е место среди 18 стран, в которых в 2018 г. состоялись аналогичные избирательные кампании). По сравнению с предыдущими выборами, в России наблюдается положительная динамика электорального участия, хотя прирост явки — один из самых незначительных. Это связано с исключительностью президентских выборов для нашей страны. В то же время по уровню избирательной активности на парламентских выборах Россия является одним из аутсайдеров. По сравнению с предыдущими парламентскими выборами произошло существенное снижение явки. В Вологодской области отмечаются

аналогичные тенденции: незначительный прирост явки на президентских выборах и существенное падение — на парламентских. Невысок уровень электоральной активности на выборах регионального и муниципального уровня. Иными словами, проблема абсентеизма характерна для страны и региона.

Анализ результатов мониторинга общественного мнения позволил определить особенности абсентеизма на региональном уровне. В частности среди абсентеистов преобладают негативные оценки деятельности органов власти, экономической и политической ситуации в стране, личного материального положения, для них характерен низкий уровень интереса к политической жизни страны. Таким образом, абсентеизм в регионе является формой дистанцирования от власти, а не ее молчаливого одобрения.

На основе зарубежных исследований, статистических данных, а также мониторинга общественного мнения обоснована целесообразность вовлечения некоммерческого сектора в избирательный процесс с целью повышения избирательной активности граждан. В частности исследование К. LeRoux и К. Krawczyk показало, что уровень электоральной активности среди граждан, которые являлись потребителями услуг НКО и объектом их агитационной работы по привлечению к выборам, был выше, чем среди тех, кто не имел контактов с НКО. По данным опроса в Вологодской области начиная с 2016 г. удельный вес жителей области, реализующих избирательное право, выше среди членов и волонтеров НКО по сравнению с теми, кто не состоит в подобных общественных структурах.

Сформулированы рекомендации органам государственной власти, избирательным комиссиям, общественным палатам по привлечению НКО к избирательному процессу. В частности предложено мотивировать НКО на деятельность по привлечению граждан на избирательные участки путем проведения грантовых конкурсов; привлекать инициативных граждан, состоящих в НКО, в деятельность участковых избирательных комиссий через общественные палаты; законодательно закрепить права НКО на участие в выборах в части повышения явки избирателей. Сформулированы также рекомендации для НКО: разработка проектов и мероприятий, направленных на информирование избирателей о предстоящем голосовании; подготовка заявок на конкурсы с проектами, направленными на мобилизацию избирателей; обеспечение эффективного обучения персонала и волонтеров НКО основам законодательных норм; использование потенциала социальных сетей.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Баскакова Ю.М. «Мы эту власть не выбрали»: абсентеизм на выборах 2011–2012 гг. Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены, 2012, No. 5, 5–15.

Дементьева И.Н. Протестные настроения жителей региона как проявление деструктивных форм гражданской активности. Society and Security Insights, 2020, No. 2, 88–103. [https://doi.org/10.14258/ssi\(2020\)2-06](https://doi.org/10.14258/ssi(2020)2-06)

Захаров О.В. Социальные механизмы воздействия на электоральное поведение (управленческий аспект): автореф. дис. ... канд. соц. наук. Москва, 2011. URL: <http://cheloveknauka.com/sotsialnye-mehanizmy-vozdeystviya-na-elektoralnoe-povedenie>

Каминский В.С. Трансформация общественно-политических воззрений в контексте электорального поведения населения. Проблемы развития территории, 2017, No. 1, 130–144. URL: <http://pdt.vscs.ac.ru/article/2110>

Киселева А.М., Шпак Е.А. Социальные сети в процессе коммуникации между властью и обществом. Вопросы управления, 2015, 6 (18), 66–75.

Косыгина К.Е. Актуальные вопросы развития социально ориентированных некоммерческих организаций. Проблемы развития территории, 2018, 3 (95), 107–121. DOI: 10.15838/ptd.2018.3.95.7

Либоракина М.И. Некоммерческий сектор: международный опыт. URL: [http://www.socpolitika.ru/rus/ngo/foreign\\_experience/document115.shtml](http://www.socpolitika.ru/rus/ngo/foreign_experience/document115.shtml)

От плебисцита к выборам. Как и почему россияне голосовали на выборах 2011–2012 гг. Под. ред. В. Федорова. М.: Праксис, 2013.

Downs A. An Economic Theory of Democracy. N.Y., 1997.

Franklin M. Voter turnout and the dynamic of electoral competition in established democracies since 1945. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

Gerber A., Green D. Get Out the Vote. Washington. US: Brookings Institution Press. 2008.

LeRoux K., Krawczyk K. Can Nonprofit Organizations Increase Voter Turnout? Findings From an Agency-Based Voter Mobilization Experiment. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0899764012459909>

Rongitsch B. Election 2008: More Nonprofits Engaging More Voters. The Nonprofit Quarterly, 2008. URL: <https://nonprofitquarterly.org/>

Riker W. H. Implications from the Disequilibrium of Majority Rule of the Study of Institutions. American Political Science Review, 1980, No. 74, 432–46.

Verba S., Nie N. Participation in America. New York: Harper and Row., 1972.

Wolfinger R., Rosenstone S. Who Votes? New Haven, CT: Yale University Press, 1980.

## REFERENCES

Baskakova, Yu.M. (2012). «My etu vlast' ne vybirali»: absenteeizm na vyborah 2011–2012 g. [«We Didn't Choose This Power»: Absenteeism in the 2011–2012 Elections]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskiye i social'nyye peremeny* [Monitoring Public Opinion: Economic and Social Changes], no. 5, 5–15.

Dement'eva, I.N. (2020). Protestnyye nastroyeniya zhitelej regiona kak proyavlenie destruktivnykh form grazhdanskoj aktivnosti [Protest moods of the inhabitants of the region as a manifestation of destructive forms of civil activity]. *Society and Security Insights* [Society and Security Insights], no. 2, 88–103. [https://doi.org/10.14258/ssi\(2020\)2-06](https://doi.org/10.14258/ssi(2020)2-06)

Zaharov, O.V. (2011). *Sotsial'nyye mekhanizmy vozdeystviya na elektoral'noye povedeniye (upravlencheskiy aspekt)*. Avtoref. dis. ... kand. soc. nauk. [Social mechanisms of in-

fluence on electoral behavior (managerial aspect) (PhD Thesis)], Moscow. URL: <http://cheloveknauka.com/sotsialnye-mehanizmy-vozdeystviya-na-ekonomicheskoe-povedenie>

Kaminskiy, V.S. (2017). Transformatsiya obshchestvenno-politicheskikh vozzrenij v kontekste ekonomicheskogo povedeniya naseleniya [Transformation of social and political views in the context of the electoral behavior of the population]. *Problemy razvitiya territorii* [Territory development problems], no. 1, 130–144. URL: <http://pdt.vsc.ac.ru/article/2110>

Kiseleva, A.M., Shpak, E.A. (2015). Social'nyye seti v processe kommunikatsii mezhdu vlast'yu i obshchestvom [Social networks in the process of communication between the authorities and society]. *Voprosy upravleniya* [Management Issues], no. 6 (18), 66–75.

Kosygina, K.E. (2018). Aktual'nye voprosy razvitiya social'no orientirovannykh nekommercheskikh organizatsiy [Topical issues of development of socially oriented non-profit organizations]. *Problemy razvitiya territorii* [Territory development problems], no. 3 (95), 107–121. DOI: 10.15838/ptd.2018.3.95.7

Liborakina, M.I. *Nekommercheskiy sektor: mezhdunarodnyy opyt* [Non-profit sector: international experience]. URL: [http://www.socpolitika.ru/rus/ngo/foreign\\_experience/document115.shtml](http://www.socpolitika.ru/rus/ngo/foreign_experience/document115.shtml)

Fedorov, V. (Ed.) (2013). *Ot plebiscita k vyboram. Kak i pochemu rossiyane golosovali na vyborah 2011–2012 g.* [From plebiscite to elections. How and why did Russians vote in the 2011–2012 elections]. M.: Praksis.

Downs, A. (1997). *An Economic Theory of Democracy*. N.Y.

Franklin, M. (2004). *Voter turnout and the dynamic of electoral competition in established democracies since 1945*. Cambridge: Cambridge University Press.

Gerber, A., Green, D. (2008). *Get Out the Vote*. Washington. US: Brookings Institution Press.

LeRoux K., Krawczyk K. *Can Nonprofit Organizations Increase Voter Turnout? Findings From an Agency-Based Voter Mobilization Experiment*. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0899764012459909>

Rongitsch, B. (2008). Election 2008: More Nonprofits Engaging More Voters. *The Nonprofit Quarterly*. URL: <https://nonprofitquarterly.org/>

Riker, W.H. (1980). Implications from the Disequilibrium of Majority Rule of the Study of Institutions. *American Political Science Review*, no. 74, 432–464.

Verba, S., Nie, N. (1972). *Participation in America*. New York: Harper and Row.

Wolfinger, R., Rosenstone, S. (1980) *Who Votes?* New Haven, CT: Yale University Press.