

DOI 10.35775/PSI.2026.130.1.019

УДК 316.023.6

М.А. ЛИСНИЧАЯ

соискатель кафедры политической социологии
и социальных технологий социального факультета РГГУ,
член экспертного клуба «Дигория»,
Россия, г. Москва
E-mail: gimnazistka15@mail.ru
ORCID: 0000-0002-6581-7674

СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ В ИЗБИРАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ: ПОКОЛЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Статья посвящена исследованию избирательного поведения с акцентом на поколенческий подход, раскрывающий влияние историко-культурных и социально-экономических факторов на формирование политических предпочтений разных возрастных групп. В основе исследования использован междисциплинарный подход, который обеспечил комплексный анализ влияния социальных сетей на избирательное поведение. Результаты исследования подтверждают ключевую роль социальных сетей и мессенджеров в современной жизни. Соцсети выполняют многофункциональные задачи – от межличностного общения и рабочих коммуникаций до оперативного информирования населения, включая взаимодействие с официальными лицами. Анализ восприятия по поколениям показал разнообразие подходов: бэби-бумеры используют соцсети преимущественно для связи с близкими и получения информации, поколение X рассматривает их как удобный рабочий инструмент, а миллениалы полностью интегрированы в цифровую среду и применяют соцсети для широкого спектра задач и развития общества на разных уровнях.

Ключевые слова: социальные группы, избирательный процесс, поколенческий аспект, электоральное поведение, политические предпочтения, молодежь, гражданская активность, социально-экономические факторы, политическое сознание, электоральная активность.

Введение. Избирательное поведение является сложным и многофакторным феноменом, который формируется под влиянием различных социальных, экономических и культурных факторов. В рамках социально-политического анализа особое внимание уделяется роли различных социальных групп, среди которых поколенческие категории занимают ключевое место. Поколение выступает как комплексный социальный феномен, объединяющий людей, родившихся и социализированных в схожих исторических и культурных условиях, что формирует их ценностные ориентиры и модель политического участия.

Е.В. Ефанова и А.Е. Самолазова обоснованно отмечают, что: «Поскольку содержание политических процессов не может быть сведено исключительно к их институциональному измерению, значимым предметом анализа

представляются основания неонституционального порядка. Широкая вовлеченность общественных масс в политическую жизнь на правах ее активного созидающего субъекта становится причиной возрастающего интереса к электоральным исследованиям, выявлению закономерностей поведения индивидов в политике, а также факторов, непосредственно предопределяющих их политический выбор» [8. С. 170].

Цель статьи – исследовать особенности участия различных социальных групп в избирательном процессе с учетом поколенческого аспекта, выявить влияние возрастных и поколенческих характеристик на электоральное поведение, а также определить социальные факторы, формирующие политические предпочтения и активность разных поколений в обществе.

Литературный обзор. Тема электорального поведения, а так же социальных групп в избирательном процессе с учетом поколенческого аспекта активно исследуется как российскими, так и зарубежными учеными, однако уровень и направление изучения имеют определенные особенности.

Как справедливо отмечает М.А. Аль-Дайни: «Проблема изучения электорального поведения, несмотря на наличие исследований, остается еще недостаточно разработанной в отечественной политической науке. Это объясняется прежде всего определенной новизной электоральной тематики для российских исследователей, так как до начала 1990-х гг. в нашей стране официально не существовало ни политической науки, ни электората как одного из основных объектов политических исследований. Электоральные исследования в России проводятся немногим более двадцати лет» [1. С. 10].

В России тема находится на стадии активного развития. Российские исследователи, все чаще обращаются к анализу политического поведения с учетом возрастных и поколенческих различий (М.А. Аль-Дайни, М.М. Луговцов) [1].

Большое количество исследований посвящено анализу разнообразных факторов электорального поведения, таких как цифровизация, территориальные, экономические, культурные и прочие социальные факторы (Л.Ф. Баширова, И.А. Кирюшин, М.М. Луговцов, Н.А. Стародубцева) [3. С. 35-37; 10. С. 170-181; 12. С. 5-18; 19. С. 169-176], что обусловлено необходимостью всестороннего понимания механизмов формирования политических предпочтений.

Что касается социальных групп, то в современном российском научном дискурсе электоральное поведение молодежи привлекает значительно больше внимания по сравнению с другими поколенческими группами (И.Е. Дискин, А.Д. Маркина, О.И. Просвирина и пр.) [7. С. 16-17; 13. С. 5-9; 17. С. 2885-2891]. Исследования часто акцентируют внимание на динамических и проблемных элементах электорального процесса, к которым молодежь относится в большей степени. Вследствие этого изучение более консервативных и менее изменяющихся электоральных моделей старших поколений представляется менее перспективным и актуальным на сегодняшний день.

Количество комплексных исследований, сочетающих социально-структурный и поколенческий подходы, относительно ограничено, что обусловлено

меньшим объемом эмпирических данных и более поздним развитием методологической базы.

Таким образом, несмотря на активное развитие темы и широкий спектр изучаемых факторов, наблюдается явный дисбаланс в фокусе исследований в пользу молодежи, что ограничивает полноценное понимание электорального поведения всех поколенческих групп в России.

Следует подчеркнуть, что в работах российских авторов, опубликованных в последние годы, освещается широкий спектр вопросов близких к данной предметной области [2; 4; 5; 6; 9; 14; 15; 16; 18; 20].

Однако проблему комплексного исследования избирательного поведения граждан с акцентом на поколенческий подход, нельзя назвать однозначно исчерпанной. В силу многих объективных обстоятельств изучение обозначенной темы продолжает сохранять высокий уровень актуальности.

Методология и методы исследования. Исследование базируется на междисциплинарном подходе, объединяющем социологию и политологию. Основной упор сделан на анализ влияния поколенческих характеристик на поведение в избирательном процессе.

Методология исследования основана на теории поколений (Н. Хау и У. Штраус) [21], которая рассматривает социальные группы как объединения людей, рожденных и сформировавшихся в определенный исторический период, обладающих характерными ценностями, мировоззрением и моделями поведения. В рамках данной теории основное внимание уделяется не столько индивидуальным особенностям, сколько общим социальным и культурным условиям, влияющим на формирование поколения как когерентной социальной группы. Такой подход позволяет исследовать избирательное поведение не просто как функцию личностных или социально-экономических факторов, а как проявление поколенческих идентичностей, которые формируют специфические установки и мотивации в избирательном процессе.

Эмпирическую основу статьи составили результаты комплексного социологического исследования, включающего анкетный опрос 1221 респондента – жителей городских округов и муниципальных районов Белгородской области, обладающих активным избирательным правом. Для подтверждения и углубления полученных данных был проведен экспертный опрос 30 специалистов с опытом в социологии управления, государственном и муниципальном управлении, а также работе в региональных и территориальных избирательных комиссиях. Дополнительно для анализа ценностно-мотивационных и диспозиционных аспектов использования социально-сетевых технологий применялись качественные методы – фокус-групповые интервью с участием 69 человек из семи социальных групп, включая разные возрастные категории населения, депутатов и членов избирательных комиссий. Такой методологический подход обеспечил всестороннее и объективное исследование роли социальных сетей в управлении региональным избирательным процессом.

Научные результаты и дискуссия. Современную жизнь невозможно представить без социальных сетей, которые за десятилетия встроились во множество аспектов жизни общества и отдельного гражданина. А.В. Каравай отмечает, что: «Социальные связи играют огромную роль в повседневной жизни людей. Исследования показывают, что ресурсы, получаемые через такие связи, являются важным фактором вертикальной мобильности и при определенных условиях могут заменять или дополнять другие материальные и нематериальные ресурсы индивида. Массовое участие в насыщенных ресурсами социальных сетях способствует улучшению материального благосостояния и устойчивости граждан, обеспечивает большую стабильность общества в целом и в конечном итоге ведет к экономическому росту» [11. С. 74].

Проведенное исследование выявило, что социальные сети и мессенджеры заняли прочное место в современной социальной жизни и практически незаменимы для большинства граждан. Согласно результатам опроса, 90% респондентов признали, что представить свою жизнь без социальных сетей и мессенджеров стало крайне затруднительно. Это подтверждается и данными фокус-групповых интервью, где представители различных социальных групп **единодушно отметили всеобъемлющее распространение и значимость этих цифровых платформ в повседневной коммуникации.**

Сегодня социальные сети встраиваются во множество аспектов жизни, оказывая существенное влияние как на межличностные отношения, так и на коммуникацию между обществом и властью – рис. 1.

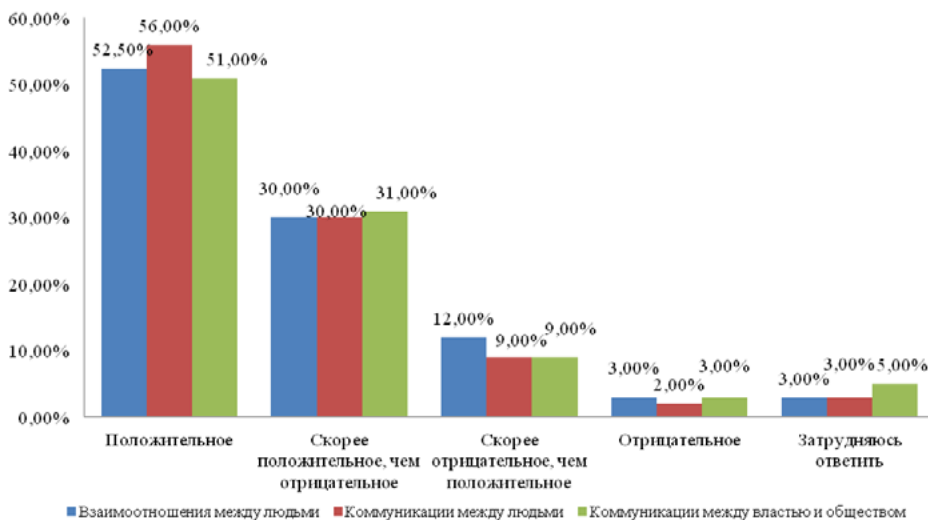


Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос:

«Какое влияние, на Ваш взгляд, социальные сети и мессенджеры оказывают на: взаимоотношения между людьми, коммуникации между людьми и коммуникации между властью и обществом?», %

Анализ распределения ответов респондентов на вопрос о влиянии социальных сетей и мессенджеров демонстрирует преобладание положительных оценок: наиболее крупная часть участников (от 51% до 56% в разных категориях) считает, что влияние социальных сетей положительное. В частности, позитивно оценивается влияние на взаимоотношения между людьми, коммуникацию между людьми и даже на взаимодействие между властью и обществом. При этом значительная часть респондентов (около 30%) выражает мнение скорее положительное, чем отрицательное, что в совокупности с позитивными ответами подчеркивает общий положительный тренд восприятия социальных сетей.

Отрицательные оценки оказываются незначительными – менее 5% во всех категориях, что говорит об ограниченном числе критиков влияния социальных платформ. Некоторая часть участников затруднилась ответить, что может указывать на неоднозначность и сложность оценки данного явления

Данные свидетельствуют о восприятии социальных сетей как важного инструмента для улучшения коммуникаций и взаимодействия в обществе, при этом оставаясь средством, вызывающим у части населения определенные сомнения.

Проведенное исследование показывает высокую значимость социальных сетей и мессенджеров в жизни современных граждан. Рассмотрим, как это восприятие распределяется среди разных поколений с учетом их специфики и особенностей коммуникационного поведения.

Поколение бэби-бумеров (1946-1964 гг.).

Восприятие и привычки: Часто относится к соцсетям с осторожностью, предпочитая традиционные каналы коммуникации (телефон, личное общение, СМИ).

Отношение к соцсетям: Меньшая вовлеченность, но с ростом цифровой грамотности многие используют соцсети для общения с родственниками и получения информации.

Оценка влияния: Склонны более критично оценивать влияние соцсетей, но пока что большая часть видит позитив в аспектах связи с семьей и упрощения общения с официальными структурами. Примерно 60-70% бэби-бумеров могут согласиться с тем, что соцсети облегчают коммуникацию.

Поколение X (1965-1980 гг.).

Восприятие и привычки: Активные пользователи интернета и соцсетей, но не столь зависимы, как более молодые. Соцсети воспринимают как полезный инструмент для работы и общения.

Отношение к соцсетям: Умеренно положительное, оценивают соцсети как удобный канал коммуникации с коллегами и близкими.

Оценка влияния: Высокий процент позитивных ответов (около 75-80%), особенно в контексте оперативного получения информации и поддержания рабочих/личных связей.

Поколение Y (миллениалы) (1981-1996 гг.).

Восприятие и привычки: Активные и почти полностью интегрированные в цифровую среду пользователи соцсетей. Используют их для коммуникации, работы, развлечений и информации.

Отношение к соцсетям: Чаще всего положительное, считают соцсети неотъемлемым элементом жизни, коммуникаций и получения новостей.

Оценка влияния: Более 85-90% признают положительное влияние соцсетей, отмечая их роль в построении социальных связей и открытости власти.

Поколение Z (1997-2012 гг.).

Восприятие и привычки: «Цифровые аборигены», выросшие в эпоху интернета и соцсетей, воспринимают их как естественную часть жизни.

Отношение к соцсетям: Практически все используют соцсети как основной канал общения, источник информации и платформу для самовыражения.

Оценка влияния: Около 90-95% положительно оценивают влияние соцсетей на коммуникации и связь с властью, воспринимая их как инструмент активного участия в социальных и политических процессах.

Проведенный анализ выявил тенденцию к возрастанию позитивного отношения к социальным сетям у молодых поколений. В то время как представители поколения бэби-бумеров демонстрируют умеренно положительное восприятие (около 60-70% позитивных ответов), для поколения Z этот показатель достигает 90-95%. Социальные сети воспринимаются как необходимый инструмент для коммуникации, получения информации и взаимодействия с органами власти, особенно среди миллениалов и представителей поколения Z, для которых цифровая среда является естественной средой обитания. Поколения бэби-бумеров и X, хотя и проявляют большую критичность по отношению к социальным сетям, тем не менее признают их значимость в современном социальном взаимодействии. Поколение Альфа, находясь на начальном этапе цифровой интеграции, в будущем, вероятно, будет еще глубже вовлечено в использование социальных сетей, что усилит их роль в социальной и политической жизни общества. Таким образом, полученные данные подтверждают, что влияние социальных сетей на коммуникации и социальное взаимодействие существенно усиливается с каждым новым поколением, а наибольшее положительное восприятие характерно для тех, кто вырос и формировался в цифровой среде.

Анализ ответов участников фокус-групп выявляет четкую поколенческую дифференциацию восприятия социальных сетей. Представители младших и средних поколений (миллениалы и поколение Z) подчеркивают преимущественно положительные аспекты – удобство, оперативность коммуникации и легкость обмена информацией, что обусловлено их цифровой социализацией и интеграцией цифровых технологий в повседневную жизнь. Представители старшего возраста, выражают значительную обеспокоенность негативными аспектами использования социальных сетей. По данным исследования, около 68% представителей этих групп отмечают снижение качества живого общения и ослабление эмоциональной близости в реальных контактах. Около 54% указывают на возрастание уровня стресса, связанного с постоянной информационной

перегрузкой и необходимостью быстрого реагирования на поток сообщений. Более того, примерно 60% респондентов из старших поколений воспринимают цифровые платформы как фактор социальной изоляции и психологического дискомфорта, что свидетельствует о существующем разрыве во восприятии роли социальных сетей между возрастными когортами.

Таким образом, существует положительная корреляция между поколенческой принадлежностью и восприятием социальных сетей: молодые поколения ассоциируют их с эффективной коммуникацией, тогда как старшие – с ухудшением межличностного взаимодействия и снижением качества жизни.

Поколения младших возрастных категорий, например, представители поколения Z и миллениалы, скорее склонны видеть в социальных сетях преимущественно функциональные преимущества – оперативный доступ к информации, экономию времени и удобство коммуникации (подтверждает цитата о мессенджерах и экономии времени). Вместе с тем, молодые респонденты часто проявляют обеспокоенность по поводу качества контента и возможности попадания детей и подростков на деструктивную информацию, что отражает более сознательный и критический подход к медиаконтенту внутри этой группы. Такое восприятие объясняется высоким уровнем цифровой грамотности, но также и уязвимостью к информационным рискам, особенно для несовершеннолетних.

Среднее поколение выражает позицию, сбалансированную между преимуществами и рисками, подчеркивая необходимость умения работать с информацией в условиях ее избыточности и фейков (цитаты о необходимости фильтрации информации и умении работать с ней). Эта группа, как правило, активно вовлечена в профессиональную и семейную жизнь, что вынуждает их аккуратно и прагматично подходить к использованию социальных сетей.

Поколение старших граждан, включая представителей бэби-бумеров, акцентирует внимание на сложностях и негативных сторонах – информационная перегрузка, отсутствие прозрачности и достоверности сведений, а также последствия для межличностного общения и психоэмоционального состояния. Их восприятие характеризуется большей настороженностью и критикой, что обусловлено более привычным к традиционным формам коммуникации образом жизни и меньшей цифровой социализацией.

В целом, несмотря на разные акценты, все поколенческие группы разделяют понимание двойственной природы социальных сетей. На уровне восприятия отмечается высокая степень осознанности относительно как возможностей (быстрая коммуникация, доступ к информации), так и рисков (фейки, стресс, влияние на детей). Наблюдаемая амбивалентность и прагматичный подход у большинства участников подтверждают необходимость формирования комплексных стратегий цифровой грамотности, ориентированных на возрастные особенности потребления медиаконтента и взаимодействия с цифровыми платформами. Такой подход способствует снижению рисков и повышению эффективности использования социальных сетей в разных слоях общества.

Анализируя данные о восприятии социальных сетей как инструмента коммуникации между гражданами и властью через призму поколенческих групп, можно выделить несколько ключевых факторов, объясняющих различия и общие тенденции в оценках их функционала.

Прежде всего, 78% респондентов считают социальные сети важным и необходимым инструментом взаимосвязи с органами власти. Это свидетельствует о высокой массовой адаптации цифровых платформ для публичного диалога, которая значимо варьируется в зависимости от возраста опрошенных.

Молодые поколения (поколения Z и миллениалы), сформировавшиеся в условиях активного интернет-присутствия и цифровой культуры, демонстрируют более высокую степень доверия и вовлеченности в социальные сети для получения официальной информации, а также оценивают их как удобный канал для быстрой коммуникации (поддержка 53% респондентов). Для них важным является аспект расширения возможностей для диалога (52%), что отражает их потребность в интерактивности и активном участии в общественной жизни через доступные цифровые инструменты. Кроме того, молодые пользователи более позитивно воспринимают социальные сети как платформу открытости и прозрачности органов власти (49%) и как средство обратной связи (47%), что коррелирует с их ожиданиями большей демократичности и участия.

Среднее поколение (30-50 лет) чаще видит в социальных сетях преимущественно информативный ресурс, и для них критично повышение доступности официальной информации и скорости ее распространения (53%), при этом возможности для диалога воспринимаются несколько менее выражено, что может объясняться более традиционными каналами коммуникации и меньшей привычкой к активному цифровому взаимодействию. Обратная связь и открытость воспринимаются как важные, но в меньшей степени.

Старшее поколение (50+), традиционно менее активное в социальных сетях, склонно видеть в них менее значимый канал для публичного обсуждения региональных проблем (30%) и реализации совместных проектов и идей (24%).

Склонность старшего поколения слабо использовать соцсети для обсуждения региональных проблем и совместных проектов связана с несколькими ключевыми факторами. Техническая цифровая неграмотность и дискомфорт с новыми технологиями уменьшают их мотивацию и способность участвовать в онлайн-платформах. Предпочтение отдается традиционным формам общения – личным встречам, телефонным звонкам и официальным каналам, что отражает консерватизм и устойчивость к медиановым изменениям. Кроме того, соцсети воспринимаются ими как источники информационного шума и недостоверности, что снижает доверие к онлайн-дискуссиям. Наконец, ограниченность свободного времени, низкая вовлеченность в современные социальные инициативы и устоявшиеся жизненные установки уменьшают мотивацию к активному участию в коллективных проектах. В итоге соцсети имеют для старшего поколения низкую значимость как инструмент публичного диалога и совместной деятельности.

Анализ показал, что несмотря на потенциал соцсетей для общения, лишь 11% респондентов когда-либо взаимодействовали с кандидатами и партийными представителями онлайн, что отражает ограниченное использование этих каналов в политике. Молодые поколения (Поколение Z и Миллениалы) вовлекаются в цифровое общение активнее, тогда как старшие (Поколение X и Бэби-бумеры) проявляют меньший интерес и готовность к онлайн-взаимодействию с властью.

Основываясь на распределении форм взаимодействия, можно предположить, что молодые граждане чаще участвуют в неформальных и коллективных активностях, таких как ответы на новости и участие в коллективных обращениях (52% и 23% соответственно). Это свидетельствует о более высокой цифровой активности и склонности к групповому взаимодействию внутри соцсетей. В то же время, личные обращения к депутатам и партийным представителям (22%) и жалобы, как коллективные, так и личные (8% и 6%), вероятно, более характерны для старших поколений, для которых традиционные формы коммуникации с властью остаются более привычными и комфортными.

Заключение. Избирательное поведение разных поколений характеризуется существенными отличиями, обусловленными социокультурными и психологическими особенностями каждого возрастного этапа. Молодое поколение отличается большей открытостью к новым идеям, высокой восприимчивостью к инновациям и изменяющимся социальным реалиям, что проявляется в нестабильности политических предпочтений и повышенной политической неопределенности. В период активного формирования ценностных ориентиров у молодежи наблюдается значительная динамика в отношении к политике, что отражается в вариативности электорального поведения и склонности к экспериментальным формам политического участия. В противоположность этому, средние и старшие поколения обладают более устойчивыми и консервативными взглядами, сформированными на основе длительного жизненного и политического опыта. Их электоральное поведение отличается стабильностью и предсказуемостью, часто укоренено в традиционных ценностях и исторической памяти, что снижает их роль как факторов динамических изменений в политической системе.

Сегодня важно углубить изучение влияния цифровизации на электоральное поведение разных поколений, учитывая стремительное развитие информационных технологий и изменение медиа-среды. Не менее актуально расширять территориальный и экономический анализ, чтобы выявлять региональные особенности и социально-экономические детерминанты участия в выборах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Аль-Дайни М.А. Специфика формирования типов электорального поведения в современной России: политико-психологический анализ // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2018. № 2 (800).

2. **Афонин М.В., Кабирова А.Ш., Поданев Д.А.** Политические партии как субъект общественно-политических отношений (технологии и модели политической коммуникации) // Вопросы политологии. 2024. № 12.
3. **Баширова Л.Ф.** Политическая стабильность как фактор электорального поведения // Актуальные исследования. 2022. № 50-2 (129).
4. **Вильнер И.А.** Цифровизация избирательного процесса // Вопросы политологии. 2023. Т. 13. № 2 (90).
5. **Горячев Г.А., Майстат М.А.** Особенности формирования электоральных установок граждан в избирательных кампаниях в условиях информатизации // Вопросы политологии. 2024. № 3.
6. **Давыдова Н.С.** Гражданско-идентичная модель партийно-электоральной агрегации // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2023. Т. 13. № 4 (97).
7. **Дискин И.Е.** Специфика электорального поведения молодежи // Избирательное законодательство и практика. 2022. № 1.
8. **Ефанова Е.В.** Электоральный выбор молодежи: факторы формирования, поведенческие особенности / Е.В. Ефанова, А.Е. Самолазова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. 2017. № 4.
9. **Заславский С.Е., Лукушин В.А.** К вопросу оценки эффективности современных избирательных систем: правовые рамки и политические практики // Вопросы политологии. 2025. № 4.
10. **Кирюшин И.А.** Влияние социальных факторов на трансформацию электорального поведения российских граждан в условиях цифровизации в современных условиях // Стратегии развития общества и экономики в новой реальности: Сборник трудов пятой международной научно-практической конференции «SOCIAL SCIENCE» (Общественные науки), Ростов-на-Дону, 26-27 октября 2023 года. Ростов-на-Дону: РАНХиГС, 2023.
11. **Каравай А.В.** Факторы доступа к ресурсам социальных сетей в современной России // Социологические исследования. 2022. № 10.
12. **Луговцов М.М.** Влияние трансформаций избирательной системы России в XXI веке на выбор стратегии электорального поведения // Вопросы управления. 2021. № 6 (73).
13. **Маркина А.Д.** Особенности электорального поведения молодежи в Российской Федерации // Оригинальные исследования. 2022. Т. 12. № 2.
14. **Медведева В.К.** Электоральная активность и политическое участие: вопросы теории и практики // Вопросы политологии. 2013. № 3 (11).
15. **Медведева В.К., Майстат М.А.** Избирательные технологии в современном электоральном процессе // Региональное и муниципальное управление: вопросы политики, экономики и права. 2024. № 1.

16. Медведев Н.П., Слизовский Д.Е. Электорально-политическая конкуренция: аналитический обзор научных публикаций (часть первая) // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2024. № 10.
17. **Просвирнина О.И.** Электоральное поведение современной российской молодежи: подходы к изучению // Инновации. Наука. Образование. 2022. № 50.
18. **Сидорова Г.М.** Электоральная активность, гражданский и политический активизм как формы гражданского участия, являющиеся основой современного демократического общества // Вопросы политологии. 2025. № 1.
19. **Стародубцева Н.А.** Управленческий аспект дискурса электорального поведения // Власть. 2023. Т. 31. № 1.
20. **Стаценко И.М.** Партийная конкуренция в современной демократии: общие характерные тренды и некоторые частные партийные проекты // Вопросы политологии. 2024. № 8.
21. **Howe N. and Strauss W.** Generations: The History of America's Future 1584 2069, Harper perennial. New York, USA, 1991.

М.А. LISNICHAYA

PhD Candidate, Department of Political Sociology
and Social Technologies, Faculty of Social Sciences, Russian State University
for the Humanities, Member of the Digoria
Expert Club, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0002-6581-7674

SOCIAL GROUPS IN THE ELECTORAL PROCESS: A GENERATIONAL ASPECT

This article examines voting behavior with a focus on a generational approach, revealing the influence of historical, cultural, and socioeconomic factors on the formation of political preferences across age groups. The study utilizes an interdisciplinary approach, providing a comprehensive analysis of the impact of social media on voting behavior. The results confirm the key role of social media and messaging apps in modern life. Social media serve a variety of purposes, from interpersonal and work-related communication to providing timely information to the public, including interactions with government officials. An analysis of perceptions by generation revealed a diversity of approaches: baby boomers use social media primarily to connect with loved ones and obtain information, Generation X views them as a convenient work tool, and millennials are fully integrated into the digital environment and utilize social media for a wide range of purposes. This approach supports the development of society at various levels.

Key words: social groups, electoral process, generational aspect, electoral behavior, political preferences, youth, civic engagement, socioeconomic factors, political consciousness, electoral activity.