

УДК: 316.4

Саралаева Л.М.главный редактор издания “Новые лица”/
“Новые лица” басылмасынын башкы редактору**Осеledко Д.**

АУЦА / БААУ

Saralaeва L.M.

editor-in-chief of the publication "New Faces"

D. Oseledko

AUCA

**Электоральные предпочтения у разных поколений Кыргызстанцев: результаты
социологического опроса****Кыргызстандагы ар кандай муундардын шайлоо артыкчылыктары:
социологиялык сурамжылоонун жыйынтыктары****Electoral preferences of different generations of Kyrgyzstanis: results of a
sociological survey**

Аннотация. Данная статья посвящена анализу результатов опроса различных возрастных групп об их электоральных предпочтениях в современном кыргызском обществе в преддверии парламентских выборов в октябре 2020 года.

Аннотация. Бул макалада 2020-жылдын октябрь айындагы шайлоолорго арналган, анда кыргыз коомундагы шайлоолорго болгон каалоолор тууралуу ар кандай курактагы топтордун сурамжылоонун жыйынтыктары берилген.

Abstract. This article is devoted to the analysis of the results of a survey, which was held before the elections in October of 2020, of various age groups about their electoral preferences in modern Kyrgyz society.

Ключевые слова: поколение, избиратели, выборы, исследование, молодежь, парламент.

Урунттуу сөздөр: муун, шайлоочулар, шайлоо, изилдөө, жааштар, парламент.

Keywords: generation, voters, elections, research, youth, parliament.

Каждые выборы в кыргызский парламент [1] – это своеобразная веха и историческая, и социологическая, и демографическая. У каждого поколения свои предпочтения, как в выборе кандидатов и партий, так и источников информации. Сегодня мы решили изучить самое молодое поколение избирателей, которые либо впервые будут голосовать на парламентских выборах, либо единожды уже делали свой выбор. В любом случае большинство из них новички в этом деле. Поэтому будет любопытно узнать их настроения относительно всей этой предвыборной кутерьмы.

Поколение Z. Поколение Z или зумеры [2] – люди, родившиеся с 1993 г. по 2003 г., то есть это избиратели в возрасте 18-26 лет. Это поколение характеризуется глубокой вовлеченностью в цифровые технологии. Из-за развития новых медиаресурсов, социальных сетей среди зумеров во много раз снижено использование таких типов СМИ, как телевидение, радио и печатные издания. Это поколение выросло в период построения демократии, во времена глобализации и постмодернизма. Их детство пришлось на середину 1990-х годов, когда шел активный процесс развала СССР, по которому они не ностальгируют, не сравнивают то время с настоящим. Они отдают

предпочтение престижным профессиям, для которых чаще всего необходимы высокий уровень подготовки и высшее образование. По данным Национального статистического комитета на 2017 г. зумеров в Кыргызстане насчитывалось около 700 тыс. человек [3].

Как собираются голосовать зумеры? Чтобы узнать это, мы провели среди них небольшой опрос и выяснили, что больше половины планируют принять участие в голосовании, 20% не собираются на избирательные участки, а остальные 30% сомневаются, что пойдут, из-за отсутствия мотивации, по причине неудачного опыта голосования в прошлом или отсутствия биометрики.

Большая часть избирателей-зумеров собирается голосовать «против всех». Молодые избиратели, а также те, кто отказывается участвовать в выборах, объясняют это тем, что у представленных политических партий нет определенных идеологий, все строится вокруг партнёрских интересов, в их составе нет «новых людей», а старые политики «не проявляют интереса к народу и не вызывают доверие у электората».

На вопрос: «Какой должна быть партия, чтобы вы за нее проголосовали?» - большинство молодых избирателей ответило, что «хотели бы видеть больше новых лиц, образованных молодых людей, которые будут понимать проблемы молодежи, поддерживать ее инициативы и иметь иной подход к решению проблем». Кроме того, «партия должна заниматься чем-то полезным для страны и народа, помимо стремления попасть в парламент», «деятельность партии должна быть прозрачной для электората, а в ее состав не должны входить люди, когда-либо замешанные в политических и коррупционных скандалах».

На вопрос: «Считаете ли вы, что ваш голос будет иметь значение?» - почти все опрошиваемые ответили утвердительно по ряду причин. Они считают, что, во-первых, «в нашей стране легче купить голос, чем подделать», во-вторых, «если многие проголосуют, то это действительно будет эффективно», в-третьих, «даже если голос имеет совсем небольшое значение, он все-таки сможет хоть как-то усложнить проникновение в парламент коррумпированных чиновников и олигархов».

На вопрос: «Продали бы вы свой голос на предстоящих выборах?» - большая часть (65 %) опрошиваемых ответила отрицательно, так как «им не позволяют принципы», они «считают это неприемлемым и унижительным», а также думают, что «все-таки выборы в нашей стране влияют на принимаемые решения». Те же, кто ответил утвердительно, сомневаются во влиянии своего голоса и не болеют за какую-то определенную партию, поэтому они не против продать свой голос.

Новости о политпартиях и кандидатах, а также информацию о предстоящих выборах зумеры узнают в основном из социальных сетей, таких как Facebook, Instagram и Twitter, и из электронных СМИ.

Поколение Y. Поколение Y или миллениалы [2] – это те, кто родился в начале 1980-х – 1990-х годов, т.е. избиратели в возрасте 30-40 лет. Они встретили новое тысячелетие в юном возрасте, за что их и называли миллениалами. По данным Национального статистического комитета, на 2020 г. миллениалов в Кыргызстане насчитывается около 900 тыс. человек [3]. Это наиболее активная часть кыргызского общества.

Представители этого поколения выросли в быстро меняющемся и высококонкурентном мире, они так же, как и зумеры, глубоко вовлечены в цифровые технологии, активно пользуются Интернетом и “зависают” в социальных сетях, откуда в основном и черпают информацию. Миллениалы не вздыхают по советскому прошлому, у большинства нет чувства ностальгии по этому времени. А те, кто ностальгируют, застали это время в раннем детстве и в основном слышаны о нем от

родителей. Представители этого поколения трудолюбивы и амбициозны, с оптимизмом смотрят на свою карьеру. Большая часть кандидатов в депутаты на нынешних выборах представлена именно этим поколением. Самое большое количество миллениалов сконцентрировано в партии «Бир Бол», средний возраст партийцев – 37 лет. Следом идут партии «Реформа» и «Ата-Мекен», их средний возраст 38 и 39 лет соответственно.

Как собираются голосовать миллениалы?

Половина опрошенных собираются принять участие в предстоящих выборах, 40 % сомневаются, так как считают, что «толку нет, приходят новые люди, но продолжают воровать», а остальные 10 % не собираются участвовать, потому что считают, что «сегодня политические партии представляют собой лишь наспех сформированные группы окол властных олигархических кланов, стремящихся в парламент только для защиты своих имущественных интересов».

Те, кто собираются участвовать, хотят проголосовать либо «против всех» из-за отсутствия достойных кандидатов, либо «за новую партию, где нет старых депутатов и политиков, которые израсходовали свой лимит доверия», а также поддержать эту новую партию, чтобы «у людей, которые сомневаются в своих силах, появилась уверенность, и в будущем они могли участвовать в выборах».

Миллениалы хотели бы видеть в партиях «честных, ответственных, порядочных людей с богатым жизненным опытом и созидательным стратегическим мышлением, которые бы исполняли свои обещания, не воровали и решали проблемы народа».

Большинство опрашиваемых считают, что их голоса имеют значение, потому что в противном случае их не стали бы подкупать, и, хотя голос одного человека «не играет решающую роль, это будет вклад в будущее, это нужно для того, чтобы выборы стали честными». Большая часть (70 %) опрошенных миллениалов отказались бы продать свой голос, объясняя это тем, что «в случае продажи не смогут надеяться на светлое будущее», однако некоторые считают, что «у нас все решают деньги», и поэтому продали бы свой голос. Это 30 % опрошенных.

Информацию о предстоящих выборах представители этого поколения берут из социальных сетей: Twitter, Facebook, Instagram, а также смотрят новости по телевизору.

Поколение X. Поколение X [2] – это те, кто родился между 1965 и 1979 годами, то есть избиратели в возрасте 40-55 лет. Поколение X встретило грандиозные политические и экономические потрясения, связанные с распадом СССР, в довольно молодом возрасте. Это повлияло на то, что они рано начали зарабатывать, осваивать новые сферы бизнеса и, вступая на самостоятельный путь, исходили уже из новых реалий. Однако многие из них до сих пор ностальгируют по Советскому Союзу.

Представители этого поколения попали в ситуацию, когда технологии изменялись прямо на их глазах, поэтому они могут сравнить темп развития информационных технологий и понять их преимущества и недостатки.

Поколение X уже полностью интегрировано в рынок труда, его представители самостоятельны и самодостаточны. Многие представители этого поколения стояли у истоков развития бизнес-среды в Кыргызстане, огромное количество людей этой возрастной категории представлены в образовании и медицине, а также в госуправлении. Это поколение – своеобразный костяк нынешнего общества.

По данным Национального статистического комитета, на 2020 г. в Кыргызстане проживают около 980 тысяч представителей поколения X [3]. Большинство нынешних кандидатов в депутаты – люди этой возрастной категории. Средний возраст кандидатов

в депутаты – 45-46 лет в таких партиях, как «Мекен Ынтымагы», «Биримдик», «Кыргызстан» и «Социал-демократы».

Как собирается голосовать поколение X? Большинство избирателей этого поколения регулярно принимают участие в выборах и помнят даже, как они голосовали во время референдума о сохранении Советского Союза. Многие из опрошенных признались, что собираются и на этих выборах прийти на участки, чтобы хоть как-то помешать «чимкирикам» из прошлого созыва попасть в парламент. Но среди них есть и те, кто голосует, только «потому, что так принято», и не особо интересуется политикой. Также у некоторых «отсутствует желание голосовать, так как нет честных и достойных кандидатов».

Многие опрашиваемые будут внимательно знакомиться с составом политпартий, чтобы в них не было старых политиков, «использующих все способы и силы, чтобы вернуться к власти». 30 % опрошенных изъявили намерение проголосовать «против всех», так как «не видят достойных кандидатов», либо потому что «многие хорошие кандидаты разбрелись по разным партиям, а в каждой партии есть личности, которые так или иначе себя дискредитировали».

Представители поколения X, которые работают в области образования, хотят, чтобы кандидаты от партий были «незапятнанными в коррупционных или криминальных скандалах», имели качественное образование, «хорошо не только читали, но и могли грамотно выражать свои мысли», а в программах партий больше внимания уделялось развитию образования, науки и искусства. Главный критерий в том, чтобы «депутаты не ставили личные интересы выше общественных и решали проблемы народа и страны в целом».

Не все представители этого поколения думают, что их голос имеет значение. Некоторые уверены, что «выборы – это фальсификация», так как сами участвовали в выборах в качестве наблюдателей или представителей участковых избирательных комиссий и видели многие нарушения и фальсификации собственными глазами. Более 30 % скептически относятся к выборам и поэтому они бы продали свой голос, если бы им предложили.

Поколение X получает информацию о предстоящих выборах и о партиях из социальных сетей, информационных сайтов и телевизионных источников. Наружная реклама многих раздражает. Они считают, что эта «демонстрация дорогих костюмов и красивых причесок» способна оттолкнуть нищий народ от сытых и холеных кандидатов.

Поколение «Бэби-бум». Поколение «Бэби-бум» или бумеры [2] – это люди, родившиеся между 1940 и 1965 годами, т.е. избиратели в возрасте 55-80 лет. Такое название поколения связано с всплеском рождаемости, произошедшим после Второй мировой войны. Большую часть жизни представители поколения «Бэби-бум» прожили в СССР. Они росли в обстановке, когда страна ставила большие цели, воспитывались амбициозными, стремящимися быть лучшими в своем деле.

Многие бумеры уже достигли пенсионного возраста, тем не менее им нравится чувствовать себя молодыми. Они интересуются техническими новинками, хотя и не всегда ими пользуются. Для бумеров характерны командный дух и коллективизм, они оптимистичны, ответственны и трудолюбивы. По данным Национального статистического комитета, на 2020 г. бумеров в Кыргызстане насчитывается около 700 тыс. человек [3].

Некоторые маститые политики этого поколения отказались участвовать в выборах, предоставив свои места молодым. Но в большинстве партий бумеры, что

называется, «рулят». Это касается партии «Бутун Кыргызстан», «Партии ветеранов войны в Афганистане». А самый возрастной кандидат (80 лет) баллотируется от партии «Мекен Ынтымагы».

Как собираются голосовать бумеры? Большая часть бумеров собираются участвовать в предстоящих парламентских выборах, так как многие из них всегда интересовались политикой и активно принимали участие в выборах до этого. Они также считают, что «каждый гражданин должен принять участие и выразить свое отношение к выборам, правительству и политике страны». Однако некоторые не хотят участвовать из-за ситуации с пандемией Covid-19 и считают, что сейчас не подходящее для этого время. 30 % опрошенных пока не решили, за кого отдадут свои голоса, они будут выбирать, «исходя из агитационной политики, которую ведут партии и депутаты». Бумеры считают, что партии «должны давать реальные обещания, а не говорить общими фразами; думать об интересах каждого человека, а не о своем обогащении». Они хотели бы видеть в партиях «образованных, опытных, активных, политически грамотных людей, которые бы честно служили народу и изучали опыт других стран, чтобы со стороны посмотрели на Кыргызстан и поняли, как его развивать», также они считают, что кандидаты должны стараться «понравиться народу и стать примером для подражания». По мнению большинства, бумеров, их голоса имеют значение, и поэтому они не продали бы их, если бы им предложили. Однако около 30 % опрошенных признались, что готовы рассмотреть предложения о продаже голоса, так как «от депутатов нет никакой реальной пользы, а так хоть какая-то помощь». Представители этого поколения чаще всего ходят на реальные встречи с кандидатами, смотрят их концерты и выступления и рады любым подаркам и гуманитарной помощи.

Всю информацию о предстоящих выборах и политических партиях представители этого поколения узнают из газет, с интересом их прочитывают, а также по телевизору и из разговоров с родственниками и соседями.

С точки зрения социологии. Самар Сыргабаев, кандидат социологических наук, исследователь, так комментирует данные опроса: «Как свидетельствуют результаты наших многолетних социологических наблюдений, преобладающая часть молодежи Кыргызстана в большинстве своем является аполитичной. Их активность преимущественно выражается через интерес к информации о политике, нежели в виде реальной политической активности в широком смысле этого понятия. Да, наша молодежь может проявлять активный интерес к тем или иным политическим событиям, обсуждать их, делиться информацией о них в соцсетях, но не более того. Такая аполитичность молодых людей объясняется прежде всего социально-психологическими и, конечно же, возрастными особенностями формирующейся личности. У молодежи широкий спектр жизненных интересов (личная жизнь, учеба, работа, досуг), и политика в этой шкале не играет ключевую роль. Тем не менее молодежь, как говорил немецкий социолог Карл Маннгейм, всегда представляет собой силу, которая может в любой момент взорваться. Наша страна знает много исторических примеров, когда молодежь превращалась в деструктивный, революционный ресурс в руках различных политических сил. То есть молодежь легко может стать объектом политических манипуляций.

Вместе с тем среди молодежи есть категория людей, которых можно действительно обозначить как политически активных. По нашим приблизительным оценкам они составляют от 5 до 10 процентов от общей массы молодого поколения Кыргызстана. Они часто проявляют гражданский активизм, реально участвуют в общественно-

политических процессах. Что касается людей старшего поколения, то наши социологические исследования показывают, что в ценностной шкале, особенно в базовых ценностях, между младшим и старшим поколениями, проживающими в сельских сообществах, нет явных различий. Можно обнаружить некоторые отличия у молодого и старшего поколений городских сообществ. Это продиктовано прежде всего более модернизированным укладом жизни, преобладанием новых, так называемых либеральных ценностей у городского населения.

Исходя из этих соображений, С. Сыргабаев склонен полагать, что между поколениями возрастные границы не имеют фундаментальных отличий в социокультурном плане. Большая часть из них имеют единый исторический опыт, за исключением разве что 30-40-летних, которые в силу обстоятельств оказались в пограничном историческом положении. Они представляют сегодня гибридное поколение, сочетая в себе определенные признаки «светскости», рыночные, капиталистические и либеральные ценности. Как показывают социологические и политологические исследования, представители более старших поколений в электоральном плане более активны и ответственны, то есть менее подвержены абсентеизму, нежели молодые люди.

Есть предположение, что на исход выборов будет существенно влиять сельский электорат. Это объясняется географическими и историческими особенностями расселения кыргызстанцев. В демографическом плане у нас молодое население, среднестатистический возраст составляет 27-28 лет, соответственно при активном участии на исход выборов могут существенно влиять представители более молодых возрастных когорт. В плане политических, агитационных технологий на электоральное поведение поколений будут влиять различные инструменты по-разному. Для более молодых, по вашей классификации 30-40-летних, решающую роль будут играть интернет-ресурсы, а для старшего поколения – традиционные СМИ, в частности телевидение. Так, для старших поколений сельских сообществ телевидение или то, что будут говорить по телевизору, и определит их электоральное предпочтение.

Таким образом, политическим партиям и отдельным кандидатам необходимо изучить не только политические технологии и их классификацию [4], но и изучить электоральные предпочтения каждого поколения.

Список литературы:

1. Конституция Кыргызской Республики. Электронный ресурс. URL: <https://shailoo.gov.kg/kg/ZakonodatelstvoMyyzamdor/Konstituciya-Konstituciya/Konstituciya-24/>
2. Теория поколений. (Википедия). Электронный ресурс. URL – https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F_%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9
3. Демографический ежегодник Кыргызской Республики. Электронный ресурс. URL – <http://www.stat.kg/ru/publications/demograficheskij-ezhegodnik-kyrgyzskoj-respubliki/>
4. Федоркин Н.С. Социология выборов в органы власти. Электронный ресурс. URL – <https://www.socio.msu.ru/documents/main/chairs/polit/sociologiaviborovvorgvl.pdf>

Рецензент: Орозалиев Э.С. — доктор философских наук, профессор, декан социально-психологического факультета БГУ имени К. Карасаева.