

II. ПОЛИТИКА И КУЛЬТУРА

УДК 32

В. В. Желтов¹, М. В. Желтов²

К ВОПРОСУ ОБ АНАЛИЗЕ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ

Статья освещает основные детерминистские подходы анализа электорального поведения. Раскрывается содержание экологической, колумбийской и мичиганской моделей анализа поведения избирателей.

Ключевые слова: электоральное поведение, электоральная социология, голосование, темперамент политический, предпочтения избирателей, самоидентификация политическая.

Голосование представляет собой массовую форму политического участия. И одновременно – единственную, по сути, форму регулярного участия в политике большинства населения демократических стран. Значение голосования еще больше возрастает от того, что с его помощью происходит селекция политического персонала и легитимизация правления. А потому голосование занимает одно из центральных мест в политической науке, в рамках которой было разработано немало объяснительных моделей [1].

¹ © Виктор Васильевич Желтов, д-р филос. наук, профессор, декан факультета политических наук и социологии Кемеровского государственного университета, каб. 4101, ул. Терешковой, 40, (4-ый корпус КемГУ), г. Кемерово, 650070, Россия, E-mail: vjeltov@kemsu.ru.

² © Максим Викторович Желтов, д-р социол. наук, профессор кафедры государственного и административного права юридического факультета Кемеровского государственного университета, каб. 4101, ул. Терешковой, 40, (4-ый корпус КемГУ), г. Кемерово, 650070, Россия.

В настоящее время разработанные подходы и методы анализа политического поведения открывают возможность достаточно квалифицированного научного объяснения голосования. Этот анализ опирается на результаты научного поиска географов, социологов, политологов, экономистов, которые на протяжении XX века изучали значение для голосования факторов социальной принадлежности индивидов, социальной позиции, идентичности в том, что называется электоральной ориентацией. Многочисленные исследователи анализировали влияние контекста и ставок голосования на содержание самих избирательных кампаний и на решения избирателей.

В политической науке различают два основных подхода к анализу электорального поведения. Первый из них строит свои объяснения голосования и его результатов на основе учета влияния неких детерминант (социальный статус, религиозная практика, приверженность к системе ценностей, политические предпочтения и т.д.), которые предопределяют результаты голосования. Второй подход строится на учете индивидуального выбора избирателя. Он исходит из того, что электоральный акт является результатом эволюции, если не сказать даже расчета, осуществляемого избирателем в зависимости от своих ожиданий и тех предложений, которые ему выдвигают на электоральной сцене.

1. Контекстуальные (или экологические) модели

Долгое время география была единственным источником информации по вопросам ориентации голосования. При этом электоральная география строила свои выводы на основе оценки официальных результатов выборов, которые агрегировались и картографировались на различных территориальных уровнях (избирательный участок, кантон, департамент и т.д.). Этот подход к выборам получил наименование «экологический».

Термин «экология» (от греч. *oikos* – дом, жилище, местопребывание) был введен в научный оборот в середине XIX в. немецким биологом Эрнстом Геккелем (1834 – 1919), при помощи которого он обозначал влияние окружения на организмы. Объектами экологии являются популяции организмов, виды сообщества, экосистема и биосфера в целом.

Из естественных наук данный термин постепенно вошел в социальные науки, претерпев некоторые изменения. Как отмечает видный французский политолог А. Лансело, «под экологией более не понимается только анализ влияния территориального окружения на социальное поведение». Этот термин в социальных науках используется для изучения «социального поведения, исходя из информации, полученной в рамках территориальных единиц, называемых иногда коллективами» [2, Р. 290]. Нет необходимости доказывать, что результаты выборов в указанных коллективах имеют географические, социальные или исторические харак-

теристики. Это правомерно утверждать как в отношении коллективов в целом, так и в отношении индивидов, образующих эти коллективы.

Первое крупное электоральное исследование, заложившее одновременно и одну из первых моделей научного изучения выборов, принадлежит основателю электоральной социологии А. Зигфриду. В 1913 г. он опубликовал книгу «Политическая картина Западной Франции в годы III Республики» [3]. В названной работе проведен анализ итогов голосования в 1871 – 1910 гг. в 14 департаментах, которые относятся к Западной Франции, – от Вандеи до Бретани, включая Нормандию.

В данной работе проведен анализ голосования в тот период, когда во Франции шло реальное утверждение на практике «всеобщего голосования». При этом А. Зигфрид констатировал удивительное постоянство пространственного распределения голосов избирателей этого довольно обширного региона.

А. Зигфрид представил контекстуальную модель анализа голосования, которая в англо-саксонских странах получила наименование «экологическая» модель. Эта модель основывается на постулате о том, что окружение, в котором находится и избиратель, выступает как фактор, определяющий его (избирателя) электоральные позиции, а также его электоральное поведение.

А. Зигфрид, стремясь объяснить результаты выборов в III Республике, опирался на исследование влияния географического фактора на результаты голосования в Западной Франции. Он выявил, что некоторые зоны этой части Франции устойчиво голосовали за правых, а некоторые – за левых. При этом была выявлена известная устойчивость политической ориентации избирателей в указанных зонах, что позволило А. Зигфриду говорить о существовании устойчивого местного «политического темперамента», который проявляется в электоральных позициях избирателей. Под политическим темпераментом А. Зигфрид понимает «образ существования, поведения, реакции на влияние обстоятельств, подобно тому, как организм реагирует на воздействия на него климата или определенной инфекции» [3].

По мнению А. Зигфрида, формирование политических взглядов населения, определяющих электоральное поведение, обусловлено влиянием нескольких факторов.

Среди них ученый выделил четыре группы:

1. факторы, связанные с особенностями административного и социально-политического формирования региона;
2. факторы, обусловленные социальной структурой;
3. факторы, порожденные религиозными предпочтениями;
4. факторы, вызванные влиянием внешней среды и способностью дать ответ на вызов среды.

Кроме того, Зигфрид отмечал, что на голосование также воздействуют ландшафт, способ поселения и система социальной иерархии [4, С. 33 – 34].

Политический темперамент, по А. Зигфриду, строится в соответствии с делением политического спектра страны на левых и правых, т.е. в соответствии с традицией, сложившейся во Франции со времен королевского режима. С одной стороны, для данной традиции характерно своего рода продолжение «иерархической, католической и консервативной» линии развития, присущей временам господства королевской власти, а с другой – линии «республиканской или демократической, которая является светской, эгалитарной и передовой» [3, Р. XXIV – XXV].

Темперамент имеет, по А. Зигфриду, устойчивый характер, в чем сказались влияние революции 1789 г. Там, где революция не встретила поддержки населения, там избиратели спустя столетие голосовали за правых. Там, где население восприняло революцию положительно, большинство голосовали за левых. Исходя из такой констатации, А. Зигфрид стремился идентифицировать и объяснить различия в политическом темпераменте избирателей.

Согласно А. Зигфриду, объяснение как «левого», так и «правого» темперамента определяется структурой территории. Речь идет о том, что основатель электоральной социологии во Франции выявил связь между характером расселения, структурой собственности, с одной стороны, и распределением голосов – с другой, в пользу либо левых, либо правых. Там, где расселение носило дисперсный характер и где утвердилось господство земельных собственников, избиратели голосовали с «консервативных позиций», т.е. за сохранение сложившегося положения дел, за правых. И наоборот, где расселение носило более концентрированный характер и где имелось немало мелких и средних земельных собственников, население голосовало за левых, т.е. за изменения.

Чем объясняется наличие такого отношения? Морфология расселения и распределение земельной собственности определяют отношения между социальными группами, так же как и ценности, которые действуют внутри этих групп.

В гранитных зонах расселение носит дисперсный характер. Гранитная зона, сама по себе, создает предпосылки для действия изолированных сельских хозяйств. В этих зонах велико влияние церкви. Именно церковь дает возможность для общения населения в рамках создания семей, крещения, воскресных богослужений и т.д. Церковь, как это отмечал и Э. Дюркгейм, обеспечивает территориальную связанность в рамках территориально фрагментированных сельских сообществ. Именно в силу этого служители религиозного культа оказывают существенное влияние на население. В этих зонах господствует крупный земельный собственник, что приводит к утверждению отношений сильной зависимости крестьян от

этих крупных землевладельцев. И именно под двойным влиянием – духовенства и земельных собственников – сельское население гранитных зон отдает свой голос за кандидатов из числа монархистов и бонапартистов, которые всегда выступали против Республики.

Такое голосование определяется в конечном счете структурой расселения. А эта последняя является, по А. Зигфриду, результатом воздействия геологической природы земли и структуры земельной собственности. Влияние, осуществляемое сельскими элитами, в глазах тех, кто его испытывает, кажется естественным, особенно если учесть проявления милосердия многих представителей знати, что практикуется для поддержания в глазах сограждан своего привилегированного места в социальной жизни и для сохранения своего социального и политического господства. Это влияние поддерживается и тем фактом, что голосование утрачивает свою секретность, что создает предпосылки для осуществления санкций в отношении тех, кто не принимает то, что некоторые исследователи называют корректным электоральным поведением.

Морфология расселения и характеристики собственности совсем иначе выглядят в так называемых известняковых зонах. Здесь земли позволяют групповое проживание, располагающееся вокруг водных бассейнов. Это позволяет укреплять позиции крестьянского сообщества, в котором господствующие позиции занимают мелкие и средние собственники. В этих зонах сильны общинные и эгалитарные традиции, которые давали о себе знать еще при королевском режиме, а влияние священников и знати носит ограниченный характер. Как говорят в Вандее, «гранит порождает священника, а известняки – учителя» [5, Р. 164]. И на этих относительно дехристианизированных территориях, объединенных вокруг сельской демократии, жители голосуют за «прогрессивных кандидатов». А потому, пользуясь выводом А. Зигфрида, «гранит голосует за правых, а известняк – за левых».

С позиций нашего сегодняшнего знания указанный вывод, как отмечает, например, видный французский социолог Нона Мейер, не является в полной мере верным [6, Р. 63]. И, тем не менее, как показал А. Зигфрид, существует удивительное соответствие между недрами и типом расселения, структурами земельной собственности, религией и социальной стратификацией: «Мы видим здесь, что гранитные почвы, разрозненное население, крупная собственность и правая политика действуют в одном направлении; в то время как известняковые или наносные земли, население, проживающее в городах и крупных населенных пунктах, мелкая собственность и демократическая политика неразрывно связаны между собой» [3, Р. 20].

Исходя из учета влияния переменных, выявленных А. Зигфридом, объяснительная многофакторная модель электоральной ориентации может быть представлена следующим образом (рис. 1).

II. ПОЛИТИКА И КУЛЬТУРА

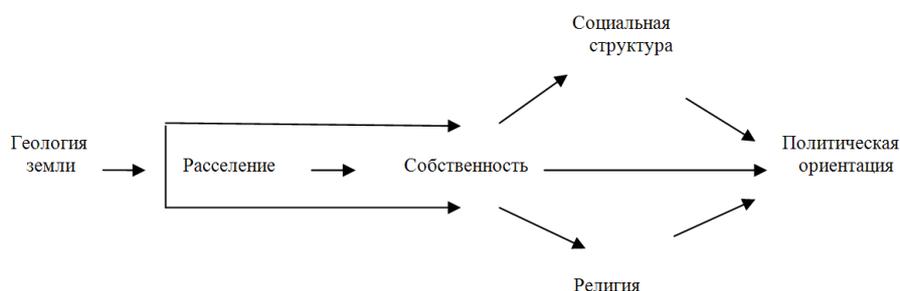


Рис. 1. Объяснительная модель политического поведения (по А. Зигфриду)

Источник: Mayer N., Perrineau P. *Les comportements politiques* – P., 1992. – P. 42.

И тем не менее, нужно сказать, что экологический анализ, проведенный А. Зигфридом, придает первостепенное значение социальным отношениям (отношениям между группами и внутри групп) при объяснении «политических темпераментов» и электоральных ориентаций. Влияние, которое испытывают на себе избиратели, в свою очередь, зависит от морфологии расселения и еще больше – от характера земельной собственности.

Рассматриваемая нами объяснительная модель поднимает некоторые проблемы. Она оказывается весьма эффективной для Вандеи. Однако, как отмечал сам А. Зигфрид, корреляция между природой земли, морфологией расселения, распределением собственности и голосов оказывается не такой эффективной для департаментов, например Мэн и Анжу. Более того, она не применима для Бретани.

А. Зигфрид признавал не без определенного замешательства известную ограниченность своей модели в объяснении политического поведения. Он писал: «Почему, одним словом, одна часть населения является послушной, другая – непокорной, еще одна – недоступной для любого внешнего воздействия? На эти вопросы режим собственности, социальная структура, способ поселения населения, разнообразные другие обстоятельства дают лишь начало ответа, и к его конечному выражению нужно приходиться (и не является ли это признанием поражения?) через мистерию этнической индивидуальности» [3, P. 364].

Несмотря на это, есть все основания утверждать, что географические детерминанты, выявленные А. Зигфридом применительно к Западной Франции, оказываются весьма эффективными для анализа сельских микросообществ во второй половине XIX в.

Нужно сказать, что рассматриваемая нами работа А. Зигфрида носит пионерский характер, выводы которой сохраняют свою ценность и в наши дни. Данная работа как бы напоминает нам, что при анализе результатов голосования необходимо учитывать не только «политические» факторы для объяснения вердикта избирателей. Как показал А. Зигфрид, электоральное поведение испытывает на себе влияние ценностей и тех отно-

шений, на базе которых организуются социальные группы. И потому анализ электорального поведения должен строиться с учетом социальных групп, к которым принадлежат избиратели, а также тех влияний, которые они испытывают на себе.

Это еще раз подтвердили результаты голосования во Франции в последние три десятилетия. Самые современные методы анализа, включая и использование опросов общественного мнения, оказались малоэффективными в случае осмысления феномена лидера крайне правой партии – Национального фронта – Жан–Мари Ле Пена. В период с 1995 по 2007 гг. эта партия получала на выборах немалую поддержку избирателей: от 15, 27 % – в 1995 г. до 17, 1 % – в 2002 г. Правда в 2007 г. эта поддержка в национальном измерении сократилась до 10, 69 %. Не анализируя данный факт подробно (это предмет особого исследования), отметим, что голосование французов, в своем географическом выражении, продемонстрировало и в эти годы удивительную стабильность. Бастион избирателей Национального фронта находится на Востоке страны. А кроме того за эту партию голосуют многие избиратели больших городов, городов и предместий, где находится большое число иммигрантов и процветает преступность. Именно на территориях «урбанизированного беспокойства», как отмечает руководитель Центра по изучению политической жизни Франции (CEVIPOF) профессор Паскаль Перрино, «преуспевал и преуспевает Национальный фронт» [7].

Экологическая парадигма, выявленная А. Зигфридом, как покажет дальнейшее развитие событий, оказалась в сердцевине работ американской политической науки.

1.2. Колумбийская модель: «Люди голосуют в группах»

Отдавая должное А. Зигфриду за внесенный вклад в науку о выборах, нужно сказать, что большинство парадигм и методов электоральной социологии были разработаны американскими учеными. Особенно быстро электоральная социология развивалась после Второй мировой войны, чему способствовало широкое использование опросов общественного мнения.

Нужно сказать, что метод опросов, использованный для изучения выборов в США, в определенном смысле был продолжением экологической парадигмы. Это в полной мере относится к тем исследованиям, которые проводились под руководством Пола Лазарфельда¹ в Колумбийском университете.

¹ Лазарфельд Пол Феликс (1901 – 1976) – американско-австрийский социолог и психолог, внесший значительный вклад в изучение электорального поведения, массовых коммуникаций, механизмов влияния средств массовой информации на общество.

В 1940 г. вместе со своими коллегами П. Лазарсфельд проанализировал воздействие президентской избирательной кампании, в которой противостояли республиканец Венделл Уилки и демократ Франклин Рузвельт, на формирование электорального выбора избирателей. Для этого учеными Колумбийского университета был разработан панельный метод, а также использовался выборочный опрос населения. Данное исследование было проведено в графстве Эри штата Огайо.

В ходе президентской кампании респондентов опрашивали 7 раз. Выводы из этих опросов оказались неожиданными. Они, в частности, значительно расходились с господствовавшими тогда представлениями о том, что результаты голосования являются следствием индивидуального решения избирателя, который будто бы является хорошо информированным, что позволяет ему действовать обдуманно.

В итоге проведенного командой П. Лазарсфельда исследования были сделаны следующие выводы:

- разные социальные характеристики – разное голосование;
- политическое мышление индивида определяется его социальным мышлением;
- политические предпочтения граждан определяются их социальными характеристиками, т.е. положением в социальной структуре, специфической социальной опыта и социальными контекстами.

Есть все основания утверждать американская социологическая школа исследования электорального поведения, идеи и методология которой были представлены по итогам рассматриваемого исследования в книге «Выбор народа: как избиратель принимает решения во время кампании по выборам президента» [8], уделяла преимущественное внимание статичным социальным характеристикам. Отметим при этом, что пристальное внимание представителей данной социологической школы к социальной среде, оказывающей существенное влияние на решение избирателя, хорошо согласуется с тем, что мы назвали выше контекстуальным или экологическим голосованием.

Следует сказать и о том, что в ходе исследований, проведенных командой П. Лазарсфельда, была дана оценка влияния избирательной кампании на позицию избирателя. Выяснилось, что влияние это весьма ограничено. Американские исследователи выяснили, что граждане из числа демократов и республиканцев, которые внимательно следят за ходом избирательной кампании, являются наиболее политизированными. А это означает, что они меньше всего могут изменить свою позицию под влиянием политической коммуникации. Что касается избирателей менее политизированных, составляющих большинство электората, они, как выяснили американские ученые, не очень внимательно относятся к тем поли-

тическим посланиям, с которыми к ним обращаются через средства массовой информации (СМИ).

В рамках моделей контекстуального анализа проведенное исследование показало, что первостепенное влияние на электоральное решение избирателей оказывают межличностные отношения внутри первичных социальных групп (семья, друзья, коллеги по работе и т.п.). Влияние межличностного общения на решение избирателя оказывается более значительным, нежели обращения к нему через СМИ. Особенно это сказывается на электоральной позиции менее политизированных избирателей. На них большее влияние, нежели СМИ, оказывает позиция неформального лидера в данной социальной группе или социальной среде. Эти лидеры становятся в период избирательной кампании своеобразными посредниками между политиками и теми избирателями, которые не очень активно интересуются политикой. И именно эти лидеры оказывают значительное влияние на избирателей, чем представители СМИ.

Такой вывод послужил основой для теории «two-step flow of communication» (передача информации в два этапа), представленной Э. Катцем и П. Лазарсфельдом в их совместной работе «Личное влияние: роль людей в потоке массовых коммуникаций» [9]. Суть этой теории заключается в следующем: избиратели (чаще всего из наиболее пассивных групп электората), довольно поздно определившиеся относительно кандидата, за которого они будут голосовать, мало подвержены влиянию средств массовой информации, но открыты для восприятия влияния лидеров общественного мнения. Последние же, по версии П. Лазарсфельда, более подвержены влиянию СМИ. Более того, они транслируют избирателям распространяемые СМИ идеи и оценки.

Таким образом, передача информации происходит в два этапа по схеме «СМИ – лидеры общественного мнения – избиратели». В ходе проводившихся в США исследований, о которых идет речь, также было выяснено, что больше всего материалов рекламного характера в ходе предвыборной кампании «потребляют» избиратели, которые уже определились, за кого они будут голосовать. С этим обстоятельством связан парадокс: еще не определившиеся со своим выбором избиратели, являющиеся наиболее желанными «трофеями» для специалистов по избирательным технологиям, составляют ту категорию электората, до которой донести пропагандистские материалы как раз сложнее всего, потому что эти избиратели, в отличие от уже определившихся в своем выборе, в принципе «потребляют» меньше пропаганды и меньше интересуются политикой [10, С. 203 – 204].

Нужно сказать, что контекстуальная (или экологическая) парадигма и в наши дни используется в электоральных исследованиях. Многие ученые полагают, что люди голосуют в соответствии со своей принадлежностью

к той или иной социальной группе. Иначе говоря, первостепенное значение в принятии избирателями электорального решения имеют межличностные отношения, вертикальная коммуникация, нормы и ценности, разделяемые членами данной социальной группы [11].

2. Объяснительные модели, учитывающие влияние тяжелых переменных

Данная модель близка по своей сути к предыдущей модели. Она является в большей мере итогом метода, нежели итогом некоего теоретического разрыва. Как мы уже отмечали выше, согласно А. Зигфриду, детерминанты экологической парадигмы сочетаются с географическим подходом, на основе которого учитывается при анализе голосования влияние территорий, включая этнографические характеристики населения, а также особую роль нотаблей¹ в формировании его (населения) электоральных позиций. Во Франции данную исследовательскую традицию продолжил, как известно, Франсуа Гогель, опубликовавший «Электоральную хронику: политические выборы во Франции, начиная с 1945 г. вплоть до наших дней» в трех томах [12]. В отличие от Зигфрида Гогель не считал географический фактор определяющим и обращал внимание не только на устойчивые тенденции в голосовании избирателей, но и на их изменения. По его мнению, поведение избирателей определяется многими факторами, причем «взаимное влияние политических, экономических, социальных, религиозных и исторических данных меняется от одного района и от одного периода времени к другому» [13, Р. 178].

Нужно сказать, что после Второй мировой войны исследование электорального поведения стало строиться в значительной мере на основе проведения опросов. Это открыло возможность измерения отношений между социодемографическими характеристиками избирателей и их электоральной ориентацией на индивидуальном уровне. На основе закрытых вопросов анкеты открылась возможность оценивать электоральную практику и мнение избирателей. В итоге расширились возможности наблюдения. В частности, открылась возможность оценить отношения между социальными и культурными характеристиками избирателей, а также выявить их электоральные предпочтения.

2.1. Колумбийская модель: от контекстуального анализа к объяснительным моделям, опирающимся на тяжелые переменные

¹ Нотабли (фр. notables – значительный) во Франции XIV–XVIII вв. члены собрания, созывавшегося королем для обсуждения государственных, главным образом финансовых и административных, вопросов. Назначались королем их числа представителей высшего дворянства, духовенства, городской верхушки. Собрания носили совещательный характер. В последующем данным термином стали называть лидеров общественного мнения, которые оказывают существенное влияние на позиции избирателей.

Уже первые опросы общественного мнения выявили тот факт, что некоторые из детерминант (например, социофессиональный статус, религиозная практика, самоидентификация избирателя как сторонника той или иной политической партии, система ценностей, которым привержены индивиды) оказывают первостепенное влияние на политические ориентации избирателей. И именно эти детерминанты в электоральной социологии называют «тяжелыми переменными».

Нужно сказать, что выявление этих переменных, анализ результатов голосования на их основе не противоречат экологической парадигме, поскольку они указывают на социальную среду, к которой относится избиратель. Речь, значит, может идти о рабочей среде, о среде католической, среде преподавательской и т.д.

Электоральный анализ на основе учета влияния «тяжелых переменных» в настоящее время можно квалифицировать как классику электоральной социологии, значительный вклад в которую внесли американские ученые из Колумбийского университета. Они и составили ядро так называемой Колумбийской школы.

Уже первые работы П. Лазарсфельда и его команды, основанные на анализе результатов опросов, позволили выявить статистически значимые отношения между некоторыми социальными особенностями респондентов и их политической ориентацией. Внимание исследователей было сконцентрировано на следующих аспектах применительно к одному и тому индивиду:

- религия: протестанты голосуют преимущественно за кандидатов из числа республиканцев, тогда как католики чаще всего отдают свои голоса за кандидатов от демократической партии;
- социальный статус: избиратели из числа лиц повышенного социального статуса голосуют за республиканцев, в то время как избиратели с более низким социальным статусом отдают свои голоса за кандидатов от демократической партии;
- наконец, факт проживания в городах или в сельской местности также оказывает влияние на голосование.

Выявленная зависимость была представлена следующим образом.

Таблица 1

Социальноэкономический статус, религия и ориентация голосования

Повышенный социальноэкономический статус		
	Протестанты	Католики
Демократы	24 %	71 %
Республиканцы	76 %;	29 %
Пониженный социальноэкономический статус		
	Протестанты	Католики
Демократы	57 %	86 %

II. ПОЛИТИКА И КУЛЬТУРА

Республиканцы	43 %	14 %
---------------	------	------

Источник: The People's Choice: How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign. – P. – P. 22 – 24.

Таким образом, было выявлено, что избиратели из числа приверженцев католицизма с пониженным социальным статусом, проживающие в урбанизированной местности, на 80% имеют шанс отдать свои голоса за демократов, в то время как избиратели из числа протестантов, имеющие повышенный социальный статус, проживающие в сельской местности, на 75% проголосуют за республиканцев. Это позволило исследователям из Колумбийской школы сформулировать следующий вывод: «Избиратель политически мыслит в соответствии со своей социальной позицией. Социальные характеристики предопределяют политические предпочтения» [5, P. 170]. В результате проведенных исследований ученые Колумбийского университета пришли к заключению, что именно социальные группы, к которым принадлежат избиратели, являются «социальными носителями политических традиций» [16, P. 73], их влияние является самым решительным. Электоральный выбор в значительной мере определяется коллективными нормами: «Похоже, что суть традиций (a sense of fitness) является наиболее существенной чертой, определяющей политические предпочтения в большей мере, чем довод и расчет». Голосование избирателя «формируется в итоге взаимодействия с себе подобными в виде своеобразного решения группы, – если это можно квалифицировать как решение, – и совокупность информации и знания, накопленного современными и прошлыми поколениями группы, может быть мобилизована для осуществления выбора группы» [15, P. 83].

Мы говорим об этом еще и потому, что выводы исследователей, о которых мы говорим, вступают в противоречие с утвердившимся с некоторых пор мифом о всемогуществе средств массовой информации в определении выбора автономного и рассудительного избирателя [14, P. 311].

3. Вес политических и идеологических переменных

3.1. Парадигма Мичигана

После Второй мировой войны параллельно электоральным исследованиям, проводившимся учеными Колумбийской школы, анализ феномена выборов осуществлялся в США в Мичиганском университете. Ученые данного научного направления акцентировали внимание в своих исследованиях на вопросах создания модели электорального поведения. Эта модель была протестирована на основе анкетных опросов, проводившихся в период проведения президентских выборов 1948, 1952 и 1956 гг.

Разработанная учеными Мичиганского университета модель, по сути дела, является детерминистской. Однако подход этих ученых существенно

отличался от подхода, который использовали при анализе выборов ученые Колумбийской школы. Суть отличий заключалась в том, что по убеждению приверженцев подхода из числа ученых Мичиганского университета их коллеги из Колумбийского университета преувеличивали значение социальных факторов в политическом выборе избирателя. При этом явно недооценивалось значение политических предпочтений избирателей. А потому ученые Мичиганского университета акцентировали внимание в своих исследованиях на индивиде как избирателе. В таком подходе на переднем плане оказались вопросы психологии. Теоретический и методологический подход ученых университета, о котором идет речь, получил в политической науке наименование «парадигма Мичигана» [16].

Данная парадигма может быть представлена следующим образом.

Предпочтения избирателей являются результатом влияния совокупности психологических детерминант. Ключевой переменной в этом случае становится «сторонническая самоидентификация», т.е. добровольная приверженность избирателя к одной из двух политических партий США (Демократическая и Республиканская), которые структурируют политическую жизнь страны. Оказалось, что три четверти опрошенных граждан США недвусмысленно относили себя к числу демократов или республиканцев.

Можно утверждать, что эта самоидентификация должна быть отнесена к тяжелым переменным, которые, как уже отмечалось нами выше, оказывают наиболее сильное воздействие на результаты голосования. И чем больше влияние переменной, которую мы называем самоидентификацией, тем устойчивее выбор избирателей. Так, на выборах 1956 г. 99 % из числа избирателей, идентифицировавших себя республиканцами, голосовали за кандидата Республиканской партии, а 85 % из числа убежденных демократов отдали свои голоса за кандидата от Демократической партии.

К этому следует добавить, что подобная самоидентификация, будь-то республиканцем или демократом, как показали результаты исследования, закладывалась с детства: решающее влияние имел факт приверженности родителей к той или другой политической партии. Так, 79 % детей, родители которых идентифицировали себя в качестве сторонников Демократической партии, став избирателями, голосовали за кандидатов от этой партии. То же самое можно сказать и о детях, родители которых идентифицировали себя как республиканцы. Став взрослыми, эти дети отдавали свои голоса за кандидатов от Республиканской партии [15, Р. 77]. Ученые Мичиганского университета установили также, что данная идентификация является весьма устойчивой. Более того, она, как показали проведенные исследования, с возрастом усиливается.

Следует отметить, что степень влияния политической самоидентификации усиливается по мере роста у избирателей интереса к политике. Именно наиболее политизированные избиратели являются самыми преданными сторонниками Демократической или Республиканской партий в США.

Выявленная закономерность позволила ученым Мичиганского университета прийти к заключению о том, что выводы ученых Колумбийской школы обладают «ограниченным эффектом». Но эти выводы, тем не менее, следует учитывать при анализе электорального поведения избирателей.

Ученые из Мичиганского университета, в свою очередь, описали портрет так называемого среднего малополитизированного избирателя. Для него идентификация может рассматриваться как своеобразная марка, к которой он привязан и которая позволяет ему определять свою позицию и ориентироваться в политическом пространстве. Данная закономерность особенно сильно дает о себе знать в среде наименее политизированных граждан. При этом в данной среде самоидентификация избирателя становится, по сути дела, единственным ориентиром: «Подобно тому, как покупатель автомобиля ничего о нем не знает, кроме избранной им модели, избиратель, который знает, что он является либо республиканцем, либо демократом, действует в соответствии со своей самоидентификацией» [16, Р. 136].

Сказанное позволяет нам утверждать, что, несмотря на различие в подходе к анализу политического поведения избирателей ученых Колумбийского и Мичиганского университетов, выводы последних дополняют заключения первых. Можно утверждать следующее: сторонническая идентификация коррелирует с принадлежностью избирателей к той или иной социальной группе, а также к культуре, которой придерживается указанная социальная группа. Так, в США того времени, когда проводились исследования, члены этнических меньшинств, католики или члены профсоюзов идентифицировали себя в подавляющем большинстве с Демократической партией. И данная идентификация была сильнее выражена у тех американцев, которые идентифицировали себя с указанными социальными группами.

Выявленная закономерность свидетельствует об известной близости экологической и психосоциологической парадигм самоидентификации избирателей. Обе парадигмы дополняют друг друга. Как мы уже отмечали, первая из них настаивает на первостепенном влиянии на позицию избирателя его принадлежности к той или иной социальной группе, вторая же – делает очевидным способ того, каким образом влияние социального окружения избирателя осуществляется на субъективном уровне.

Отметим: обе эти парадигмы позволяют воспринимать электоральный акт как реальное проявление влияния социальных групп или устойчивых предпочтений, сложившихся на индивидуальном уровне. При этом

указанное влияние подтверждается от выборов к выборам. Это означает, что изменение электоральных позиций или предпочтений избирателей, согласно выводам ученых указанных американских университетов, носит ограниченный характер. И это изменение происходит в среде менее политизированных и менее интегрированных социально избирателей.

Начиная с 1960-х гг. парадигма Мичигана стала широко применяться в Европе, в частности во Франции. В этой стране было выявлено, что разделение на левых и правых среди избирателей идентично разделению американцев на сторонников Демократической и Республиканской партий. Французские избиратели, как и избиратели в США, делятся на две больших группы – сторонников левых и правых. А кроме этого, в рамках политического поля присутствует так называемое «болото», представленное малообразованными и малополитизированными гражданами, которые без особого труда способны преодолевать линию раздела на левых и правых [18].

Таким образом, первые подходы научного анализа политического поведения избирателей строились на основе детерминистских теорий. Эти подходы определялись тремя моделями. Первая из них – «контекстуальная» (или «экологическая»), как было показано, основана на учете влияния социальной среды и групп принадлежности в ходе электоральной мобилизации и ориентации. Вторая модель основывается на учете влияния социальных или демографических характеристик индивидов и их электоральных предпочтений. Данная модель позволила выявить влияние «тяжелых переменных» на электоральное решение избирателя. Третья модель, получившая наименование «парадигма Мичигана», выявляет влияние стороннической самоидентификации избирателей на результаты голосования.

Все эти модели анализа не противостоят друг другу. Правильнее, наверно, было бы сказать, что они как бы дополняют друг друга, особенно если нужно выявить отношения между социальными группами, к которым принадлежат избиратели, ментальными структурами (или «символическими системами»), политической идентичностью и электоральными предпочтениями.

1. Mayer N. (dir.) *Les modèles explicatifs de vote.* – P., 1997; Mayer N., Perrineau P. *Les comportements politiques.* – P., 1992; Matonti F. *Le comportement politique des Français.* – P., 1998; Mayer N. *Sociologie des comportements politiques.* – P., 2010.

2. Lancelot A. *Élections* // *Dictionnaire de la sociologie.* Encyclopedia Universalis. – P., 1998.

3. Siegfried A. *Tableau politique de la France de l'Ouest*. – P., 1913. Данная работа была переиздана во Франции в 1980 г.
4. Желтов М.В. *Региональный электорат (на примере Кузбасса)*. – Кемерово, 1998.
5. Cf. Dormagen J.-Y., Mouchard D. *Introduction à la sociologie politique*. – Bruxelles, 2008.
6. Mayer N. *Sociologie des comportements politiques*. – P., 2010.
7. Perrineau P. *La dynamique du vote Le Pen: le poids du «gaucholépénisme»* // P. Perrineau, C. Ysmal (dir.) *L'élection présidentielle de 1995*. – P., 1995.
8. *The People's Choice: How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*. – N.Y., 1944.
9. Katz E., Lazarsfeld P. *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*. – Glencoe, Free Press, 1955.
10. Миронюк М.Г. *Мир политической науки: учебник. В 2 кн. Кн. 2. Персоналии. Путеводитель по науч. биограф. и концепциям ста видных представителей полит. мысли /: под общ. ред. А.Ю. Мельвиля; Моск. Гос. ин-т междунар. отношений (МГИМО–Университет) МИД России*. – М., 2005. – С. 203 – 204.
11. Cf. Huckfeldt R., Sprague J. *Discussant Effects on Vote Choice: Intimacy, Structure, and Interdependence* // *Journal of Politics*. – № 53. – 1991; Braconnier C., Dormagen J.-Y. *La démocratie de l'abstention. Aux origines de la démobilisation électorale en milieu populaire*. – P., 2007.
12. Goguel F. *Chroniques électorales: les scrutins politiques en France de 1945 à nos jours*. – P., 1983. 1. *La Quatrième République*. – P., 1981; 2. *La Cinquième République de Général de Gaulle*. – P., 1983.; 3. *La Cinquième République après De Gaulle*. – P., 1983.
13. Goguel F. *Géographie des élections françaises de 1870 à 1951*. – P., 1951 (2-е издание: *Géographie des élections françaises sous la Troisième et la Quatrième République*. – P., 1970, – P. 178).
14. Berelson B., Lazarsfeld P., McPhee W. *Voting*. – Chicago, 1954. – P. 73.
15. Mayer N. *Sociologie des comportements politiques*. – P. 83.
16. Cf. Campbell A., Converse P., Miller W., Stokes D. *The American voter*. – New York, 1960.
17. Boy D., Mayer N. (dir.) (Д. Буа и Н. Мейер) *L'électeur a ses raisons*. – P., 1997. – P. 77.
18. Cf. Deutsch E., Lindon D., Weil P. *Les familles politiques en France*. – P., 1966.