

И.В. ОХРЕМЕНКО

**ЭЛЕКТОРАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ:
ТЕОРИЯ ВОПРОСА**

Учебное пособие

В двух частях

Часть 1

Волгоград 2002

ББК 60.550.51я73

О-92

Рецензенты:

д-р филос. наук, доц. *Л.М. Путилова* (ВФ ВЗФЭИ);

канд. филос. наук, доц. *С.Н. Михайлов* (ВГГУ)

Охременко И.В.

О-92 Электоральное поведение: теория вопроса: Учебное пособие: В 2 ч. Ч. 1. — Волгоград: Издательство ВолГУ, 2002. — 52 с.

ISBN 5-85534-560-2

Пособие посвящено проблемам содержания и качественным характеристикам массового сознания.

Предназначено для студентов, аспирантов, преподавателей и всех интересующихся политической социологией.

ISBN 5-85534-560-2



© И.В. Охременко, 2002

© Издательство Волгоградского
государственного университета, 2002

ВВЕДЕНИЕ

На формирование современного знания об электоральном поведении оказали влияние многие работы, составляющие классику социальной мысли.

В первую очередь, это работы политико-философской направленности, где различные аспекты этой проблемы рассматривались в контексте познания природы и сущности политической и государственной власти¹.

Во-вторых, работы, изданные в США и Западной Европе, которые во многом и надолго определили проблематику и подходы существующей сейчас социологии выборов².

Вместе с тем в настоящее время ощущается острый дефицит в методологических обобщениях и методических приемах социологического анализа электорального поведения. В силу этого многие публикации носят фрагментарный характер.

Данное пособие выявляет теоретические и методологические подходы к исследованию электорального поведения.

В пособии уточняется сущность социологического содержания понятия «электоральное поведение»; рассматриваются концепции политического участия и электорального поведения; выявляется группа объективных и субъективных факторов, оказывающих определяющее влияние на электоральный выбор людей.

ТЕМА 1. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ

В западной социологии и политологии разработан ряд теорий, основанных на осмыслении длительной практики свободных выборов в устоявшихся демократиях и позволяющих объяснить и предсказать массовое электоральное поведение.

Согласно точке зрения, изложенной в работе Ф.М. Бурлацкого и А.А. Галкина³, начало исследований электорального поведения было положено известным французским демогеографом А. Зигфридом, создателем направления, получившего наименование «избирательная география». А. Зигфрид исходил из следующего: формирование политических взглядов населения, лежащих в основе электорального поведения, обусловлено множеством факторов, в том числе особенностями исторического, административного и социально-политического формирования страны; социальной структурой; религиозными предпочтениями; влиянием внешней среды, а также способностью исследуемого объекта противостоять подобным влияниям. Социальные факторы Зигфрид выводил непосредственно из географических.

Исследуя поведение избирателей во Франции в период Третьей республики, А. Зигфрид попытался объяснить, почему характер политических взглядов в различных регионах остается постоянным, несмотря на нестабильные и часто меняющиеся структуры партий и партийных систем⁴. Он объяснял стабильность индивидуального поведения сочетанием природных и социальных условий и видел в природных условиях, например в геологических особенностях того или иного региона, основные предпосылки социального и политического поведения.

Труды Зигфрида послужили началом многочисленных исследований, направленных на выявление связей между электоральным поведением и объективными условиями существования людей. Решающую роль в становлении «экологической школы» сыграл ученик и последователь А. Зигфрида Ф. Гогель. Гогель уделял существенное внимание социально-структурным влияниям. Сопоставление социальной структуры типов поселения и политического поведения он рассматривал как ключ к решению исследовательских проблем. Вместо «избирательной географии» он предпочитал говорить о «социологии выборов»⁵.

Однако в середине 50-х гг. многие положения этой школы критикуются известным социологом Р. Ароном. Он утверждал, что экологический анализ и методы, основанные на исследовании взаимосвязи социально-профессиональных переменных, и поведение избирателей не сводимы друг к другу⁶.

В критике Арона содержалось немало рациональных моментов. Раньше основным объектом анализа была территориальная единица, отличающаяся от других набором тех или иных факторов, в частности социальным составом. Теперь таким объектом стала социальная группа с ее специфическими чертами.

Электорат воспроизводился как система социальных групп, обособленных и в то же время взаимодействующих друг с другом.

Методы «экологической» школы не исключались, а во все большей мере сочетались с данными опросов. Весьма показательны в этом смысле работы М. Догана, посвященные исследованию электорального поведения французских промышленных рабочих.

Доган предложил «комбинированный» метод анализа электората, в котором экологический подход дополняется использованием данных опросов общественного мнения⁷. Суть этого метода — в выделении типичных с точки зрения социально-экономического развития «зон» (промышленные, аграрные, смешанные). На эту классификацию накладывается другая — по типу преобладающей для данной зоны политической и религиозной ориентаций. Далее выдвигается гипотеза о тенденциях электорального поведения интересующей социальной группы (у М. Догана — это промышленные рабочие), которая проверяется данными опросов.

В стиле принципов «экологической» школы были выдержаны и многие другие работы, появившиеся позже. Особого внимания заслуживают в этой связи исследования Р. Херберле. Важнейшей предпосылкой углубленного изучения электорального поведения граждан Р. Херберле считал выявление всех факторов, определяющих политическое поведение человека⁸. В методологическом отношении теория Херберле характеризуется использованием статистических методов. Херберле пытался анализировать взаимосвязь политики и основных социально-экономических структур в рамках междисциплинарных исследований, уделяя особое внимание многообразию социально-экономических и со-

циально-структурных детерминант, имеющих как историческую, так и территориальную специфику.

В целом развитие исследований в рамках «экологической» школы приобрело преимущественно прикладной характер. Основное внимание оказалось сосредоточенным на развитии статистических методов исследования укрупненных количественных данных в прогностических целях.

Хотя географический подход к выборам ограничен в силу своего описательного характера, но именно он позволяет выявить пространственное изменение поведения избирателей.

Одновременно исследования в области электорального поведения подверглись глубокому воздействию бихевиоризма, распространившегося сначала в США, а затем и в других странах.

Практически влияние бихевиоризма на электоральные исследования проявилось, прежде всего, в том, что методика оценки поведения избирателей на основе общей и детализованной статистики выборов оказалась отодвинутой на задний план опросами более или менее репрезентативной выборки избирателей⁹.

Впервые методологические положения бихевиоризма были использованы для выявления политического поведения граждан в исследовании абсентеизма, проведенном в 20-е годы XX в. Ч.Е. Мериамом и Х.Ф. Госнелом. Авторы попытались осуществить репрезентативную выборку реципиентов и применили современную им технику опроса избирателей о мотивах голосования (интервью). Спустя несколько лет появились более значительные работы С. Райса по этой же проблеме. В исследованиях Ч.Е. Мериама, Х.Ф. Госнела и С. Райса была сделана попытка найти оптимальный набор экспериментальных вариантов применения количественных процедур при проведении электоральных опросов¹⁰.

Ввиду малого интереса, проявленного в то время к исследованиям политического (в том числе электорального) поведения, труды Ч.Е. Мериама, Х.Ф. Госнела и С. Райса долгое время оставались в тени. Только в 1940 г. американским социологом П. Лазарсфельдом была предпринята первая серьезная попытка использовать панельные опросы избирателей для выявления механизма формирования электорального поведения¹¹.

Данный подход, получивший название «социологический», выдвинул в центр внимания, наряду с анализом статистических данных о результатах выборов, с одной стороны, анализ влия-

ния текущей политики на решения избирателей с социально-структурными детерминантами их поведения.

С другой стороны, проведенный анализ президентских выборов в США в 40-е годы, обозначил в методологическом отношении переход от анализа совокупных данных о результатах голосования к анализу индивидуальных данных на базе изучения общественного мнения и с помощью панельного метода.

Примененная методика позволила П. Лазарсфельду, во-первых, дифференцировать избирателей по степени устойчивости их электоральных ориентаций; во-вторых, выявить предположительные причины, побудившие различные группы колеблющихся избирателей изменить свои намерения в ходе выборов и в момент голосования; и, в-третьих, соотнести электоральную ориентацию и поведение с другими показателями.

Спустя несколько лет П. Лазарсфельд и Б. Берельсон осуществили новый проект, продолжающий предыдущий. В теоретической части работы первостепенное значение было придано расчленению социальной и политической структур, при этом особо подчеркивалась роль общественных институтов (профсоюзов, политических партий и других формализованных организаций); межличностных воздействий; гораздо большее место, чем прежде, было отведено значению политических вопросов как определяющих электоральный выбор¹².

ТЕМА 2. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ

За работами группы П. Лазарсфельда и Б. Берельсона последовала целая серия проектов, основанных на сборе и анализе информации об электоральном поведении американских избирателей.

Наиболее значимые были осуществлены исследовательским центром Мичиганского университета. Голосование при этом рассматривалось как отдельный, обособленный акт внутренней значимости. Поэтому главное внимание уделялось индивидуальным психологическим процессам, определяющим политический выбор.

Разработки Мичиганской школы в 60-е годы послужили толчком к развитию социально-психологического направления в

социологии. Особое внимание было обращено на такие методы исследования, как опросы, анализ индивидуальных данных, мотиваций и поведения избирателей. Сформированные А. Кэмпбеллом, Ф. Конверсом, У. Миллером, Т.Е. Стоком утверждение гласит, что психологическая идентификация индивида с политической партией связана с поддержкой этой партии на выборах¹³.

Партийная идентификация определяет восприятие и оценку политической информации и поведения даже в случае отсутствия формального членства в данной партии. Избиратель голосует за кандидата от этой партии, по отношению к которому у него сформировался максимум благоприятных установок. В случае отсутствия такого кандидата избиратель голосует в соответствии со своим членством в партии или не голосует вообще.

С точки зрения последователей Мичиганской школы, выбор избирателей определяется взаимодействием трех составляющих:

- партийная идентификация;
- отношение к текущим событиям;
- чувства, испытываемые к кандидату.

Две последние — скоротечные характеристики.

Основатели этой школы предположили, что партийная идентификация, как наиболее стабильная из этих характеристик, воздействует на две другие объяснительные переменные так же, как и на выбор избирателя при голосовании. В основе исходной привязанности к политической партии, по мнению исследователей, лежат не классовая позиция индивида, не уровень образования, не национальность или религия, а процессы политической социализации, действующие опосредованно через семью, оформляющие партийную идентификацию ребенка. В этом плане сила партийной идентификации может рассматриваться как прямая функция возраста. На сегодняшний день Мичиганская модель голосования является в США наиболее распространенной, потому как в центре исследований находятся не сами по себе выборы, а политические взгляды на партии, кандидатов, на их программы в контексте выборов. Сам процесс выборов, голосование и его результаты отступают на задний план. Социально-психологическое направление, представленное Мичиганской школой, изучает, в первую очередь, смену политических пристрастий, изменения традиционного поведения избирателей и причины этого.

К позитивным сторонам концепции Мичиганской школы можно отнести попытки выявить взаимосвязь не только между социально-политическими показателями и электоральным поведением избирателей, но и между сложившейся ориентацией и реально сделанным выбором. В частности, было введено понятие «интервенирующих переменных», в число которых включали, во-первых, идентификацию избирателя с определенной партией, во-вторых, ориентацию на определенного кандидата и, в-третьих, позицию по спорным политическим вопросам. По мнению ряда исследователей¹⁴, путем комбинации этих показателей можно объяснить причины подавляющего большинства электоральных решений, в том числе и разрывы между длительными устойчивыми политическими предпочтениями и одноразовым политическим действием.

Социально-психологический подход успешно применялся при изучении электорального поведения в Западной Европе. Его влияние оказалось настолько сильным, что к настоящему времени понятие «партийная идентификация» можно считать одним из важнейших в электоральных исследованиях на Западе.

В Англии в работах на рассматриваемую тему изучения электорального поведения среди факторов, определяющих электоральное поведение, наряду с полом и возрастом, присутствовал «социальный класс», понимаемый как совокупность социально-экономических позиций и интересов. При оценке социально-психологических процессов, определяющих политический выбор, во внимание принимались не только индивидуальные особенности, но и групповые воздействия. Большое внимание уделялось влиянию общественно-политических структур.

Большое значение имеют выводы представителей этой школы, английских исследователей Р. Роуза и Я. Маккалестера. Они предполагают для объяснения мотивов выбора избирателей рассмотреть модель «обучения в течение жизни». Их анализ основан на пяти категориях, содержащих в общей сложности 18 объясняющих переменных: социализация несовершеннолетних, партия и класс отца, образование и религия, социоэкономические интересы, обеспеченность жильем, членство в союзах, национальность, класс, к которому относится избиратель, политические принципы, благополучие, расовая принадлежность и отношение

к расовому вопросу, традиционная мораль, текущая деятельность партий: лидеры, оценки правящей партии и т. д.¹⁵

Серьезное, хотя и не столь сильное воздействие, как в Великобритании, оказала американская «социально-психологическая школа» на исследование электорального поведения в Германии. Представитель этой школы Г. Маркузе считал, что тоталитарное общество способно воспроизвести только человека одномерного, не способного на сильные эмоции, обворованного в человеческих взаимоотношениях, похожего на марионетку, действиями и поступками которой искусно управляют¹⁶.

Многие немецкие ученые скептически относятся к исследованию партийной идентификации граждан, так как считают эту устойчивую категорию не объективной и не актуальной. Р.-О. Шульце, например, исследуя избирателей с меняющимися предпочтениями, делает вывод о том, что главным в индивидуальном политическом выборе является информированность избирателя¹⁷, именно эта категория определяет политическую активность человека и окончательно влияет на его выбор.

Важным последствием распространения методов «социально-психологической» школы явилось возросшее внимание к качеству и периодичности опросов, рассчитанных на выявление электоральных предпочтений.

В самых поздних работах в орбиту исследований были включены анализ политических и социальных структур, общественных институтов, политических партий, межличностного взаимодействия и формирования политической позиции. В настоящее время одной из наиболее известных разработок в области электорального поведения является классическая «американская модель». При анализе проблем электорального поведения Р. Вольфингер и С. Розенстоун показывают, что активность участия при электоральном выборе определяется в первую очередь установочными диспозициями, наличием соответствующих мотивов и психологическими особенностями личности, ее предыдущим политическим опытом и политической культурой¹⁸. И лишь во вторую очередь такими характеристиками избирателя, как пол, возраст, род занятий, доход, образование, семейное положение.

Наиболее подробно занимается причинами возникновения, развития и укрепления стереотипов электорального поведения исследовательская школа А. Бентли и Г. Лассвелла¹⁹. В основе «те-

ории установок» этой школы лежит изучение вариаций установок, мотивов и других психологических характеристик, объясняющих политическое поведение людей. Индивиды, считают представители этой школы, вовсе не пытаются все поголовно удовлетворить в политике свои личные корыстные интересы. Политическое поведение различно, поскольку индивиды мотивируются различными совокупностями целей и по-разному относятся к политике.

В последнее время предпринимаются попытки создать интегративную теорию, объединяющую «социологическую» и «социально-психологическую» модели поведения избирателей²⁰.

Действительно, и для социологической и социально-психологической теорий ключевой является категория «солидарности» как одна из ведущих мотиваций электорального выбора. Различие между теориями состоит лишь в том, что согласно первой из них избиратель, голосуя, выражает солидарность с социальной группой, к которой принадлежит, а согласно второй — он солидаризируется непосредственно с партией. При этом социально-психологический подход не отрицает значимости социально-экономических характеристик, рассматривая их в качестве фактора, влияющего на формирование партийной идентификации. Кроме того, и выбор, мотивированный социально-экономическим статусом, и голосование на основе партийной идентификации относятся к экспрессивным типам поведения.

Вместе с тем выявилась и определенная ограниченность обеих концепций: поскольку распределение социальных статусов в массовых электоратах и «партийная идентификация» относительно стабильны, названные теории не способны объяснить скольконнибудь значимые сдвиги в избирательных предпочтениях. Осознание неадекватности теорий экспрессивного поведения подтолкнуло некоторых исследователей к поиску подхода, который мог бы, по меньшей мере, дополнить эти теории и послужить более надежной основой объяснения эмпирических данных.

ТЕМА 3. КОНЦЕПЦИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКОГО ГОЛОСОВАНИЯ»

Толчок к разработке концепции, исходящей из инструментального характера выбора при голосовании, дала классическая

работа Э. Даунса «Экономическая теория демократии»²¹. Основное для этой концепции положение состоит в том, что «каждый гражданин голосует за ту партию, которая, как он полагает, предоставит ему больше выгод, чем любая другая»²². Сам Даунс, правда, считал, что ведущую роль в соответствующих оценках играют идеологические соображения. Подобная трактовка расчета избирателей противоречила данным эмпирических исследований, отнюдь не свидетельствовавших о высоком уровне идеологической ангажированности массовых электоратов. Да и в целом представления о рядовом избирателе, тщательно просчитывающем возможные результаты своего выбора на основе анализа огромного объема информации о партийных программах, с трудом согласовывались со здравым смыслом.

Попытки преодолеть эти недостатки были сделаны в работах М. Фиорини²³, который во многом пересмотрел представления Даунса о роли идеологии в формировании избирательских предпочтений. Фиорини утверждал, что существует прямая связь между положением в экономике и результатами выборов. Это не означает, что люди смыслят в экономике больше, чем в политике. Просто при голосовании избиратель исходит из того, что именно правительство несет ответственность за состояние народного хозяйства. Если жилось хорошо — голосуй за правительство, если плохо — за оппозицию²⁴. Такое поведение избирателей является не только инструментальным, но и рациональным в том смысле, что индивид минимизирует собственные усилия по достижению сознательно сформулированных целей, в частности по сбору информации, необходимой для принятия решения.

Но, как и всякая новая теория, концепция «экономического голосования» рождает немало вопросов. Во-первых, не до конца ясно, основывается ли выбор при голосовании на оценке избирателями собственного экономического положения («эгоцентристское голосование») или результатов работы народного хозяйства в целом («социотропное голосование»). Во-вторых, продолжается полемика по вопросу о том, что важнее для избирателя — оценка результатов прошлой деятельности правительства («ретроспективное голосование») или ожидания по поводу того, насколько успешной будет его деятельность в случае избрания на новый срок («перспективное голосование»).

Анализируя рассмотренные концепции электорального поведения, следует признать, что относительная универсальность подхода, эффективность инструментария, предложенные в «классической американской модели», позволяют использовать многие положения этой методики для анализа электорального процесса в любой стране, независимо от типа ее политической системы.

Достаточно эффективными для исследования психологических и социальных мотивов электорального поведения считается «мичиганская модель» избирателя, элементы «экологической школы», позволяющие последовательно и с разных точек зрения проанализировать процесс формирования мотивов политического поведения и выявить установочные позиции, лежащие в основе политических предпочтений.

Некоторые из рассмотренных теорий являются малоэффективными в исследовании проблем электорального поведения российского населения в силу целого ряда объективных причин, к которым относятся: неустойчивость партийной системы в стране, отсутствие избирательных традиций, слабость демократических институтов, кризисное состояние политической культуры и т. д.

ТЕМА 4. ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ КАК ФОРМА УЧАСТИЯ В ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ВЛАСТИ

Социологическое исследование электорального поведения следует начинать с анализа поддающихся регистрации внешних жизненных проявлений и объективированного поведения личности. Под поведением понимается присущее живым существам взаимодействие с окружающей средой, опосредованное их внешней (двигательной) и внутренней (психической) активностью. В применении к человеку это понятие включает обширный континуум жизненных процессов — от вегетативных до психических, от безусловного рефлекса до различного вида мыслительных процессов. Такое многообразие требует выделения наиболее существенной разновидности социальной активности субъектов, а именно — политического поведения.

Политическое поведение — любая форма участия в осуществлении власти (или противодействии ее осуществлению), охватывающая участие в формальных организациях и массовых дви-

жениях, включенность в различные элементы системы или осознанную отстраненность от них, публичную манифестацию взглядов с целью воздействия на общественное мнение, политические институты или руководящие политические группы²⁵.

Уже это определение дает представление о крайне сложной структуре рассматриваемого явления. Первичная дифференциация понятия позволяет выделить два основных типа политического поведения — «открытый» (политическое действие) и «закрытый» (политическая иммобильность, или бездействие). Очевидно, что каждый из этих типов нуждается в отдельном рассмотрении.

Политическое действие, как и всякое социальное действие, элементом которого оно является, предполагает определенную степень активности. Его структура включает субъект действия, обстоятельства его осуществления, объект действия и целевые установки субъекта. Субъектом действия могут быть индивиды, малые и большие социальные группы, организации и институты. От типа субъекта в решающей степени зависят вид и характер объекта, на который они направлены.

Обстоятельства осуществления действия, в свою очередь, подразделяются на несколько элементов. Наиболее важный среди них — это рамки политического действия, образуемые такими факторами, как: общественные нормативы, обычаи и другие элементы политической культуры, укоренившиеся в той или иной стране или регионе, а также, при определенных обстоятельствах, тип политической организации общества.

В отличие от рамок политического действия, условия его реализации образуют более лабильные элементы, которые, с одной стороны, как бы ограничивают и направляют политическое действие, а с другой — постоянно изменяются под его влиянием. Важнейшую роль среди таких условий играют внутренняя обстановка в стране или группе стран, где осуществляется действие, влияние и дееспособность политических институтов, в рамках которых (или против которых) выступает то или иное действие, общее соотношение политических сил, мощь и эффективность самого действия, степень оказываемого ему сопротивления, внешнеполитическая ситуация и т. д. Объектом действия являются политические институты, политические отношения и общественная система в целом.

Целевая направленность действий представляется двумя разновидностями: конструктивной, задачей которой является укрепление политической системы, и деструктивной, направленной на коренное преобразование политической и социальной системы.

Членение политического действия на субъект, обстоятельства осуществления, объект и целевые установки является условным, однако это не снижает его целесообразности.

В зависимости от мотивационных характеристик ряд ученых выделяют следующие политические действия²⁶:

- ожиданий, ценностной ориентации, принятия социальных ролей, осознания собственных интересов, оценки ситуации и т. д., а поведение выступает как непосредственное следствие, форма реализации этой ориентации;

- ценностно-ориентированные (при этой форме поведения не обязательны полное осознание собственных интересов, адекватная оценка ситуации и вытекающих из нее возможностей, однако существует общая политическая ориентация, основанная на устойчивой системе ценностей);

- традиционно-мотивированные (здесь ориентация крайне неразвита; нередко она сводится к заимствованию готовых установок, ориентированных на гипотетические явления и процессы; функция такой ориентации ограничивается запрограммированной реакцией на внешние импульсы);

- аффективно-мотивированные (при такой форме роли ориентации не является обязательной, поскольку даже если она имеет явно выраженную форму, часто не определяет характера политического действия, которое может быть совершено и вопреки ей).

Со структурной точки зрения политические действия могут быть прямыми, то есть направленными непосредственно на объект, и опосредованными, основанными на принципе делегирования полномочий через механизм выборов, или в какой-либо другой форме. Политические действия различаются и по степени активности. Разброс в данном случае очень велик — от поведения, не многим отличающегося от политической иммобильности, до высших форм политической активности, включающих использование самых радикальных средств политической борьбы.

Исследование политической активности индивидов или социальных групп требует использовать следующую примерную шкалу интенсивности политических действий²⁷:

1) реакция (позитивная или негативная) на импульсы, исходящие от политической системы, от ее институтов или представителей, не связанная необходимостью собственной высокой активности;

2) участие в периодических действиях, связанных с делегированием полномочий (электоральное поведение);

3) деятельность в политических и примыкающих к ним организациях;

4) выполнение политических функций в рамках институтов, входящих в политическую систему или действующих против нее;

5) прямое действие;

6) активная (в том числе руководящая) деятельность во внеинституциональных политических движениях, направленных против существующей политической системы и добивающихся ее коренной перестройки и т. д.

Политическая иммобильность также не является однородной и представлена следующими структурными элементами²⁸:

1) исключенность из политических отношений, обусловленная низким уровнем общественных отношений;

2) политическая исключенность как результат низкой эффективности политической системы, разочарование и безразличие к политическим институтам;

3) политическая апатия как форма неприятия политической системы;

4) политический бойкот как выражение активной враждебности к институтам политической системы.

Наиболее распространенным видом политического поведения является его электоральная форма.

Большинство социологов при анализе проблем электорального поведения исходят из концепции политического участия²⁹, понимаемого как действия, предпринимаемые частными гражданами и имеющие целью повлиять на государственную политику, управление государственными делами или на выбор политических лидеров на любом уровне политической власти.

Следует отметить, что политическое участие бывает двух видов: конвенциональное (законное) и неконвенциональное (выходящее за рамки принятых законов). Важнейшими видами конвенционального участия признаются следующие: голосование; уча-

стие в работе партийных и других политических организаций и проводимых ими кампаниях; участие в политической жизни; контакты с официальными лицами на разных уровнях.

В качестве существенного аспекта, политическое участие определяется как вербальное действие, а не личные переживания или политические предпочтения. При этом выделяют также автономное участие — сознательная активная деятельность граждан, более или менее непосредственной целью которых является влияние на позицию и деятельность избираемых электоратом политиков. Этот вид участия распространен, прежде всего, в западных демократиях. Мобилизованное участие — это вынужденное действие, когда участие в политических действиях зависит от неполитических стимулов (страх). Мобилизованное участие характерно для традиционных обществ и тоталитарных политических режимов.

Проблему электорального поведения изучают многие науки. Специфику социологического подхода к этой проблеме лучше всего отражает, по мнению Ж.Т. Тощенко³⁰, методологическое положение М. Вебера (из области его социологии власти) о сознательном, субъективно мотивированном индивидуальном действии. Исходя из этого положения, можно сформулировать два вопроса, ответы на которые позволят определить характер электорального выбора:

1) насколько поведение избирателя во время выборов являлось лично мотивированным участием в политической жизни, выполнением гражданского долга;

2) насколько компетентным был выбор, то есть насколько избиратель мог разобраться в политической ситуации, знал закон, был информирован о кандидатах и выборах.

Суть соответствующей проблемы состоит в следующем: в недалеком прошлом процедура выборов была формальной; избиратели голосовали за того или иного кандидата не потому, что искренне поддерживали его и его программу, а потому, что неисполнение этого влекло за собой определенные неприятности.

В изменившихся условиях взаимосвязь поведения электората и сознания иная. Предполагается, что электоральное поведение становится более мотивированным.

Показателем того, что поведение избирателя на выборах определяется субъективными мотивами, может служить наличие

интереса к выборам. Эта заинтересованность в исходе выборов может проявляться как в определенных актах, результаты которых также, в свою очередь, могут проявляться в субъективном состоянии личности. Поэтому категорию интереса можно трансформировать в следующую группу индикаторов:

- знание законодательства о выборах;
- знакомство с программами и биографиями кандидатов, политическими установками партий и движений, участвующих в выборах;
- знакомство с материалами средств массовой информации о выборной кампании, кандидатах, их программах;
- участие во встречах с кандидатом, обсуждение выборной тематики среди друзей, на работе, в кругу семьи;
- агитация «за» или «против» того или иного кандидата;
- оказание поддержки кандидату в других формах (финансовая, материальная, моральная и т. п.).

Данные индикаторы предложены В.С. Комаровским в ходе исследования выборных кампаний³¹.

Названные индикаторы позволяют зафиксировать интерес избирателя к выборам как бы в трех уровнях: когнитивном (знания, представления); оценочном (отношение избирателей к кандидатам) и поведенческом (фиксирующим степень активности избирателя).

Некоторые из этих индикаторов могут быть одновременно использованы и в качестве индикаторов компетентности выбора. Компетентный выбор предполагает необходимую сумму знаний и сведений о выборной кампании, законодательстве, платформе и личности самого кандидата. Но этого мало. Компетентным может быть такой выбор, когда субъект осознает свой интерес и соотносит его с платформой (программой) кандидата или политической группы.

Оценочный уровень отношения избирателя к кандидату содержит такой необходимый элемент, как способность кандидата отстоять (выразить и провести в жизнь путем принятия соответствующих политических решений) интерес избирателя.

Другой стороной компетентности выбора является способность кандидата реализовать свою программу. Это является показателем отношения избирателя к кандидату и стимулом участия в выборах. Некоторыми исследователями электорального поведения

отмечается, что стимулом участия избирателя в выборах является способность группы, в которую он входит, реально воплотить в жизнь те программные установки, которые они имеют. Рабочие, например, утверждает Г. Тингстен, изучавший электоральную статистику нескольких европейских стран, «проживающие в типично пролетарских районах, голосуют за социалистов чаще, чем те рабочие, которые проживают вне этих районов»³².

Ввиду схожести многих программ кандидатов на прошедших выборах избиратель чаще оценивал возможности того или другого кандидата реализовать эти программы. Поэтому можно утверждать, что выбор избирателя на выборах носил в большей мере личностный характер, то есть избиратель руководствовался тем, обладает ли кандидат необходимыми, по его мнению, качествами для выполнения депутатских обязанностей.

В принципе представление об идеальном образе кандидата складывается у избирателей задолго до самой избирательной кампании. В период выборов происходит сопоставление этого идеального образа с реальными кандидатурами. В этом смысле электоральный акт не совершается избирателем спонтанно, а ему предшествует более или менее длительный период психической деятельности. Особенности этого периода обусловлены самим процессом формирования личности, характера принятого решения и выбором средств для его осуществления.

Еще одним показателем, определяющим электоральное поведение, является ответственность избирателя (понимание значимости выборов). Уровень ответственности избирателя определяется, с одной стороны, степенью развитости чувства гражданского долга, а с другой — тем местом, которое занимает выбираемый орган представительной власти в политической системе страны.

Таким образом, электоральное поведение — это форма проявления политического поведения граждан по поводу делегирования своих полномочий. Специфика электорального поведения проявляется на этапах участия в акциях предвыборной кампании, непосредственно в процедурах выборов, отражающихся на результатах голосования: на этапе «реализованного электорального поведения», характеризующегося связью избирателей с избранными, отзывом и переизбранием депутатов и т. п.

При этом необходимо различать поведение корпуса избирателей (электората) и собственное поведение избирателей.

Поведение электората — это изменение в численности и удельном весе голосов, отданных партиям и кандидатам на выборах, по сравнению с предшествующими выборами, а также изменение в численности и удельном весе (по отношению к зарегистрированным избирателям) абсентеистов (избирателей, не принявших участие в голосовании) и опустивших незаполненные или неправильно заполненные, а значит, недействительные бюллетени. В этом смысле говорят о поведении корпуса избирателей и отдельных его групп (на избирательном участке, в избирательном округе, городе и т. п.). Поведение электората изучается на основании электоральной статистики. Более или менее систематическое исследование, а не только описание этого поведения стало возможным в связи с накоплением статистических данных о социальной и демографической структуре отдельных областей изучаемых стран, об эволюции этой структуры, что позволило соотносить местные особенности в распределении голосов между политическими силами и эволюцию их поддержки со стороны избирателей с социодемографическими факторами.

Электоральное поведение проявляется в различных по уровню и масштабам явлениях общественной жизни:

- 1) в общенациональном масштабе — выборы органов государственного управления;
- 2) на региональном уровне — выборы региональных и местных органов власти;
- 3) выборы руководящих органов в рамках политических и общественных организаций.

ТЕМА 5. МОТИВАЦИЯ ЭЛЕКТОРАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Первый вопрос, который возникает при изучении любого поведения субъекта, в том числе и электорального, состоит в том, что непосредственно побуждает его к деятельности, почему он себя ведет именно так, а не иначе.

Мотив — одно из фундаментальных понятий, используемое в социологии для описания и анализа сферы побуждения субъекта к деятельности. Мотив можно рассматривать с нескольких точек зрения:

- как побуждение к деятельности, связанное с удовлетворением потребностей субъекта, совокупность внешних и внут-

ренных условий, вызывающих активность субъекта и определяющих его направленность;

- как побуждающий и определяющий выбор направленности деятельности, ради которого она осуществляется;

- осознаваемая причина, лежащая в основе выбора действий и поступков личности.

Совокупность же устойчивых мотивов, конкретно определенных в предшествующем жизненном опыте человека и побуждающая к деятельности определенной направленности, называется мотивацией³³.

Содержание политической мотивации зависит, прежде всего, от психологического состояния субъекта и характера влияния внешней среды. Может доминировать как та и другая составляющие.

С точки зрения состояния психологической переменной политическая мотивация может выступать:

- в виде осознанной мотивации, связанной с различной степенью отрефлексированности субъектом причин и поводов к действию, целенаправленным отбором информации, селекцией альтернатив, постановкой задач, определением средств реализации целей. Здесь конкретизируемые потребности субъекта принимают форму побудительных причин целей и установок. Субъект может привлекать в качестве доводов будущей активности мировоззренческие ориентиры, сиюминутные рациональные доводы, иные воззрения. Например, М. Вебер различал целерациональные, ценностно-рациональные, аффективные и традиционные мотивы.

Следует учитывать, что субъект либо не в состоянии верно оценить свои интересы, либо, желая скрыть свои подлинные цели, нередко выдвигает мотивировки, лишь внешне объясняющие их намерения, но на деле не соответствующие им:

- в виде неосознанной мотивации, связанной с действием латентно накопленных и неотрефлексированных человеком доводов поведения. В их качестве могут выступать биологически унаследованные, инстинктивные раздражители, способные представить в неадекватной, символической форме, побуждать разнообразные аффекты и непреднамеренные действия.

Преобладание неосознанной мотивации существенным образом сказывается на изменении механизмов идентификации, деформирует коммуникативное взаимодействие субъектов, вносит дополнительную непредсказуемость в политические процессы.

В роли мотивов могут выступать потребности, интересы, влечения, эмоции, установки, идеалы. Поэтому термины, обозначающие основные элементы мотивации, занимают центральное место в понятийном аппарате нашей работы.

Потребность — основа мотивации. Человек зависит от окружающего мира. Эта зависимость выражается понятием **потребность**. Поведение субъекта, в конечном счете, нацелено на удовлетворение потребностей, иначе говоря, потребности лежат в основе его мотивации.

Понятие «потребность» используется исследователями³⁴, по крайней мере, в двух взаимосвязанных, но не совпадающих значениях. Потребность — это, во-первых, объективная зависимость субъекта от окружающего мира и, во-вторых, ощущение этой зависимости как неудовлетворенности, дискомфорта при отсутствии предмета потребности и удовлетворенности, комфорта при его наличии. Фундаментальным законом человеческой мотивации является то, что удовлетворение потребности ведет не к «беспотребностному состоянию, а к возникновению новой потребности». Сама удовлетворенная первая потребность, действие удовлетворения и уже приобретенное орудие удовлетворения ведут к новым потребностям», отмечали Маркс и Энгельс в «Немецкой идеологии»³⁵.

Поиск средств удовлетворения этой новой потребности, создание для этого специальных орудий и оптимальных условий составляют движущую силу преобразовательной деятельности человека.

Свои действия человек должен соотносить с условиями среды и действиями других людей. Являясь единственным энергетическим источником мотивации, потребности в большинстве случаев выступают лишь начальным импульсом сложного комплекса психических состояний и процессов, которые в конечном итоге материализуются в поведение. Решающее значение для формирования линии поведения субъекта имеют его **интересы**. Интерес можно определить как стремление субъекта к созданию и поддержанию условий, оптимальных для удовлетворения его потребностей. Таким образом, интересы субъекта связаны с его потребностями³⁶.

Потребности побуждают субъекта к деятельности. Интересы определяют основную линию его поведения. Из поколения в

поколение у людей вырабатываются представления о том, что хорошо — что плохо, что важно — что неважно для реализации их интересов, удовлетворения их потребностей. Эти представления закрепляются в общественном сознании, передаются от поколения к поколению как относительно самостоятельные элементы социального опыта и представляют собой **ценности** или ценностные представления³⁷.

Ценности оказывают направляющее и корректирующее воздействие на мотивацию, как в процессе формирования интересов, так и при определении последовательности и иерархии целей деятельности. Основным социальным регулятором форм поведения являются социальные **нормы**³⁸. Наиболее универсальный характер носят общечеловеческие нормы, сформировавшиеся тысячелетия назад как ответ на потребность так упорядочить поведение людей, чтобы различие интересов не вело к взаимному уничтожению.

Групповые нормы — правила поведения, признаваемые обязательными для тех или иных групп, связаны с общечеловеческими нормами, но могут и вступать в противоречие с ними.

Человек действует в бесконечном множестве конкретных ситуаций, каждая из которых, строго говоря, неповторима. Чтобы поведение всегда было адекватно ситуации, субъект с теоретической точки зрения должен заново оценить каждую возникающую ситуацию в отношении удовлетворения своих потребностей и интересов, заново вырабатывать поведение, руководствуясь разделяемыми им ценностями и усвоенными нормами, в действительности, однако, такая переоценка происходит — да и то не всегда — лишь при серьезных поворотах в судьбе индивидов и групп. Обычно эту сложную и вряд ли посильную для субъекта в бесконечно меняющихся ситуациях когнитивную деятельность заменяет действие психического механизма, именуемое **установкой**³⁹. Установка — это осознанная и неосознанная готовность субъекта определенным образом реагировать на те или иные предметы и явления или информацию о них. Установка как бы напрямую связывает поведенческие реакции субъекта с сигналами среды.

Вся мотивационная цепочка присутствует в установке как бы в «свернутом» виде. Таким образом, установка экономит интеллектуальные силы субъекта. В известном смысле этот механизм обеспечивает способность субъекта оперативно реагировать

на привычные сигналы среды, быстро ориентироваться в рутинных ситуациях. В то же время установка как стандартизированная реакция на схожие сигналы неизбежно становится причиной неадекватного поведения, приводит к запаздыванию с выработкой новой модели поведения при качественном изменении ситуации.

Потребности, интересы, ценности, нормы, установки непосредственно формируют и регулируют поведение индивидов и групп.

ТЕМА 6. ВЗАИМОСВЯЗЬ ПОЛИТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ И ПОЛИТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Очевидно, что для уяснения механизма формирования политического (в том числе электорального) поведения необходимо подробно остановиться на рассмотрении взаимосвязи политического сознания и политического поведения. Следует учитывать при этом, что политическое сознание является сложной совокупностью, требующей дифференцированного подхода.

Схематично структуру становления политического сознания Г.Г. Дилигенский предлагал представить в следующем виде ⁴⁰:

1. Формирование потребностей и социальных ожиданий.
2. Принятие (интернализация) ролей и актуализация потребностей под влиянием принятых ролей.
3. Формирование ценностей ориентации, соответствующей иерархии потребностей и принятым социальным ролям.
4. Идентификация «своей» социальной группы в соответствии с принятыми ролями и ценностной ориентацией.
5. Осознание собственных интересов (целей) в социально-политической сфере на основе системы потребностей, ценностной ориентации и характера группового самосознания.
6. Оценка существующей в данной социальной ситуации возможности (средств) влиять на политическую деятельность в направлении, соответствующем осознанному интересам.
7. Принятие системы социально-политических ценностей и установок, формирующих политические устремления.

Политические ориентации — суть политического сознания. Политическая ориентация представляет собой результат нормативных представлений людей о целях политической деятельности и средствах их достижения. Безусловно, это «идеальный тип»

политического сознания. Разумеется, этот «идеал» можно приблизить к реальным процессам, но со следующими оговорками:

- в жизни редко встречается такая рациональная форма политического сознания;
- все элементы схемы находятся в тесной связи и влиянии друг на друга;
- эта схема не раскрывает важную роль процесса стереотипизации политических представлений.

Последнее обстоятельство существенно, поскольку процесс образования стереотипа — это прежде всего процесс влияния на восприятие предмета или явления, уже содержащихся в сознании и зафиксированных в виде образов. В этой связи очевидна и неразрывная связь между стереотипом и установкой. Как уже отмечалось, под установкой понимают состояние готовности индивида к определенной реакции в отношении всех объектов и ситуаций, с которыми эта установка связана.

Включая аффективный (эмоциональный) и когнитивный (основанный на знании) элементы, установка непосредственно не наблюдается и может быть выявлена только через проявления — вербальное или поведенческое. Совпадение наиболее существенных признаков установки и стереотипа позволяет определить стереотип как форму установки. Такое рассмотрение стереотипа помогает индивиду более адекватно ориентироваться в сложной социальной действительности.

Элементы политического сознания, кроме процесса стереотипизации, присутствуют в сознании в форме образов. При формировании образов наиболее употребляемым является оценочное противопоставление «хорошо — плохо». Эта оценка особенно четко проявляется в процессе политической борьбы, когда политические силы в большей степени воспринимаются в соответствии со сложившимся образом. То же относится и к политическим лидерам. Они либо персонифицируют образ своей партии, либо трансформируются в образ представляемой ими социальной группы.

Способность сознания к выработке образов создает один из важных каналов, через который воздействуют механизмы манипуляции общественным мнением, в том числе средства массовой информации.

Феноменом стереотипизированного политического сознания является так называемый «эффект ореола», который позволяет

наделять явления и действующие лица (группы) специфическими опознавательными характеристиками. Проявление этих характеристик — знаков вызывает запрограммированную реакцию настроенных на «ореол» стереотипов политического сознания. Через «эффект ореола» дифференцируются сторонники различных политических партий, приписывая определенный набор характеристик левым, центристам, правым и т. д. Однако, по мнению ряда исследователей, «это вовсе не означает сведения политического сознания к простому набору стереотипов»⁴¹. Это означало бы, что сознание является застывшим, не способным к развитию. В действительности же политическое сознание постоянно изменяется. И происходит это путем смены стереотипов. Элементы политического сознания и объективные условия существования находятся в тесном взаимодействии.

Можно утверждать, что на такие глубинные элементы политического сознания, как установки на раннем этапе социализации, огромное влияние оказывают врожденные особенности индивида, его психофизиологические характеристики. На последующих этапах политической социализации возрастающее значение приобретает индивидуальный опыт и интенсивность воздействия группового политического сознания. При этом очевидно, что степень интенсивности воздействия группового политического сознания усиливается с увеличением уровня солидарности, то есть психологической готовности к совместным действиям во имя групповых интересов. Отсюда естественным является вывод о том, что политическое сознание, в том числе политическая ориентация, содержит в себе выраженную поведенческую направленность. Именно через эту направленность политическое сознание преобразуется в политическое действие.

Процесс этот сложный и требует определенных условий, таких, например, как: тип институциональной системы; юридические, законодательные нормы; реальное соотношение социальных и политических сил; характер экономических отношений; общественные нормы социального поведения; конкретная внешне- и внутривнутриполитическая ситуация и т. д.

Представленный выше механизм — от объективных условий существования через политическую ориентацию к действию — наиболее типичен для социально-осмысленной, ценностно-обусловленной мотивационной формы поведения.

В меньшей степени политическая ориентация выступает в роли посредника при традиционно мотивированном политическом действии. Разумеется, в реальной жизни «чистых» моделей формирования политического (в том числе электорального) поведения не существует. В любом варианте такого формирования присутствуют импульсы объективных условий существования.

ТЕМА 7. ОБЪЕКТИВНЫЕ ФАКТОРЫ, ОБУСЛОВЛИВАЮЩИЕ ЭЛЕКТОРАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Предполагается, что процесс формирования у человека мотивов принятия электорального решения обусловлен совокупностью объективных и субъективных факторов.

В качестве объективных факторов будут рассматриваться различные характеристики политической социализации: возраст, пол, социальное происхождение, статус, образование; внутренняя и внешняя политическая обстановка.

К факторам, характеризующимся как субъективные, относятся: индивидуальные психологические качества избирателя, его воспитание, культура, воздействие СМИ, специфика влияния политических организаций.

Взаимоотношения между субъективными условиями существования, политическим сознанием и поведением индивидов могут быть представлены следующим образом. Объективные условия существования формируют определенное политическое сознание, которое преобразуется затем в политическое поведение. Однако, по утверждению ряда ученых⁴², существует и другая система взаимоотношений. При ней субъективные условия существования вызывают политическое поведение, порождающее определенную политическую ориентацию, которая либо стимулирует соответствующие политические действия, либо, наоборот, способствует их приглушению. В свою очередь, политическое поведение может стать фактором, способным видоизменить объективные условия.

К первичным объективным условиям существования относится социальное происхождение индивида, которое распадается на следующие компоненты:

- роль главы семьи и других ее взрослых членов в системе общественного производства, их статус;
- место социальной группы, к которой они принадлежат в социальной иерархии;
- уровень жизни данной семьи и его соотношение с уровнем жизни смежных социальных групп.

Перечисленные компоненты могут действовать следующим образом. «В современных условиях многие семьи социально неоднородны. В результате социальный статус мужа и жены, сестер и братьев и т. д. становится различным. В этих случаях воздействие социального положения членов семьи в общественном производстве на воспитание нового поколения будет противоречивым. То же самое происходит при несовпадении других компонентов. Влияние статуса работника может быть деформировано необычно высоким или неоправданно низким местом конкретной группы в иерархической структуре. Материальный уровень жизни индивида, не обеспечивающий минимальных потребностей физического существования, нередко несет неверие в свои силы и стремление приспособиться к окружающей действительности»⁴³. И наоборот, выигрышное положение той или иной профессиональной группы может породить иллюзию принадлежности к более привилегированной социальной прослойке. Тогда изменяется и сознание, что, естественно, накладывает отпечаток на характер политической социализации подрастающего поколения.

С социальным происхождением тесно связано социальное окружение. На первых этапах социализации его влияние уступает семейному. По мере взросления объекта социализации сила домашних связей и родительского авторитета ослабевает, а значение подростковых референтных групп возрастает. В их роли выступает, прежде всего, сообщество сверстников, находящихся в территориальной близости, школьный коллектив, а также формальные общественные организации.

Своеобразное воздействие оказывают на социализацию личности так называемые неформальные группы. В западной социологической литературе преобладает точка зрения⁴⁴, согласно которой влияние этих групп имеет, как правило, неполитический характер, поскольку они обычно замыкаются на специфические, локальные цели. С этим можно поспорить, ведь неформаль-

ные группы — неперенный фактор становления, развития или модификации политического сознания на протяжении всей жизни человека.

Формы и методы влияния неформальных групп различны в разных типах поселений и социальных слоях. В сельских населенных пунктах в роли неформальной группы выступает местное руководство и его окружение. Их влияние на личность подкрепляется системой неформальных санкций: от морального осуждения до нарушения личностных и групповых коммуникаций с вытекающими отсюда экономическими последствиями.

В малых городах возрастающую роль специфических референтных групп играют представители социального слоя, занимающего высокое место в общественной иерархии. Их политические позиции выступают в качестве эталона общественного (в том числе политического) поведения.

В больших городах в качестве неформальной группы выступает коллектив предприятия, соседи по дому, группы личностных интересов и т. д. Особенность воздействия неформальных групп в большом городе — это способность уклониться от неформальных санкций: сменить место работы, жительства и т. д.

Очевидно, что интенсивность воздействия неформальных групп на модификацию политического сознания зависит от гомогенности политических предпочтений в соответствующих социальных слоях и от силы санкций, которые могут быть использованы для навязывания своей воли. Однако эта интенсивность убывает в зависимости от масштабов населенного пункта и степени его включенности в процессы индустриальной модернизации.

В то же время на формирование политического сознания оказывают возрастающее влияние формальные (институализированные) организации. Здесь прослеживается обратная связь. Их влияние тем выше, чем крупнее тип поселения и значительнее включенность людей в систему современного производства.

Как отмечалось, первичная политическая социализация является лишь начальным этапом процесса формирования политического сознания. Вступая в систему общественного производства, у каждого конкретного человека на первое место выдвигается социальное положение. Если социальное положение адекватно социальному происхождению и окружению, происходит

закрепление политического сознания, сложившегося в процессе социализации на первом этапе.

Однако наиболее распространена перестройка политического сознания — в результате конфликта между социальным происхождением и новым социальным положением, которая чаще всего обусловлена миграцией либо из деревни в город, либо из аграрного региона в промышленный. Естественно, что такая модификация политического сознания обостряется при особо сильном внешнем давлении окружения, стремящегося адаптировать пришельца.

Менее болезненна адаптация в тех случаях, когда первичная социализация прерывается на раннем этапе и, следовательно, политическое сознание остается не полностью закрепленным. Если же социализация подкреплена личным опытом, то переориентация требует большего времени и осуществляется не полностью.

Существенное значение при факторном подходе имеют половозрастные характеристики. Выделение молодежной и женской части электората вторично по сравнению с социальной дифференциацией. Понятие молодежи неоднородно. Оно подразумевает не молодежь вообще, а представителей тех или иных групп молодежи: сельской, городской, безработной, элитной, маргинальной и т. д.⁴⁵

То же самое можно сказать и о женской части избирательного корпуса. В него входят и женщины — работницы, и женщины, занимающие места в высших сферах социальной и политической иерархии, и женщины — домработницы, хотя диапазон их политических ориентаций и поведения немногим отличается от избирателей — мужчин.

Выделение половозрастных групп дает возможность установить масштабы влияния отдельных партий на такие элементы электората, как молодежь и женщины. Они представляют собой важный источник пополнения рядов избирателей, голосующих за партию. Первые — потому, что электорат в целом пополняется за счет молодежи, вторые — потому, что именно женщины образуют основную часть группы абсентеистов — лиц, воздерживающихся от голосования. Поэтому удельный вес обоих элементов в партийном электорате служит свидетельством ее успехов либо неудач.

Структура политических ориентаций и поведение различных возрастных групп обладает спецификой, которая обусловлена тем, что младшие возрастные группы более подвержены воздействию новых социально-экономических и духовных реальностей, чем старшие. Если у первых настоящий опыт доминирует над прошлым, то у последних соотношение является обратным. Поэтому характер смещения политических предпочтений и электорального поведения разных возрастных групп может служить материалом для выводов относительно перемен в позиции электората, отражающих новые реальности.

Масштабы смещения таких структур при определенных обстоятельствах действуют как показатель глубины политического кризиса общественной системы, ибо свидетельствуют о степени разрыва между ценностными ориентациями различных поколений.

Аналогичным образом следует интерпретировать данные о специфике электорального поведения женщин. Как показывают многочисленные исследования, в большинстве стран женский избирательный корпус постоянно сдвинут вправо по сравнению с мужским. И это вполне объяснимо. Хотя женская часть населения в большей степени, чем мужская, занята в общественном производстве. Образовательный уровень женщин в среднем выше, чем мужчин; у них значительно больше возможности приобщиться к плодам современной культуры, их уклон вправо обусловлен врожденным консерватизмом женщин⁴⁶.

Сокращение разрыва между политическими предпочтениями и электоральным поведением мужской и женской части избирательного корпуса в результате сдвига женского избирательного корпуса влево может считаться признаком модернизации политического поведения даже в больших масштабах, чем это можно было бы предположить, имея в виду лишь одних избирательниц — женщин.

Для понимания специфики поведения электората исключительно важно выделение его национальных групп.

С точки зрения электорального поведения, это означает, что принадлежность к национальной группе не только сохраняет прежнее значение как фактор формирования системы политических предпочтений, но даже и усиливает его. При определенных обстоятельствах принадлежность к национальной группе может оказывать большее воздействие на политический выбор,

чем социальный статус. Специфику политического поведения национальной группы, по сравнению со всем электоратом, можно рассматривать как показатель ее замкнутости и, следовательно, остроты национальной проблемы. Кроме того, следует учитывать, что национальные требования нередко представляют собой особую форму выражения социальных противоречий.

Как отмечал французский социолог А. Дюамель, решающим для электорального выбора, наряду с социальным положением избирателя, является его религиозность. Принадлежность к устойчивым религиозно-мировоззренческим общностям оказывает определенное влияние на политическое, в том числе и электоральное, поведение граждан и тем самым представляет собой переменную, без учета которой анализ избирательного корпуса не будет считаться полным, так как конфессиональные связи избирателей сказываются на их политическом поведении. Как правило, высокая религиозность определяет более консервативные политические предпочтения, а менее высокая — либеральные или левые.

Для лучшего понимания специфики электорального поведения в электоратах могут быть выделены также территориальные единицы. При точном определении таких единиц поведение объединяемых ими избирателей оказывается весьма специфичным. Бывают районы, в которых электоральные позиции особенно подвижны. Это, как правило, находит выражение в многолетней устойчивой поддержке определенной партии или направления. Встречаются единицы, где структура политических симпатий в целом совпадает с общенациональной, что делает их моделью избирательного корпуса в целом. Иногда динамика политических предпочтений в выделенной части электората противоречит тенденциям, наблюдаемым в общенациональных масштабах.

Так, после выборов в Госдуму РФ в 1995 г. в литературе была предложена Типология регионов по основным политическим ориентациям:

- 1) к регионам коммунистической ориентации отнесено 49 субъектов РФ;
- 2) коммунистическо-центристская ориентация объединила 3 субъекта — Кабардино-Балкарскую Республику, Калмыкию, Республику Саха (Якутия);

3) национально-патриотическая ориентация характерна для Курской области, Приморского края, Магаданской обл.;

4) центристская — для Чеченской республики, Ингушетии, Республики Тува, Свердловской области и др. (всего 10 субъектов);

5) демократическая ориентация — Москва, Санкт-Петербург, Камчатская обл.;

6) неопределившаяся ориентация у 22 субъектов РФ.

В данном случае считаем важным, что субъекты РФ со сходными политическими предпочтениями почти всегда соседствуют друг с другом. Это не случайность, а объективная региональная закономерность. На территории РФ прослеживается крупный пояс регионов с преобладанием коммунистической ориентации избирателей. Особенностью этих регионов является повышенная, в сравнении со среднероссийскими показателями, доля сельского населения и, соответственно, во многих случаях аграрная или аграрно-индустриальная специализация.

С особой силой специфика поведения избирателей проявляется в двух случаях. Во-первых, когда на территории проживает сплоченная этническая общность, отношения которой с национальным большинством напряженные. Особенности голосования в таком районе следует рассматривать как дополнительный показатель остроты национальной проблемы в соответствующем государстве. Во-вторых, когда речь идет о районе, уровень экономического развития которого отличается от общенационального. Если его развитие выше, чем по стране в целом, особенности поведения избирателей можно считать существенными для всего национального электората. Если же оно ниже, специфика политического выбора избирателей сигнализирует о резервах, которые могут быть использованы теми или иными партиями при благоприятных обстоятельствах⁴⁷.

ТЕМА 8. ВОЗДЕЙСТВИЕ СУБЪЕКТИВНЫХ ФАКТОРОВ НА ЭЛЕКТОРАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Очевидно, что формирование электорального поведения происходит под постоянным воздействием не только объективных, но и мощных субъективных факторов, связанных, прежде

всего с процессами, происходящими в современном массовом политическом сознании.

В последние годы политическое сознание россиян впитывает в себя множество самых разнообразных толкований происходящих событий и даже пугающих предположений и прогнозов — от развала экономики когда-то могучего государства до угрозы гражданской войны. Факт, который невозможно отрицать: происходит трансформация сознания миллионов. Меняются взгляды людей, их убеждения, ценности, установки⁴⁸. Уже сейчас можно с достаточной степенью определенности сформулировать некоторые положения, касающиеся массового политического сознания.

Нынешнее состояние современного российского общества в значительной степени связано с так называемым «кризисом идентификации», то есть теряется или деформируется социальная модель поведения индивидов и социальных групп. Происходит своего рода «биологизация» поведения, упрощение мотивации, с одной стороны, и ее усложнение в связи с частичной переориентацией на нетрадиционные социальные и этнокультурные ориентиры — с другой.

Важнейшей характеристикой массового политического сознания россиян является наличие двух противоположных систем ценностей, которые условно можно обозначить как авторитарную и демократическую. Между двумя этими полярными системами расположены некие промежуточные «комплексы», склоняющиеся по отдельным вопросам в ту или иную сторону.

Особым фактором переходного, кризисного состояния общества стала так называемая «регионализация» сознания, впрочем, не только сознания. Некоторые исследователи⁴⁹ прогнозируют все большее распространение ныне наблюдаемых элементов регионализации массового сознания на социально-культурную и этнокультурную среду. Показателем этого является определенный характер политической культуры населения отдельного региона, особенности которой детерминируются историческими, социально-культурными, геополитическими характеристиками регионов, демографической структурой их населения.

Политическая культура имеет неразрывные связи с другими сферами духовной культуры. Так, политическая культура органически связана с идеологией.

Роль идеологии в решающей степени определяется тем, что общественное, в том числе и политическое сознание, от которого зависит поведение электората, формируется не только под влиянием материальных факторов, но и закономерностей развития самого сознания, взаимного влияния взглядов различных социальных групп и т. д. В зависимости от набора воздействий созревание общественного сознания той или иной группы может опережать развитие ее материальных условий или отставать от него, принимая модифицированную, искаженную форму. Это обуславливает неизбежность постоянного острого противоборства различных, прежде всего полярных, идеологий в процессе формирования общественных ориентаций.

Разумеется, «воздействие идеологии» осуществляется не только через каналы формальных организаций. Оно присутствует и при первичной социализации, накладывает отпечаток на деятельность неформальных групп и является неотъемлемой частью манипуляторских действий и т. п. Однако в жизни организаций идеология занимает особое место. Современные организации политического типа возникли, как правило, на идеологической базе. Это в первую очередь относится к политическим партиям⁵⁰.

Осознание возрастающей роли идеологии не только как фактора, формирующего политическое сознание, влияющего на электоральное поведение, но и как силы, цементирующей формальные организации, вынудило и традиционные движения встать на путь перестройки, то есть превращения в партии, имеющие идеологическую основу. В тех случаях, когда цельной идеологии, способной составить такую основу, не существовало, использовалась квазиидеология, в качестве которой выступали религиозное мировоззрение, набор консервативных, либеральных или уравнительно-социалистических стереотипов и т. д.

Мощное идеологическое влияние возможно в том случае, если будет осуществляться продуманное, организованное воздействие на людей.

Среди средств специального воздействия вполне себя оправдали искусственно создаваемые и навязываемые имиджи, языковые формулы, стереотипы, готовые ответы на те вопросы, которые жизнь ставит постоянно перед человеком. Эти средства имеют своей целью сформировать унифицированные, намеренно упрощенные, сводимые к жестко установленным стандартам

реакции массового сознания. При этом огромная роль отводится средствам массовой информации.

Например, установлено, что опросы телезрителей являются не столько средством измерения состояния общественного мнения, сколько средством формирования, воздействия на него, манипулирования им⁵¹. Это воздействие особенно усиливается в условиях нервных, взвинченных, напряженных взаимозависимых отношений людей и общества.

По мнению американского футуролога О. Тоффлера, «мы уже больше становимся владельцами технологии сознания»⁵². Ученый разъясняет, что профессиональные манипуляторы производили идеи для публики, а последняя же была бессильна вмешаться в этот процесс.

Западные теоретики разработали целую систему методов духовного влияния на массы опять же посредством СМИ. Основным методом такого манипулирования они считают внушение. По их мнению, духовное манипулирование должно стремиться довести эмоциональное напряжение человека до такой степени, чтобы эмоции мешали аналитическому процессу мышления, и желаемая реакция возникла бы сразу, без всякой аргументации. Цель в данном случае не модифицировать идеи, а спровоцировать действия. Речь идет не о том, чтобы интеллектуальным путем изменить убеждение индивида, а о том, чтобы иррационально включить его в активный процесс, не о том, чтобы приобщить его к какой-то доктрине и подвести к сознательному выбору, а о том, чтобы возбудить его рефлекс, подсознание.

Практика духовного манипулирования массами использует в своем арсенале и пропагандистские кампании. Отметим, что их удельный вес среди других средств воздействия постоянно возрастает, поскольку они носят одновременно массированный, унифицированный и строго направленный характер.

Индустриализация и профессионализация проводимых кампаний, широкое применение новейших средств массовой информации делает их весьма эффективными.

Одним из средств социального манипулирования массами выступает психопрограммирование, а методом служит здесь внушение. Взаимодействие проводится, как правило, дозированно, порциями, что делает его незаметным.

В пропагандистских кампаниях используются уже апробированные и очень эффективные приемы и принципы обработки массового сознания. Еще в 1939 г. американскими исследователями А. и Э. Ли выделены семь основных принципов пропаганды:

1) принцип «наклеивания ярлыков» — наделение какой-либо личности или идеи оскорбительной кличкой, эпитетом для подрыва их авторитета;

2) принцип «рекомендаций» — использование в целях усиления эффекта внушения популярности известных актеров, спортсменов, политиков; их популярность как бы переносится на рекламируемую идею;

3) принцип «переноса» — идентификация качеств какого-либо известного объекта с качествами другого неизвестного или малоизвестного объекта, то есть оценка по ассоциации;

4) принцип «простых людей» — идентификация интересов самого информатора или передаваемой им информации с интересами «простых людей», большинства населения, избирателей;

5) принцип «подтасовки карт» — откровенная фальсификация действительных фактов с помощью приемов, незаметных для масс;

6) принцип «блестящей посредственности» — оперирование привычками, хорошо известными, но в то же время достаточно абстрактными для обывателя понятиями, над содержанием которых он обычно не задумывается;

7) принцип «общего вагона» — стимулирование определенной реакции путем внушения мысли о ее общепринятости («все так думают; все так делают»).

Бесспорным является тот факт, что к практике манипулирования с помощью средств массовой информации прибегают в процессе создания имиджа политического лидера, «раскрутки» его программы.

Несомненно, что личность политического лидера и его программа оказывают существенное воздействие на электоральное поведение. В связи с этим уместным кажется утверждение Г. Лебона о том, что «первым условием, которым должен обладать кандидат на выборах, является обаяние. Даже талант и гений не составляют серьезных условий успеха. Самое главное — это обаяние, то есть возможность предстать перед избирателями, не возбуждая никаких оспариваний. «Но обаяние, — рассуждает далее

Г. Лебон, — не всегда, однако, служит залогом успеха. Избиратель хочет также, чтобы льстили его тщеславию и угождали его вожделениям, чтобы на него подействовать, надо осыпать его самой нелепой лестью и, не стесняясь, давать ему самые фантастические обещания»⁵³.

Разумеется, что программа партии, движения персонифицируется у населения в конкретном лидере. Это еще раз демонстрирует значимость личностного фактора. Его влияние особенно рельефно проявляется на уровне президентских выборов в феномене так называемого «отклоняющегося голосования», когда личность кандидата настолько импонирует избирателям, что они голосуют за него вопреки партийной приверженности.

Личностный характер голосования проявляется не только на уровне национальных выборов, но и на уровне республик, регионов, городов. Причем именно на этом уровне наблюдается самый большой процент «отклоняющегося голосования». Это, по видимому, объясняется тем, что значительная часть кандидатов более или менее хорошо известна избирателям. Там же, где кандидаты знакомы с избирателями хуже, выше доля «партийного голосования».

Формирование ценностных установок и политических ориентаций под влиянием факторов, изложенных выше, происходит в реальных ситуациях или системе ситуаций. Такие ситуации обычно оказывают существенное влияние на темпы данного процесса и на его направление. Они могут быть чисто экономическими, социальными, политическими, иметь локальное, общенациональное или международное значение. Существуют события, воздействие которых ощущается на протяжении многих десятилетий, а то и столетий. На формировании ценностных установок и политических ориентаций массовых групп населения сказывались мировые войны, особенно Вторая мировая война. Крупные социальные потрясения, как в самой стране, так и за ее пределами, ускоряют политические сдвиги в направлении, диктуемом историческим развитием. С другой стороны, поражение социальных, революционных движений замедляет этот процесс.

Немалое воздействие на формирование ценностных установок и политических ориентаций оказывают ситуации меньших масштабов. Особое место среди них занимают экономические кризисы⁵⁴. Приобретая острую форму, они воспринимаются обще-

ственным сознанием как свидетельство несостоятельности социально-экономической системы. Это, естественно, сказывается на структуре политического сознания, способствуя ее перестройке. Однако конкретные результаты такой перестройки обычно бывают различными. Как правило, сила воздействия экономических потрясений тем больше, чем глубже и масштабнее кризис. На характер формирования политического сознания может влиять (и нередко влияет) международная обстановка. В зависимости от ее колебаний во многих странах происходит то сдвиг влево, то определенный откат вправо.

Несомненно, на формирование мотивов электорального поведения оказывает влияние и такой «корректирующий коэффициент», как обстоятельства конкретного времени и места проведения выборов определенного уровня.

Выводы

Существует три основных теоретических подхода в исследовании электорального поведения:

- социологический;
- социально-психологический;
- рационально-инструментальный.

При социологической интерпретации выбор избирателя определяется принадлежностью к большим социальным группам, при социально-психологической — избиратель солидаризируется не с социальной группой, а с партией (в этом случае партия рассматривается в качестве референтной группы). Два этих подхода считаются экспрессивными.

Противоположным им подходом выступает рационально-инструментальная концепция, которая основывается на экономическом выборе электората.

Из вышепредложенного анализа характеристик видно, что каждая из теорий имеет свои достоинства и недостатки. Однако следует подчеркнуть, что экспрессивные теории располагают одним большим преимуществом: они объясняют, почему граждане вообще приходят на избирательные участки.

Электоральное поведение представляет наиболее распространенный вид поведения политического.

Электоральное поведение рассматривается как разновидность социальной активности субъектов, действия которых носят мотивированный характер.

Выделяются осознанные (социально-осмысленные, или рациональные; ценностно-ориентированные) и неосознанные мотивы, где мотивирование выведено из-под контроля сознания, а побуждение и регуляция осуществляются низшими рефлекторными уровнями психики (аффективные мотивы).

Для качественно-количественного анализа электорального поведения эффективно использовать следующую систему критериев и показателей:

Критерии	Показатели
Интерес к выборам	Знание законодательства о выборах
	Знакомство с биографиями и программами кандидатов
	Участие в предвыборных мероприятиях
	Знакомство с информацией СМИ
Компетентность выбора	Знание законодательства о выборах
	Знание политической ситуации
	Знание программных положений партии
	Информированность о предвыборной кампании
	Политическая активность
Отношение населения к политическим институтам общества	Демократичность проведения выборов
	Степень свободы действия
	Характер экономических отношений
	Социально-классовая принадлежность избирателей
Ответственность избирателей	Степень гражданского долга избирателей Иерархия выбираемого органа представительной власти в политической системе страны

Мотивация служит побуждающим началом деятельности определенной направленности. В качестве мотивов могут выступать потребности, интересы, влечения, установки, идеалы, которые непосредственно формируют и регулируют поведение индивидов и групп.

Характерной чертой электорального поведения является его подвижность, способность к изменчивости под влиянием целенаправленного воздействия на него разнообразных факторов.

Социально-политические ориентации, реализующиеся в электоральном поведении, представляют собой результат сложной взаимосвязи объективных и субъективных факторов.

Решающее значение на характер электорального поведения имеют следующие объективные факторы:

- социальное происхождение избирателей;
- социальная принадлежность тех или иных групп избирателей (их социально-экономический статус);
- социальное окружение (влияние неформальных и формальных групп);
- пол, возраст избирателей;
- национальность избирательного корпуса;
- религиозность;
- внутренняя и внешняя политическая обстановка страны;
- географические условия.

Среди наиболее важных субъективных факторов, влияющих на электоральные решения, следует называть: специфику политической культуры, манипуляторское воздействие партий и организаций, выражающих их социальную и политическую стратегию, а также психологическое давление средств массовой информации.

Однако современные исследования электората не позволяют говорить о существовании однозначного набора факторов, детерминирующих электоральное поведение.

Примечания

¹ См.: Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем. М.: Прогресс, 1990; Ницше Ф. Воля к власти: Опыт переоценки всех ценностей. М., 1994; Платон. Собр. соч. / Общ. ред. А.Ф. Loseva. М.: Мысль, 1993; Гегель. Политические произведения. М.: Наука, 1978.

² См.: Политическая социология: Курс лекций. Ч. 1 / Под ред. Ж.Т. Тощенко. М.: Луч, 1993.

³ Бурлацкий Ф.М., Галкин А.А. Современный Левиафан. М.: Мысль, 1985. С. 221.

⁴ См.: Современная западная политическая теория: основные параметры исследования. М.: Изд-во МГТУ, 1993.

⁵ Бурлацкий Ф.М., Галкин А.А. Указ. соч. С. 228.

⁶ См.: Aron R. *Studes politigue*. Paris, 1952.

⁷ Социология: Словарь-справочник / Отв. ред. Г.В. Осипов. М.: Наука, 1991. Т. 1. С. 170—173.

⁸ См.: Технология и организация выборных кампаний. Зарубежный и отечественный опыт. М.: Изд-во РАУ, 1993.

⁹ См.: Бурлацкий Ф.М., Галкин А.А. Указ. соч.

¹⁰ См.: Политическая социология / Под ред. Ж.Т. Тощенко.

¹¹ См.: Lazarsfeld P.F., Berelson B., Gaudet H. *The peoples' choice: How the vote makes up his mind in a presidential campaign*. N.Y., 1948.

¹² См.: Технология и организация выборных кампаний: зарубежный и отечественный опыт. М.: РАУ, 1993.

¹³ *The American Voter* / A. Campbell, P.F. Converse, W.E. Willer, D.E. Stokes. N.Y., 1960. P. 57.

¹⁴ См.: Политическая социология / Отв. ред. Г.П. Соков. Ростов-на-Дону: Феникс, 1997.

¹⁵ См.: Моисеенко Н.В. Особенности мотивации власти в политической сфере: Дис. ... канд. психол. наук / РАГС при Президенте РФ. М., 1996.

¹⁶ См.: Marcuse H. *Psychoanalyse und Politik*. Frankfurt a/M., 1971.

¹⁷ Технология и организация выборных кампаний... С. 75.

¹⁸ См.: Сергеева Е.Н. Политическое участие и политическая ориентация российских избирателей: методология исследования и прогнозирования: Дис. ... канд. полит. наук / РАГС. Каф. политол. и полит. упр. М., 1995.

¹⁹ Lasswell H. The Structure and Function of Communication in Society // The Process and Effect of Mass Communication. Chicago, 1971.

²⁰ Шевченко Ю.Д. Между экспрессией и рациональностью // Полис. 1998. № 1. С. 130—136.

²¹ См.: Голосов Г.В. Поведение избирателей в России: теоретические перспективы и результаты региональных выборов // Там же. 1997. № 4.

²² Цит. по: Downs A. An Economic Theory of Democracy. N.Y., 1957. P. 36.

²³ Fiorina M. Retrospective Voting in American National Elections. New Haven, 1981. P. 5.

²⁴ Голосов Г.В. Указ. соч. С. 46.

²⁵ См.: Бро Филипп. Политология. М., 1992.

²⁶ См.: Бурдые Пьер. Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993.

²⁷ См.: Бурлацкий Ф.М., Галкин А.А. Указ. соч.

²⁸ См: Введение в политологию. М.: Просвещение, 1993.

²⁹ См.: Политическая социология / Под ред. Ж.Т. Тощенко; Основы социологии: Курс лекций / Отв. ред. А.Г. Эфендиев. М.: Знание, 1993.

³⁰ Политическая социология / Под ред. Ж.Т. Тощенко. С. 260.

³¹ См.: Комаровский В.С. Демократия и выборы в России: теория и история вопроса // Социс. 1996. № 6.

³² Цит. по: Вятр Е. Социология политических отношений. М., 1992. С. 124.

³³ См.: Чернов А.Ю. Психология управления. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 1995.

³⁴ См.: Грушин Б.А. Массовое сознание. М.: Политиздат, 1987; Здравомыслов А.Г. Многообразие интересов и институты власти. М.: Луч, 1994.

³⁵ Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 3. С. 27.

³⁶ См.: Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности. М.: Политиздат, 1986.

³⁷ См.: Иванов В. Политическая психология. М.: Философское общество СССР, 1990.

³⁸ См.: Назаретян А.П., Федосов П.А. Методологические принципы, основные категории и методы социальной психологии. М.: ИОН при ЦК КПСС, 1985.

³⁹ См.: Шаталов А.П. Социально-психологические механизмы распространения идеологии. М.: ИОН при ЦК КПСС, 1989.

⁴⁰ См.: Основы политической науки: Учебное пособие. Ч. 2. М.: О-во «Знание», 1995.

⁴¹ Цит. по: Бурлацкий Ф.М., Галкин А.А. Указ. соч. С. 259.

⁴² См.: Грушин Б.А. Указ. соч.; Доценко Е.Л. Психология манипуляции. М.: ЧеРо, 1997; Заславская Т.И. Социальные ориентиры обновления: общество и человек. М.: Политиздат, 1990.

⁴³ Цит. по: Бурлацкий Ф.М., Галкин А.А. Указ. соч. С. 243.

⁴⁴ См.: Денкэн Жан-Мари. Политическая наука / Международный независимый эколого-политический университет. М., 1993; Бро Филипп. Указ. соч.; Бурдые Пьер. Указ. соч.

⁴⁵ См. подробнее: Дембицкая О.Ю. Электоральная активность молодежи // Социс. 1996. № 12.

⁴⁶ См. подробнее: Силласте Г.Г. Демократия без женщин — не демократия (Социологические очерки). М., 1991.

⁴⁷ См. подробнее: Полякова Т.М. Менталитет полиэтнического общества (Опыт России) / Под ред. М.Н. Губогло. М., 1997.

⁴⁸ См.: Поливаева Н.П. Политическое сознание россиян в 90-е годы: состояние и некоторые тенденции развития // Вестн. Моск. ун-та. 1997. Сер. 12. № 5.

⁴⁹ См.: Бызов Л.Г. и др. Современное российское общество: мотивация политических предпочтений // Обновление России: трудный поиск решений. Вып. 5. М., 1997.

⁵⁰ Цит. по: Бурлацкий Ф.М., Галкин А.А. Указ. соч. С. 250.

⁵¹ Малькова Т.П., Фролова М.А. Массы. Элита. Лидер. М.: О-во «Знание», 1992. С. 7.

⁵² Toffler A. The Third Wave. N.Y., 1980. P. 408.

⁵³ Цит. по: Лебон Г. Психология масс // Психология масс: Хрестоматия / Ред. Д.Я. Райгородская. М.: Изд-во «Бахрах», 1988. С. 143.

⁵⁴ См. подробнее: Бойков В.Э. Человек и реформы в российском обществе: мифы и реальность. М., 1995.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бро Филипп. Политология. М., 1992. 86 с.
2. Бурдьё Пьер. Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993. 333 с.
3. Бурлацкий Ф.М., Галкин А.А. Современный Левиафан. М.: Мысль, 1985. 384 с.: табл.
4. Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем. М.: Прогресс, 1990. 804 с.
5. Введение в политологию. М.: Просвещение, 1993. 256 с.
6. Гегель. Политические произведения. М.: Наука, 1978. 438 с.
7. Грушин Б.А. Массовое сознание. М.: Политиздат, 1987. 367 с.
8. Денкэн Жан-Мари. Политическая наука / Международный независимый эколого-политологический университет. М., 1993. 162 с.
9. Здравомыслов А.Г. Методология и процедуры социологических исследований. М.: Мысль, 1969. 205 с.
10. Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности. М.: Политиздат, 1986. 221 с.
11. Здравомыслов А.Г. Многообразие интересов и институты власти. М.: Луч, 1994. 321 с.
12. Иванов В. Политическая психология. М.: Философское общество СССР, 1990. 218 с.
13. Иванов В. Технология политической власти: зарубежный опыт. Киев: Вища шк., 1994. 263 с.
14. Иванов В. Социальные технологии в государственном управлении. М.: Луч, 1993. 26 с.
15. Имидж лидера: Психологическое пособие для политиков / Отв. ред. Е.В. Егорова-Гантман. М.: О-во «Знание», 1994. 264 с.
16. Исследование проблем молодежи в ГДР / Пер. с нем. М.Б. Колбаевой; Под общ. ред. В.А. Северцева. М.: Прогресс, 1976. 460 с.
17. Комаровский В.С. Организация и технология выборных кампаний: зарубежный и отечественный опыт. М., 1995. 122 с.
18. Култыгин В.П. Французская классическая социология XIX — начала XX века. Вып. 1. М.: Ин-т соц. и полит. технологий, 1991. 81 с.
19. Култыгин В.П. Ранняя немецкая классическая социология. Вып. 2. М.: Ин-т соц. и полит. технологий, 1991. 83 с.

20. Култыгин В.П. Становление и развитие социологии США. Вып. 5. М.: МГДТД и Ю, 1993. 105 с.
21. Лысенко В.И. Выборы в представительные органы в новой Европе: политологический опыт и тенденции 80—90-х годов. М.: Наука, 1994. 349 с.
22. Малькова Т.П., Фролова М.А. Массы. Элита. Лидер. М.: О-во «Знание», 1992. 39 с.
23. Московичи Серж. Век толп: ист. трактат по психологии масс: Пер. с фр. М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. 477 с.
24. Назаретян А.П., Федосов П.А. Методологические принципы, основные категории и методы социальной психологии. М.: ИОН при ЦК КПСС, 1989. 22 с.
25. Ницше Ф. Воля и власть: опыт переоценки всех ценностей. М.: REEL — book, 1994. 352 с.
26. Э. Ноэль-Нойман. Общественное мнение. М.: Прогресс — Академия, 1996. 351 с.
27. Осипов Г.В. Логика социологического исследования М.: Наука, 1987. 173 с.
28. Основы политической науки: Учебное пособие. Ч. 2. М.: О-во «Знание», 1995. 224 с.
29. Основы социологии: Курс лекций / Отв. ред. А.Г. Эфендиев. М.: О-во «Знание», 1993. 384 с.
30. Петровский А.В. Личность. Деятельность. Коллектив. М.: Политиздат, 1982. 255 с.
31. Платон. Собр. соч. / Общ. ред. А.В. Лосева. М.: Мысль, 1993. 528 с.
32. Политическая социология: Курс лекций / Под ред. Ж.Т. Тощенко. Ч. 1. М.: Изд-во «Луч», 1993. 339 с.
33. Политическая социология / Отв. ред. Г.П. Соков. Ростов-на-Дону: Феникс, 1997. 640 с.
34. Полякова Т.М. Менталитет полиэтнического общества / Опыт России / Под ред. М.Н. Губогло; РАН. Центр по изучению меж.-нац. отношений Ин-та этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая. М., 1997. 418 с.
35. Психология масс: Хрестоматия по социал. психологии / Ред.-сост. Д.Н. Райгородский. Самара: Изд-во «Бахрах», 1998. 591 с.
36. Робер М.-А., Тильман Ф. Психология индивида и группы. М.: Прогресс, 1998. 256 с.

37. Российские регионы после выборов — 96 / Территор. упр. Президента РФ; Сост.: Г.В. Былов и др.; Отв. ред.: А.Н. Журавлев и др. М.: Юрид. лит., 1997. 776 с.: ил.
38. Руткевич М.Н. Диалектика и теория познания. М.: Мысль, 1994. 384 с.
39. Салмин А.М. Промышленные рабочие Франции: К изучению сдвигов в политическом поведении. М., 1984.
40. Сорокин П.А. Система социологии. М.: Наука, 1993. 44 с.
41. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество / Под общ. ред. А.Ю. Самогонова. М.: Политиздат, 1992. 542 с.
42. Сорокин П.А. Общедоступный учебник социологии. М.: Наука, 1994. 560 с.
43. Технология и организация выборных кампаний: зарубежный и отечественный опыт. М.: РАУ, 1993. 183 с.
44. Тощенко Ж., Харченко С. Социальное настроение. М.: Academia, 1996. 195 с.
45. Унпелев А.Г. Политология: власть, демократия, личность. М.: Интерпракс, 1994. 250 с.
46. Чернов А.Ю. Психология управления. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 1995. 164 с.
47. Патрик Шампань. Делать мнение: новая политическая игра. М.: Socio-Logos, 1997. 335 с.
48. Шаталин С.С. Социальные ресурсы и социальная политика. М.: Наука, 1990. 271 с.
49. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программы, методы. М.: Наука, 1987. 245 с.
50. Aron R. *Studes politique*. Paris, 1952.
51. *The American Voter* / A. Campbell, P.F. Converse, W.E. Miller, D.E. Stokes. N.Y., 1960.
52. Downs A. *An Economic Theory of Democracy*. N.Y., 1997. P. 36.
53. Fiorina M. *Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven, 1981. P. 5.
54. Janda K., Berry J.M., Goldman J. *The Challenge of Democracy. Government in America*. 2nd ed. Boston: Houghton Mifflin Company, 1989. 738 p.
55. Lazarsfeld P.F., Berelson B., Gandet H. *The peoples' choice: How the vote makes up his mind in a presidential campaign*. N.X., 1948.

56. Lasswell H. The Structure and Function of Communication in Society // The Process and Effect of Mass Communication. Chicago, 1971. P. 84—99.
57. Liphart A. Class voting and religions voting in European democracies. Glasgow, 1971.
58. Lipset S.M. Political Man: The Social Bases of Politics. Baltimore, 1988.
59. Marcuse H Psychoanalyse und Politik. Frnkfurt a/M., 1971.
60. Nohlen D. Wahlen. Wahlrecht. Staat und Politik, 1991. S. 763—768.
61. Salmore St.A., Salmore B.G. Candidates, Parties and Campaigns. Electoral Politics in America, 1985.
62. Schultze R.-O. Wahlforschung. Wahl-soziologie. Staat und Politik, 1991. S. 769—776.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Тема 1. Социологический подход к исследованию электорального поведения	4
Тема 2. Социально-психологические теории электорального поведения	7
Тема 3. Концепция «экономического голосования»	11
Тема 4. Политическое поведение как форма участия в осуществлении власти	13
Тема 5. Мотивация электоральной деятельности	20
Тема 6. Взаимосвязь политического сознания и политического поведения	24
Тема 7. Объективные факторы, обуславливающие электоральное поведение	27
Тема 8. Воздействие субъективных факторов на электоральное поведение	33
Выводы	40
Примечания	42
Список литературы	45

Для ЗАМЕТОК

Для ЗАМЕТОК

Учебное издание

Охременко Ирина Владимировна

**Электоральное поведение:
теория вопроса**

Учебное пособие

В двух частях

Часть 1

Главный редактор *А.В. Шестакова*
Редактор *О.В. Изотова*
Технический редактор *М.Н. Растёгина*
Художник *Н.Н. Захарова*

ЛР № 020406 от 12.02.97

Подписано в печать 06.03 2002 г. Формат 60×84/16.
Бумага типографская № 1. Гарнитура Таймс. Усл. печ. л. 3,02.
Уч.-изд. л. 3,25. Тираж 100 экз. (1-й завод 50 экз.). Заказ . «С» 25.

Издательство Волгоградского государственного университета.
400062, Волгоград, ул. 2-я Продольная, 30.