

СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ИЗБИРАТЕЛЯ

К.А. Иваненко

Кафедра акмеологии и психологии профессиональной деятельности
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации
пр. Вернадского, 82, Москва, Россия, 119571

В статье проводится анализ основных моделей электоральной активности, который выявляет необходимость поиска интегрального социально-психологического фактора электорального поведения. В качестве такого фактора предлагается рассматривать общественное мнение. Приводятся результаты исследования, цель которого — изучение влияния установок общественного мнения на электоральное поведение.

Ключевые слова: общественное мнение, ценностные ориентации, оценочные установки, электоральное поведение, электоральная активность, мотивация, абсентеизм.

«Свободный выбор создает личность. Быть — значит выбирать» [5]. Эти слова французского философа-экзистенциалиста Альбера Камю можно отнести и к политическому выбору. В последние годы во многих странах мира прослеживается тенденция снижения избирательной активности граждан. Рост мотивов аполитичности, чувства политической индифферентности, инфантильности отрицательно влияет на демократическую форму организации общества. Дальнейшее усиление электорального абсентеизма может привести к тому, что институт выборов станет представлять собой не волеизъявления большинства, а скорее, цитируя А.Н. Бердяева, «механическое суммирование волеизъявления ничтожной кучки современников» [2].

Межстрановое сравнение показывает, что Россия занимает 137-е место в мире по уровню явки избирателей на выборы [10]. Граждане РФ видят все меньше смысла в участии в выборах. Так, в 2011 г., в канун выборов депутатов Государственной думы, 37% опрошенных признали отсутствие интереса к предстоящему голосованию [7].

Превращение абсентеизма в массовое явление происходит на фоне повышения митингово-демонстрационной активности граждан, что еще сильнее актуализирует задачу поиска социально-психологических детерминант электоральной активности граждан [4].

В истории как психологии, так и социологии было немало попыток концептуализации демократии. Одна из наиболее известных из них была предпринята в 1957 г. американским экономистом и политологом Энтони Даунсом, предложившим формулу поведения рационального избирателя, основанную на логике «максимизации выгоды» [3]. При детальном анализе модели аппоненты Даунса пришли к выводу, что, исходя из формулы, абсентеизм — гораздо более ожидаемое электоральное поведение, чем участие в выборах (так называемый парадокс голосования).

М. Фиорина, развивая идеи Даунса, создал концепцию ретроспективного голосования, предполагая, что тот или иной выбор избирателя основан на оценке прошлой деятельности политической силы [8]. В рамках того же подхода была разработана модель перспективного голосования Х. Химмельвейта, согласно которой избиратель в своем выборе исходит из конкретных проблем и предложений политических сил по их разрешению.

Помимо перспективного и ретроспективного голосования исследователями выделяется «эгоцентрическое» и «социотропное» голосование. В первом случае выбор избирателя основывается на оценке собственного экономического положения, во втором — на оценке экономического положения страны и общества в целом. В настоящее время большинство исследователей приходит к выводу, что в странах развитой демократии большинство избирателей придерживается социотропной ретроспективной модели экономического голосования.

Кроме теорий рационального выбора, на объяснение мотивов голосования претендуют еще две группы теорий. В рамках социологического подхода преобладающим признается воздействие социальных факторов: социального статуса и социальной среды. Основателями этого подхода являются А. Зигфрид, С.М. Липсет, С. Роккан, П. Лазерсфельд, Б. Берельсон [11].

В социально-психологических концепциях в качестве основного фактора, влияющего на электоральное поведение, выделяется идентификация — партийная или идеологическая. Основатели этого подхода, А. Кэмбелл, У. Миллер, Ф. Конверс, проводившие исследования на базе Мичиганского университета, разработали модель, называемую «воронкой причинности» [9].

В настоящее время общепризнано, что ни одна из монотеорий не может претендовать на исчерпывающее объяснение механизма принятия решения об участии или неучастии в выборах. Требуется переосмысление существующих подходов, поиск основополагающего социально-психологического фактора, включающего единство мотивов и конечных целей (А.С. Ахременко, Г.В. Голосов, Е.Ю. Мелешкина и др. [6]). В качестве такого интегрального фактора, который содержит все многообразие оценочных и ценностных установок, влияющих на электоральное поведение, мы считаем целесообразным рассматривать *общественное мнение*.

Общественное мнение является не только индикатором состояния общества, но и регулятором тех процессов, которые в нем происходят. Платон называл общественное мнение «инструментом социального управления массами», древние элиты считали, что «над всем царит мнение», французские материалисты — что «общественное мнение правит миром».

Базовой характеристикой общественного мнения является его функция по трансляции общественного опыта, стереотипов и правил поведения. Классик английской философии Томас Гоббс отмечал, что «действия, поступки, поведения людей обусловлены мнениями». Элизабет Ноэль-Нойман обращала внимание на то, что ожидаемое поведение является одной из форм внешнего проявления общественного мнения.

Содержанием общественного мнения являются оценочные суждения, которые могут быть мобильными. Под воздействием новых обстоятельств оценки могут быстро меняться [1]. Положительно окрашенные или связанные с положительной оценкой факты усиливают поведенческую реакцию. Отрицательные оценки запускают механизмы психологической защиты.

Наряду с оценочной функцией для общественного мнения характерны ценностные ориентации, выражающие представление социума о должном. Ценности выступают в роли организующих факторов (Дж. Брунер). Поскольку ценностные ориентации обладают как рассудочным, так и чувственным компонентом, формирование общественного мнения идет на двух уровнях: эмоциональном и рациональном. Г. Блаумер по этому поводу писал, что «общественное мнение размещается между в высшей степени эмоциональной и предвзятой точкой зрения и в высшей степени разумным и обдуманном мнением». Наиболее действенным и устойчивым является то мнение, которое захватывает обе сферы — как чувств людей, так и разума. В общественном мнении содержатся «принципы справедливости, подлинное содержание и результат всего государственного строя» (Г. Гегель). Посредством ценностных ориентаций и оценочных суждений общественное мнение оказывает социально-психологическое воздействие на электоральное поведение.

Для изучения обоих векторов воздействия автором статьи было проведено социально-психологическое исследование. Первая часть исследования посвящена изучению влияния на электоральное поведение *оценочных установок общественного мнения* о качестве государственных институтов, политических сил, института выборов, вторая — *взаимосвязи ценностных ориентаций и электоральной активности*.

Что касается *качества государственных институтов*, межстрановой анализ показывает, что их оценка общественным мнением оказывает значительное влияние на электоральную активность граждан. Характер взаимосвязи может быть описан U-образной кривой. Высокая явка на выборы характерна для государств с очень низким и, напротив, очень высоким качеством институтов власти. Самый низкий уровень активности электората наблюдается при оценки общественным мнением качества государственных институтов на уровне 20—40 перцентилей. После 40-го перцентиля функция принимает характер возрастающей.

Для более глубокого понимания механизмов данной взаимосвязи проведен регрессионный анализ, охватывающий 185 стран. Зависимой переменной является активность электората, операционализированная через процент явки на последние парламентские выборы. В качестве независимых переменных выступает шесть основных показателей качества государства в оценке общественным мнe-

нием, а именно: эффективность правительства, открытость и подотчетность государства, качество государственного регулирования, контроль коррупции, политическая стабильность, верховенство права.

Анализ показал, что из шести параметров качества государства наиболее существенное влияние на явку оказывает оценка общественным мнением эффективности правительства — 24% от вклада всех рассматриваемых переменных. Характер зависимости приближен к линейному — чем выше общественное мнение оценивает качество предоставляемых государственных услуг и степень независимости государственной службы от политического давления, тем выше мотивация электората участвовать в голосовании. Повышение эффективности государства на один пункт (по 100-балльной системе) повышает процент явки на выборы в среднем на 0,34 процентных пункта (коэффициент регрессии равен 0,34 на уровне значимости 95%).

Относительная важность в детерминации электоральной активности оценки общественным мнением верховенства права — 22%, контроля коррупции — 18%. Индекс контроля коррупции показывает восприятие населением того, в какой степени государственная власть используется в личных интересах для извлечения выгоды. Рост представлений граждан о коррумпированности институтов власти стимулирует распространение в общественном мнении абсентеистских установок. В свою очередь, рост показателя политической стабильности на 1 значение повышает явку на выборы на 0,16 процентных пункта. Линия тренда, описывающая взаимосвязь уровня открытости и подотчетности государства и электоральной активности, близка к форме параболы.

Та или иная оценка общественным мнением политической системы приводит к формированию определенного *уровня доверия* к представительным органам власти, политикам и политическим партиям. Как показывает проведенное исследование, уровень доверия является одним из решающих социально-психологических факторов, оказывающих влияние на электоральное поведение, участие-неучастие в выборах.

Общая тенденция взаимосвязи уровня доверия власти и активности волеизъявления в целом такова, что в странах с более высоким уровнем доверия власти мотивация участия в выборах сильнее и явка на выборы значительно выше. Исключение представляет собой благополучная Швейцария, в которой при высоких показателях доверия процент явки на избирательные участки крайне низок (менее 50%). Россия по данному показателю занимает срединное положение. Примерно каждый пятый россиянин указывает на то, что абсолютно не доверяет ни политикам, ни политическим партиям, ни парламенту. Однако больше половины этих граждан все же идет на выборы. При этом очень низок процент абсентеизма среди граждан, чей уровень доверия поднимается выше 6 баллов из 11 возможных.

В этой закономерности выявлены некоторые особенности. Так, степень доверия государственным структурам и политическим силам имеет «оптимум» — уровень, при котором мотивация избирателя к участию в голосовании максимальна

и процент явки на выборы в наибольшей степени превосходит процент абсентеизма. В отношении к политикам и политическим партиям «оптимальным» условием электоральной активности является доверие на уровне 7—9 баллов из 11, к парламенту — 8—9, к судебной-правовой системе — 10 из 11. В группах респондентов, испытывающих тотальное доверие к перечисленным субъектам общественно-политической жизни, снижается желание действовать и повышается относительная доля абсентеизма. Эта закономерность проявляется почти повсеместно.

В то же время в России, в уровне доверия судебной-правовой системе нет «оптимума», за которым следует спад электоральной активности. Тренд зависимости — возрастающий на всем промежутке. Чем больше доверие, тем выше вероятность явки избирателя на выборы. Среди граждан, в высокой степени (10—11 баллов из 11) доверяющих судебной-правовой системе (таких в России около 6% респондентов), почти нет абсентеистов.

Степень воздействия общественного мнения на электоральное поведение связана с оценкой общественным мнением моральных, нравственных и деловых качеств выборных лиц. Устойчиво негативный образ политиков создает ситуацию «отрицательного выбора» — выбора «наименьшего из зол». Неблагоприятное влияние на электоральное поведение оказывает сложившаяся в общественном мнении россиян оценка политиков как отдельного слоя общества, особого условия, не разделяющего интересов ни общества (76% респондентов), ни страны в целом (почти 40%).

В то же время личный опыт взаимодействия с представителями государства, политиками положительно влияет на электоральное поведение. Среди избирателей, имевших такой опыт, уровень явки на выборы существенно выше, чем среди прочих граждан. В ходе исследования выявлено, что в среднем личный контакт повышает вероятность участия в выборах в два раза. Восприятие общественным мнением представительной власти как партнера населения, имеющего с ним схожие ценности, формирует положительную установку относительно участия в выборах.

Еще одним важным социально-психологическим фактором электоральной активности по результатам исследования являются *установки общественного мнения по отношению к институту выборов*: понимание его предназначения и оценка эффективности. Поскольку выборы являются одним из основных рычагов устройства демократического общества, их восприятие избирателями как пустого ритуала с известным результатом не только существенно снижает мотивацию электоральной активности, но и ставит под угрозу всю логику демократического устройства государства.

Оценочные установки общественного мнения по поводу института выборов трансформируются согласно результатам исследования в следующие мотивы голосования: гражданский долг (59%); желание отдать голос своей партии, своему кандидату (28%); надежда на изменения к лучшему (25%); стремление выразить свою политическую позицию (20%); желание участвовать в формировании органов

власти (20%); привычка (15%). Мотивация неучастия, во многом создаваемая установками общественного мнения, чаще всего принимает следующие формы: «выборы ничего не изменят» (37%); «разочаровались в выборах — ничего не меняется» — 18%; «выборы наверняка будут сфальсифицированы» — 15%.

Восприятие установок общественного мнения в отношении института выборов, процедуры их проведения, оценки выборов как равных, честных, конкурентных, как действенного инструмента демократического общества является важным социально-психологическим фактором волеизъявления.

Что касается *ценностных установок общественного мнения*, анализ показал, что наиболее существенное воздействие на электоральную активность граждан оказывают ценности равенства (операционализируется в исследовании через распространенность и выраженность в общественном мнении установки «важно, чтобы с каждым человеком в мире обращались одинаково, чтобы у всех были равные возможности в жизни»), толерантности («важно выслушивать мнение других, отличающиеся от собственного, стараться понять другую точку зрения») и независимости («важно самому принимать решения о том, что и как делать, быть свободным и не зависеть от других»).

Общая тенденция такова, что с повышением в общественном мнении значимости этих ценностей увеличивается активность электората в волеизъявлении. Высокая значимость этих ценностных установок в общественном мнении находит свое выражение на поведенческом уровне, выражаясь в высокой активности электората.

Однако для данной общей тенденции имеются исключения — страны, в которых существует расхождение ценностных установок и реального поведения граждан. Среди них традиционно находится Швейцария, в которой при колоссальной значимости для общественного мнения ценностей демократии (около 80% граждан считают их приоритетными) один из самых низких уровней явки на выборы (менее 50% граждан).

Ценностные установки общественного мнения влияют на принятие решения об участии в голосовании не напрямую, а путем интериоризации в индивидуальную ценностную систему избирателя. Социально-психологические механизмы влияния каждой ценностной установки на волеизъявление избирателя имеют свои особенности.

В России значимость для избирателя таких ценностей, как равенство возможностей и равенство всех перед законом, влияет на решение об участии в выборах гораздо сильнее, чем в целом по Европе. В России среди граждан убежденных в принципе равенства, вероятность явки на выборы, почти в 2 раза выше, чем среди избирателей, не разделяющих этой ценности.

Среди избирателей, признающих для себя крайне важным понимать и принимать других людей, электоральная активность значительно выше, чем среди граждан, не считающих толерантность ценностью. В среднем по европейской выборке среди «толерантных» граждан число голосующих в 3,6 раза превышает число абсентеистов в то время, как среди «нетолерантных» — только в два раза. В Рос-

сии эта тенденция проявляется более сильно. Среди россиян, признающих ценности толерантности, число активных избирателей превосходит число абсентеистов втрое; среди тех, кто не считает важным принимать чужую точку зрения, число проголосовавших почти равно числу абсентеистов.

Особый интерес представляет социально-психологический механизм влияния на явку такой ценности, как самостоятельность в принятии решений. На общеевропейской выборке значимость для избирателей этой ценности не оказывает сильного влияния на электоральную активность. В России же в выборах более склонны участвовать граждане, не считающие возможность самостоятельного принятия решений приоритетной ценностью. Выявленная закономерность позволяет сформулировать предположение о том, что в России есть тенденция воспринимать акт голосования не столько как принятие самостоятельного решения, а напротив, как уход от такой необходимости и возможность делегирования этой функции избираемому кандидату. Поскольку в РФ существует установка на непричастность к действиям своего правительства, процедура голосования воспринимается не как принятие на себя ответственности, а как ее снятие с себя.

Итак, в силу неоднородности, поляризованности и политизированности общественное мнение оказывает многоаспектное, разнонаправленное влияние на электоральное поведение граждан. На электоральную активность граждан существенно влияет оценка общественным мнением эффективности правительства, качества государственного регулирования, политической стабильности, степени открытости и подотчетности государства. Большое значение имеют установки общественного мнения, связанные с доверием парламенту, политикам и политическим партиям, а так же самому институту выборов. Важным социально-психологическим фактором активности избирателей является значимость для общественного мнения таких ценностей, как равенство возможностей, толерантность в отношении другого, самостоятельность в принятии решений, верховенство закона.

Проведенное исследование показывает, что взаимосвязь оценочных и ценностных установок общественного мнения и электоральной активности носит нелинейный характер, предполагает существование оптимумов. Эффективное воздействие общественного мнения возникает тогда, когда установки на участие в выборах подкреплены действенной оценкой демократии, свободы слова, прозрачности, ответственности. Условием эффективности общественного мнения является полноценное партнерство гражданского общества и государства, информационная открытость и подотчетность. Граждане склонны участвовать в тех выборах которые несут реальный ощутимый результат. В основе взаимосвязи волеизъявления и реальной политики лежит прямая ответственность государства перед обществом.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Андреева Г.М.* Социальная психология. — М.: Аспект Пресс, 2001. [*Andreeva G.M.* Socialnaya psihologiya. — М.: Aspekt press, 2001.]
- [2] *Бердяев Н.* Философия неравенства. — М.: Букинист, 1990. [*Berdyayev N.* Filosofiya neravenstva. — М.: Bukinist, 1990.]

- [3] Даунс Э. Экономическая теория демократии. — М., 2009. [*Dauns E. Ekonomicheskaya teoriya demokratii.* — М., 2009.]
- [4] Иваненко К.А. Психология толпы: границы изменчивости мнений // Обозреватель — Observer. — 2013. — № 4. [*Ivanenko K.A. Psihologiya tolpi: granici izmenchivosti mnenii // Obozrevatel — Observer.* — 2013. — № 4.]
- [5] Камю Альбер. Избранное. — М.: Правда, 1989. [*Kamii Alber. Izbrannoe.* — М.: Pravda, 1989.]
- [6] Мелешикина Е.Ю. Исследования электорального поведения: теоретические модели и проблемы их применения // Политическая наука: Зарубежная политология в XX столетии: Сб. науч. тр. / Ред.-сост. М.В. Ильин. — М.: ИНИОН РАН, 2001. [*Meleshkina E.U. Issledovaniya elektoralnogo povedeniya: teoreticheskie modeli i problem ih primeneniya // Politicheskaya nauka: Zarubegnaya politologiya XX stoletiya: Sb. nauch. tr. / Red.-sost. M.V. Ilin.* — М.: INION RAN, 2001.]
- [7] Общественное мнение — 2011. От мнения — к пониманию. Левада-Центр. Таблица 10.25 «Общественное мнение — 2011». [Obshestvennoe mnenie — 2011. Ot mneniya k ponimaniu. Levada Centr. Table 10.25.]
- [8] Fiorina M. Retrospective Voting in American Elections. — New Haven: Yale University Press, 1981.
- [9] Harder J., Jon A. Krosnick J.A. Why Do People Vote? A Psychological Analysis of the Causes of Voter Turnout // Journal of Social Issues. — 2008. — Vol. 64. — No. 3.
- [10] International Institute for Democracy and Electoral Assistance. — URL: <http://www.idea.int>
- [11] Lipset S., Rokkan M. Cleavage Structures, Party Systems and Voter Alignments. An Introduction // Party Systems and Voter Alignments. — N.Y.: The Free Press, 1967.

SOCIAL-PSYCHOLOGICAL DETERMINANTS OF ELECTORAL VOTING BEHAVIOR

К.А. Иваненко

Chair of Acmeology and Psychology of Processional Activity
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
Vernadskogo av., 82, Moscow, Russia, 119571

This article reviews the current models of the voter behavior and proves the need in creating a new overarching conceptual framework, finding the integral social-psychological factor of the voter decision making. The public opinion is regarded as such a factor. The article presents the findings of the latest psychological research, devoted to the analysis of the connection between the different components of public opinion and electoral behavior.

Key words: public opinion, voter decision making model, electoral behavior, voter turnout, motivation, absenteeism.