DOI: 10.17117/na.2016.02.04.089

<http://ucom.ru/doc/na.2016.02.04.089.pdf>

Поступила (Received): 27.02.2016

Ковров В.Ф.
Влияние бихевиоризма на исследования
в области электорального поведения:
политико-социологические аспекты

Kovrov V.F.
Effect of behavioral science research in the field of
electoral behavior: political and sociological aspects

В статье освещаются вопросы, связанные с влиянием бихевиоризма на электоральные исследования в области поведения избирателей. Обосновывается положение о том, что социологическая модель является самой распространенной и имеет большое значение для выяснения социальной базы и масштаба влияния политических ориентации и их динамики. Акцентируется внимание на том, что социологический подход к изучению поведения поставил вопрос о психологических основах политического выбора

Ключевые слова: электорат, электоральное поведение, бихевиоризм, социология

Ковров Владимир Федорович

Кандидат социологических наук, доцент
Башкирский государственный университет
г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32

The article highlights the issues related to the influence of behaviorism on electoral studies in the field of voter behavior. Substantiates the position that the sociological model is the most common and important to clarify the scope of the social base and influence of political orientation and their dynamics. The attention is focused on the fact that the sociological approach to the study of behavior raised the question of the psychological foundations of political choice

Key words: electorate, electoral behavior, behaviorism, sociology

Kovrov Vladimir Fedorovich

Candidate of Sociology Sciences, Associate Professor
Bashkir state university
Ufa, Zaki Validi st., 32

С 50-х годов XX столетия исследования в области электорального поведения стали подвергаться активному воздействию бихевиоризма, распространившегося сначала в США, а затем и в других странах. Воздействие бихевиоризма на электоральные исследования проявилось, прежде всего, в том, что методика оценки поведения избирателей на основе статистики выборов оказалась отодвинутой на задний план опросами более или менее репрезентативной выборки избирателей [1, с.228].

Впервые методологические положения бихевиоризма были использованы в 20-е годы XX века Ч. Мериамом и Х. Госнелом для выявления политического поведения граждан в исследовании абсентеизма. Ученые попытались построить репрезентативную выборку реципиентов и применили современную для того времени технику интервьюирования избирателей о мотивах голосования.

Спустя несколько лет появились более значительные исследования С. Райса по той же проблематике. В работах Ч. Мериама, Х. Госнела и С. Райса была сделана попытка найти оптимальный набор экспериментальных вариантов применения количественных процедур при проведении электоральных опросов. Однако дальнейшего развития идеи, сформулированные Ч. Мериамом, Х. Госнелом и С. Райсом в то время не получили в связи с низким интересом к электоральным исследованиям.

Только с 40-х годов XX столетия получает развитие подход, получивший название «социологического», выдвинувший в центр внимания, наряду с анализом статистических данных о результатах выборов, с одной стороны, анализ влияния текущей политики на решения избирателей с социально-структурными детерминантами их поведения.

Следует отметить, что традиции «социологической модели» объяснения собственно политического поведения были заложены еще К. Марксом, объяснявшим политическое мировоззрение и поведение людей с точки зрения их классового положения и классовых интересов. «Адекватность такого объяснения применительно ко многим конкретным ситуациям не вызывает сомнений, – отмечает известный отечественный ученый Г.Г. Дилигенский. – Представители привилегированных классов ... выбирают консервативные политические ориентации. ... Наемные рабочие часто примыкают к реформистским ориентациям, так как надеются, что реформы улучшат их положение» [2, с.292-293].

Главными академическими институтами, вовлеченными в процесс разработки эмпирической политической теории, соответствующей методологии и технологий исследования электорального поведения стали два академических центра США: Центр прикладных социальных исследований Колумбийского университета, основанный П. Лазарсфельдом и Р. Мертоном, а также Центр социологических исследований Института социальных исследований Мичиганского университета, основанный Р. Ликертом, А. Кемпбеллом и Д. Картрайтом.

В США развитие бихевиористского направления было тесно связано с исследовательской группой, возглавляемой П. Лазарсфельдом и Б. Берельсоном и деятельностью чикагской школы во главе с А. Кемпбеллом.

В 1940 году П. Лазарсфельдом и Б. Берельсоном была предпринята первая попытка использовать панельные опросы избирателей для выявления механизма формирования электорального поведения [3], факторов, оказывающих реальное воздействие на политический выбор граждан.

В ходе панельных опросов группой Лазарсфельда изучалось не просто распределение голосов, а развитие тенденций голосования, выявление обстоятельств формирования и изменения электоральных ориентаций. Для объяснения политического выбора предлагались такие характеристики как пол, возраст, уровень доходов, социально-классовая, этническая, расовая принадлежность избирателей, место проживания избирателей, их религиозные убеждения и другие.

Выяснилось, например, что индивиды, занимающие более высокие статусные позиции (определяемые образованием, профессией, уровнем дохода),

демонстрируют более высокий уровень приверженности данной политической системе и проявляют большую политическую активность.

Более высокий статус обеспечивает индивидам «стратегические» позиции в обществе, позволяет более успешно отождествлять себя с более выгодными и интересными политическими ролями. Исследование влияния такого социо-демографического фактора, как пол, привело ученых к убеждению, что женщины проявляют меньшую по сравнению с мужчинами политическую активность (женщины часто следуют предпочтениям мужчин как лидеров общественного мнения в первичных группах; обнародование женщиной собственной политической позиции воспринимается не как проявление духовных и интеллектуальных запросов, а как излишний вызов окружающим, таким образом, участие практически лишается для женщин личностного потенциала).

Исследуя фактор возраста, социологи пришли к выводу, что политическому участию молодежи присущ относительно более экстремистский характер по сравнению со стереотипами участия старших возрастных групп (молодежь часто апеллирует к абсолютным принципам и целям, люди постарше исповедуют «этику ответственности», опирающуюся на трезвый анализ средств, механизмов, позволяющих обеспечить стабильность в обществе).

В ходе анализа полученных результатов также выяснилось, что городские жители более включены в процессы участия, чем сельские. Учеными был проведен корреляционный анализ статистических рядов, который показал: жители больших городов, являющиеся к тому же католиками, рабочими, неболатыми и небогатыми, голосуют за Демократическую партию; электоральной же базой Республиканской партии являются американцы, определяемые известной аббревиатурой WASP (white, anglo-saxon, protestant) – белые протестанты англосаксонского происхождения, живущие в сельской местности и комфортабельных городских пригородах и принадлежащие к среднему классу.

Таким образом, предложенная авторами социологическая модель была ориентирована на получение данных, поддающихся измерению и носящих вероятностный характер. Она продуцировала информацию следующего типа: сторонниками реформ мужчины являются чаще, чем женщины, люди среднего возраста чаще, чем молодежь и пожилые, специалисты чаще, чем рабочие и предприниматели, люди с высшим образованием чаще, чем менее образованные, получатели средних доходов – чем богатые и бедные, жители крупных городов – чем более мелких населенных пунктов.

Отсюда было сформулировано следующее положение: «в каких социальных условиях живет человек, таковы и его политические взгляды. Социальные характеристики определяют политические предпочтения» [4, с.239]. Социальные условия чаще всего определяются в терминах социального состава среды. «Окружающая среда может быть определена по различным основаниям – клуб, соседи, церковь, страна, провинция – и имеет множество различных признаков» [5, с.241].

Как отмечает А. Дигуров, примененная методика «...позволила, во-первых, дифференцировать избирателей по степени устойчивости их электоральной ориентации: на твердых сторонников и колеблющихся; во-вторых, выявить

причины, побудившие различные группы колеблющихся избирателей изменить свои намерения в ходе предвыборной кампании, накануне выборов и в самый момент голосования; в-третьих, соотнести электоральную ориентацию с другими показателями» [6].

Впоследствии П. Лазарсфельд и Б. Берельсон указывали на важность расчленения социальной и политической структур, при этом особо подчеркивали роль общественных институтов (политических партий, профсоюзов и т.д.). В их работах также был сделан вывод о незначительной эффективности различных предвыборных мероприятий и агитационных кампаний. Например, по данным панельных исследований, газетным публикациям уделяла хотя бы минимальное внимание только половина опрошенных, причем газеты читали только люди с уже сложившимися политическими убеждениями и симпатиями.

Б. Берельсоном было сформулировано понятие идентификации, – своеобразного механизма соотнесения собственной социальной позиции избирателя с абстрактной политической общностью. Идентификация, по мнению ученого, играет решающую роль в формировании политических ориентаций, так как является своеобразным «фильтром» политической коммуникации.

Основным эффектом избирательной кампании американские социологи посчитали усиление политических предпочтений. Таким образом, модель пропаганды $S - R$ под влиянием работ социологов Колумбийского университета трансформировалась в $S - I - R$, где I – идентификация как механизм соотнесения индивида с некоей абстрактной политической общностью, сформированной на базе однотипных социальных факторов. Именно такая идентификация была признана своеобразным «фильтром» политической коммуникации. Возникла гипотеза, что индивиды, сформировавшиеся под воздействием тождественных социальных факторов, обладают идентичными идейно-политическими позициями. Эта общность не является классом в понимании Маркса, а представляет собой «класс на бумаге» (П. Бурдье), т. е. совокупность агентов, занимающих сходную позицию, которые, будучи размещенные в сходных условиях и подчиненные сходным обусловленностям, имеют все шансы для обладания сходными диспозициями и интересами, и, следовательно, для выработки сходных позиций.

Социологическая модель, согласно которой политические предпочтения определяются принадлежностью к определенной группе, является самой распространенной и имеет большое значение для выяснения социальной базы и масштаба влияния политических ориентации и их динамики. Она вооружила аналитиков, организаторов избирательных кампаний пониманием того, что избиратели могут голосовать в качестве представителей определенной социальной группы, выражая, таким образом, с ней солидарность. Но эта модель не идеальна, поскольку, как справедливо указывает Г.Г. Дилигенский, «ни одна классовая общность не выбирает скопом единую политическую ориентацию» [7, с.293]. Не все согласятся с утверждением, что если индивид уже оказался в определенных условиях, то ему потребуется предпринять серьезные усилия для того, чтобы их изменить. Влияние социальной среды не может отнять все шансы на самоопределение, если мы вспомним, что человек может выбирать –

частью какой среды ему стать. «Чрезмерная сконцентрированность ученых из Колумбийского университета на социо-демографических характеристиках электората как главных переменных политического анализа, преувеличенное значение, придаваемое изначальной политической приверженности, неспособность различать нюансы в спектре воздействий, оказываемых агитационной кампанией, обнаружили слабые стороны социологически ориентированных исследователей и предопределили эволюцию бихевиористского подхода в сторону социо-психологического подхода», пишет Е.Г. Морозова [8, с.116]. Иными словами, социологический подход к изучению поведения поставил вопрос о психологических основах политического выбора, но не дал на него удовлетворительного ответа.

Список используемых источников:

1. Бурлацкий Ф.М., Галкин А.А. *Современный Левиафан*. М.: Мысль, 1985. 384 с.
2. Дилигенский Г.Г. *Социально-политическая психология*. М.: Институт Открытое общество, 1996. 352 с.
3. Lazarsfeld P.F., Berelson B., Gaudet H. *The peoples' choice: How the vote makes up his mind in a presidential campaign*. N.Y., 1948.
4. Шестопал Е.Б. *Политическая наука: новые направления*. М.: Вече, 2004. 311 с.
5. Дигуров А. К истории изучения мотивационной составляющей политического поведения и электорального участия. URL: <http://www.viu-online.ru.science.publ.bulleten>
6. Дилигенский Г.Г. *Социально-политическая психология*. М.: Институт Открытое общество, 1996. 352 с.
7. Морозова Е.Г. *Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии*. М.: РОССПЭН, 1999. 247 с.

© 2016, Ковров В.Ф.

Влияние бихевиоризма на исследования в области электорального поведения: политико-социологические аспекты

© 2016, Kovrov V.F.

Effect of behavioral science research in the field of electoral behavior: political and sociological aspects