

На правах рукописи

Иваненко Кристина Александровна

**ДИНАМИКА ВЗАИМОСВЯЗИ
УСТАНОВОК ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ И
ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ**

Специальность 19.00.05 – социальная психология

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата психологических наук

Москва-2013

Работа выполнена на кафедре акмеологии и психологии профессиональной деятельности Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Научный руководитель:

доктор психологических наук, профессор
Герасимов Вячеслав Михайлович

Официальные оппоненты:

доктор психологических наук, профессор,
лауреат премий Президента РФ в области образования
Лаптев Леонид Григорьевич

кандидат психологических наук
Антиперович Елена Геннадьевна

Ведущая организация: НОУ ВПО «Сергиево-Посадский гуманитарный институт»

Защита состоится 14 ноября 2013 г. в 12 часов на заседании диссертационного совета Д-504.001.31 в ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» по адресу: 119606, Москва, пр-т Вернадского, д. 84, корп. 1, зал Ученого совета

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке РАНХиГС при Президенте Российской Федерации

Автореферат разослан 14 октября 2013 г.

**Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор психологических наук**

В.Г. Асеев

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования определяется научным и практическим значением выявления взаимосвязи установок общественного мнения и электорального поведения, раскрытия особенностей социально-психологического влияния оценок и ценностей общественного мнения на участие граждан в волеизъявлении.

В последние годы прослеживается тенденция снижения электоральной активности граждан в ряде стран мира. Все большее распространение 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 способ волеизъявления большинства, а скорее, цитируя А.Н. Бердяева, «механическое суммирование воли ничтожной кучки современников».

Для активизации электорального поведения в ряде стран мира прибегают либо к фасилитации процесса голосования и поощрению электоральной активности, либо к наказанию за электоральную пассивность.

Усиливающаяся тенденция снижения электоральной активности, превращения абсентеизма в массовое явление на фоне повышения митингово-демонстрационной активности граждан актуализирует задачу поиска социально-психологических факторов стимулирования волеизъявления граждан. В имеющихся теоретических и прикладных исследованиях социальной психологии этот вопрос не получает достаточного объяснения.

Таким образом, актуальность и значимость исследования взаимосвязи установок общественного мнения и электорального поведения имеет существенное значение как для теории и практики социальной психологии, так и для обеспечения заложенных в Конституции Российской Федерации норм правового демократического государства, где воля народа, его волеизъявление являются основой публичной власти.

Состояние научной разработанности проблемы. В научной литературе имеется значительное количество работ, посвященных электоральному поведению, а также социально-психологическим характеристикам общественного мнения.

Исследованию электорального поведения посвящены работы зарубежных исследователей: Т. Адорно, Б. Берельсона, Э. Даунса, А. Зигфрида, А. Кэмпбелла, П.Ф. Лазарсфельда, С.М. Липсета, У. Миллера, С. Роккана, М. Фиорина, и др., а также отечественных: А.С. Ахременко, Г.П. Артемова, А.А. Баранова, Г.В. Голосова, Л.Я. Гозмана, Д.В. Гончарова, А.Р. Кудашева, Л.Г.

Лаптева, Е.Ю. Мелешкиной, Е.Г. Морозовой, В.А. Петровского, В.В. Федорова и др.

Общественное мнение исследуется в работах зарубежных ученых: Г. Блумера, П. Бурдые, М. Вебера, Э. Гуссерля, Э. Дюркгейма, Г. Лебона, У. Липпмана, Н. Лумана, Р. Мертона, С. Московичи, Э. Ноэль-Нойман, Г. Тарда, А. Шюц и др.

В отечественной научной мысли общественному мнению посвящены работы С.А. Анисимова, В.Э. Бойкова, Д.П. Гавры, В.М. Герасимова, М.К. Горшкова, Б.А. Грушина, Н.И. Лапина, А.А. Ослона, Р.А. Сафарова, А.А. Тарасенко, Ж.Т. Тощенко, А.К. Уледова, В.А. Ядова и др.

Специфика социально-психологического и акмеологического воздействия на поведение освещается в трудах Г.М. Андреевой, А.А. Бодалева, Л.С. Выготского, А.А. Деркача, Н.В. Кузьминой, А.Н. Леонтьева, С.Л. Рубинштейна, а также в трудах зарубежных ученых. В ходе научных исследований выявлено влияние на электоральное поведение гендерного фактора (К.Л. Шлоцман, Н.Бернс, С. Верба), возраста (М. Тернер, Дж. Шарп), образования (С. Тенн), семейного положения (Л. Стокер, М.К. Дженнингз), уровня дохода (С. Розенстоун) должностного статуса избирателя (Р. Собел), рекламы (К. Гольдштейн, П. Фридман), предвыборной агитации (Д.П. Грин, А. Гербер), групповой солидарности (С. Толлсон-Райнхарт).

В то же время вне научного анализа остаются вопросы о том, как складываются и влияют установки общественного мнения, их совокупность на волеизъявление граждан, на решение об участии или неучастии в выборах, какова связь общественного мнения с абсентеизмом, аполитичностью, псевдоучастием в выборах, митинговыми протестными акциями и др.

Цель исследования — выявить взаимосвязь установок общественного мнения и электорального поведения, раскрыть ее особенности и динамику.

Объект исследования — общественное мнение как социально-психологический фактор, система ценностных и оценочных суждений, мотивов, воздействующих на электоральное поведение.

Предмет исследования — динамика взаимосвязи установок общественного мнения и электорального поведения.

Гипотезы исследования

1. Общественное мнение как субъект ценностных ориентаций, установок, мотивов, предпочтений оказывает противоречивое, многоаспектное, разнонаправленное влияние на электоральное поведение, волеизъявление граждан, на участие или неучастие в выборах.

2. Степень и направленность социально-психологического воздействия общественного мнения на электоральное поведение и волеизъявление граждан

определяется системой доминирующих ценностных ориентаций и оценочных суждений, содержащихся в нем.

Задачи исследования

1. Обобщить теоретические подходы, уточнить научно-методологическую основу исследования электорального поведения.
2. Раскрыть сущность общественного мнения как социально-психологического фактора электорального поведения.
3. Выявить степень влияния оценки общественным мнением качества государственных институтов и уровня доверия политической системе на электоральное поведение.
4. Раскрыть взаимосвязь ценностных ориентаций общественного мнения и электоральной активности граждан.
5. Определить степень влияния на электоральное поведение интереса к политике и политической вовлеченности граждан.
6. Сформулировать практические рекомендации по стимулированию политического волеизъявления избирателей, повышению электоральной активности.

Теоретико-методологическую основу исследования составили: положения культурно-исторического и деятельностного подходов (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, А.В. Петровский и др.), достижения акмеологии (О.С. Анисимов, А.А. Бодалев, А.А. Деркач, В.Г. Зазыкин и др.), постулаты гештальтпсихологии (М. Вертгеймер, К. Коффка и др.), идеи теории социального познания (Г.М. Андреева, А.Н. Сухов и др.), положения теорий коллективного поведения (Г. Блумер, В. Вунд, М. Лазарус, Г. Лебона, У. Липпман, Г. Тард) и теорий социально-психологического воздействия (И.В. Вачков, Ю.Н. Емельянов), учение об установке (Д.Н. Узнадзе).

В основе настоящего исследования лежат выводы А.А. Бодалева о том, что регулятивная функция социальной перцепции оказывает непосредственное влияние на поведение; идея Р.К. Мертоня о возникновении социальных девиаций из-за диссонанса социальных ценностей и возможностей их достижения; положение С.Л. Рубинштейна о том, что «ошибочно думать, что оценка снабжена лишь положительным или отрицательным знаком».

Диссертационное исследование опирается на методологические принципы системности, целостности, развития, а также принципы континуальности, антиципации, субъектности.

Методы исследования. Работа основывается на общенаучных и эмпирических методах научного познания. В основу исследования положены сравнительно-сопоставительный, корреляционный и регрессионный анализ, контент-анализ и дискурс-анализ, метод контрастных групп, факторный анализ, обобщение, наблюдение, индивидуальное собеседование, экспертное интервью,

опросные методы и другие общенаучные средства познания, а также конкретные методики социально-психологического исследования и интерпретации полученных результатов. Обработка и анализ результатов осуществлялись методами математической статистики.

Эмпирическую базу исследования составили отечественные и зарубежные базы данных, материалы опросов участников выборов и митингов, данные экспертных интервью, результаты включенного наблюдения автора. В качестве основных источников информации для межстранового анализа установок общественного мнения использовались данные Международного института демократии — IDEA, Европейского социального обследования — ESS (выборку составляют 50 000 респондентов из 27 стран Европы и 2300 респондентов из России), а также показатели WGI, рассчитываемые Всемирным банком, охватывающие 185 стран мира.

Для анализа внутристрановой динамики установок общественного мнения в работе используются данные опросов 1991—2012 годов Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Левада-центра, фонда «Общественное мнение» (ФОМ). Общий объем выборки составляет 1600 респондентов.

Сведения о явке избирателей на выборы федерального уровня с 1991 года по запросу автора предоставлены Центральной избирательной комиссией Российской Федерации (ЦИК России). В анализе использованы материалы научных и общественно-политических журналов, электронных средств массовой информации.

Объем выборки полевого исследования, проведенного лично автором, составил 317 человек (290 респондентов — участники митингов, 236 из которых участвовали в выборах, 27 респондентов — сотрудники ОМОН и других органов безопасности).

Основные научные результаты, полученные лично соискателем, и их научная новизна

Обобщены теоретико-методологические подходы, результаты многочисленных исследований, представлен механизм селективного социально-психологического восприятия избирателями оценочных и ценностных установок, содержащихся в общественном мнении; предложена концептуальная объяснительная модель электорального поведения.

Раскрыта сущность общественного мнения как социально-психологического феномена, продуцирующего оценочные и ценностные установки, влияющие на действия, поступки, поведение людей. Представлены типичные характеристики содержания общественного мнения. В их числе оценочные суждения об эффективности государственного управления, уровне доверия политическим институтам и политическим силам, а также ценностные

суждения, касающиеся принципов справедливости, свободы, равенства, толерантности, уважения к закону, принципов демократии. Раскрыт социально-психологический механизм функционирования общественного мнения, заключающийся в интериоризации оценочных и ценностных суждений общественного мнения избирателем и их реализации в виде индивидуальной политической позиции и, как следствие, поведенческого акта.

Выявлено, что взаимосвязь оценочных установок общественного мнения о качестве государственных институтов власти и электоральной активности избирателей носит характер параболической кривой. Самая низкая активность электората наблюдается при оценке общественным мнением качества институтов государственной власти на уровне несколько ниже среднего. Наивысшие показатели электоральной активности выявлены при минимальном и максимальном качестве государственного управления.

Определено, что степень взаимосвязи активности электорального поведения и оценочных установок общественного мнения в отношении доверия политической системе и институту выборов возрастает при росте положительных оценок. Выявлено, что доверие общественного мнения государственным институтам вносит более существенный вклад в формирование установки на участие в выборах, нежели доверие отдельным политическим силам. Также показано, что компетентность установок общественного мнения к институту выборов, процедуре их проведения, восприятию выборов как равных, честных и конкурентных, как действенного инструмента демократического общества является важным социально-психологическим фактором волеизъявления.

Выявлена сильная взаимосвязь ценностных ориентаций общественного мнения и электоральной активности. Повышение в общественном мнении значимости ценностных установок в отношении толерантности, равенства, свободы, законности находит свое прямое выражение в росте электоральной активности. Раскрыт нелинейный характер влияния ценностных ориентаций общественного мнения о принципах демократии на электоральную активность. Доминирование в общественном мнении нестереотипных, рефлексивных ценностных установок к демократии, адекватное понимание ее функционирования повышает осознанность электорального поведения.

Установлено, что абсентеизм напрямую связан с отсутствием интереса к политике, в то время как активное электоральное поведение не обязательно детерминировано наличием данного интереса. Выявлено, что разные виды вовлеченности граждан в политический процесс по-разному влияют на электоральную активность. Внесистемная политическая активность оказывает существенное воздействие на формирование установок общественного мнения, актуализируя значимость политической проблематики в обществе, влияет на

электоральное решение не только граждан, активно участвующих в политической жизни страны, но и на позицию невовлеченной части общественности.

Положения, выносимые на защиту

Современные теории электорального поведения представляют собой моноидеи, в основу каждой из которых положен один из многочисленных факторов, оказывающих влияние на установку граждан участвовать или не участвовать в выборах органов власти и местного самоуправления. При всей своей значимости данные подходы не обладают универсальной всеобщностью, исторической вневременной силой. Такими интегративными характеристиками обладает общественное мнение как социально-психологический фактор, в составе которого присутствует все многообразие оценочных и ценностных установок, влияющих на электоральное поведение.

Общественное мнение является не только индикатором состояния общества, но и регулятором тех процессов, которые в нем происходят. В силу неоднородности, поляризованности и политизированности общественное мнение оказывает многоаспектное, разнонаправленное влияние на электоральное поведение граждан. Социально-психологическое воздействие на электоральное поведение происходит посредством оценочных и ценностных установок общественного мнения. Их влияние на волеизъявление избирателя в ходе выборов является итогом сложного взаимодействия психолого-акмеологических, социально-психологических факторов, опосредуемых индивидуальными ценностными установками и ориентациями избирателей.

На электоральную активность граждан существенно влияет оценка общественным мнением эффективности правительства, качества государственного регулирования, политической стабильности, степени открытости и подотчетности государства, верховенства права, контроля коррупции. Большое значение имеют установки общественного мнения, связанные с доверием парламенту, политикам и политическим партиям, а также самому институту выборов. Важным социально-психологическим фактором активности избирателей является значимость для общественного мнения таких ценностей, как равенство возможностей, толерантность по отношению к другим, самостоятельность в принятии решений, необходимость соблюдения закона.

Взаимосвязь уровня доверия общественного мнения политической системе и электоральной активности граждан проявляется в эмоциональной и рациональной оценочной сферах, отражающих противоречивое единство социальной ситуации и поведенческого акта.

Оценка общественным мнением института выборов оказывает сложновыраженное влияние на электоральное поведение граждан. Эмотивный, когнитивный и конативный компоненты общественного мнения воздействуют на

электоральное поведение в первую очередь граждан, убежденных в ответственности и компетентности политических институтов. Оценка общественным мнением качества государственных институтов формирует в обществе определенный уровень доверия политическим силам, политической и правовой системам, а также самой процедуре выборов.

Особенностью взаимосвязи ценностных ориентаций общественного мнения и электоральной активности граждан является селективность восприятия и поведения. Селективность социального восприятия избирателями ценностных установок общественного мнения отражается в различных вариантах электорального поведения. Изменение в содержании общественного мнения приводит к изменению вектора его воздействия на развитие электорального поведения, к качественному росту индивидуального и массового сознания.

Ценностные ориентации общественного мнения, связанные с принципами демократии, оказывают влияние на электоральную активность граждан, встраиваясь в индивидуальную ценностную систему посредством интериоризации. Наиболее существенное воздействие на волеизъявление граждан оказывают ценностные ориентации общественного мнения по отношению к толерантности, свободе, равенству, независимости, закону и законности, гражданским свободам, гражданскому долгу. Доминирование этих ценностей в общественном мнении способствует росту активности электората, направленной на реализацию права свободного выбора. Значительное разнонаправленное влияние на электоральное поведение граждан оказывает политический интерес как особый вид ценностной ориентации общественного мнения.

Взаимосвязь выраженности оценочных и ценностных установок общественного мнения и электоральной активности носит нелинейный характер, предполагает существование неких оптимумов. При этом оценочный компонент общественного мнения оказывает более выраженное влияние на волеизъявление граждан, нежели ценностный, поскольку более непосредственно связан с воплощением установок в поведении.

Степень воздействия общественного мнения на электоральное поведение связана с оценкой населением эффективности деятельности представительной власти, моральных, нравственных и деловых качеств выборных лиц, степени подотчетности обществу выборных органов и самих парламентариев, а также исторической памяти. Эффективное воздействие общественного мнения на электоральную активность возникает тогда, когда установки на участие в выборах подкреплены действенной оценкой демократии, свободы слова, прозрачности, ответственности.

Надежность и достоверность результатов исследования обеспечивались исходными методологическими установками исследования, системой

общеметодологических принципов, применением апробированного валидного инструментария, верификацией полученных результатов, статистически значимыми единицами измерения, математической обработкой сопоставимых данных.

Теоретическая значимость результатов исследования состоит в разработке теоретико-методологических подходов исследования взаимосвязи ценностных и оценочных установок общественного мнения с электоральным поведением граждан, позволивших включить отдельные идеи детерминированности электорального поведения (рационального, эгоцентричного, социотронного, адаптивного, ангажированного, перспективного и др.) в общую конструкцию описания изучаемого явления; реализации системного, деятельностного подходов как алгоритмов исследования динамики волеизъявления граждан, электорального поведения, детерминированного социально-психологическим воздействием общественного мнения; в выявлении совокупности факторов, оценка которых в общественном мнении влияет на уровень электоральной активности.

Практическая значимость результатов исследования. Результаты исследования могут использоваться при мониторинге взаимосвязи установок общественного мнения и электорального поведения, решении задач повышения активности граждан в демократических процедурах волеизъявления, развития электорального поведения, участия избирателей в выборах публичных органов власти и местного самоуправления.

Основные положения диссертации могут быть учтены при выработке и реализации государственной политики в сфере отношений власти и общества, при подготовке законодательных актов, определяющих систему мер, направленных на повышение активности участия граждан в выборах, при разработке стратегий социальной рекламы и других видов массовой коммуникации, направленных на повышение политической культуры и электоральной активности граждан. Результаты исследования могут быть использованы в преподавательской работе для подготовки курсов по теории общественного мнения и электорального поведения.

Апробация и внедрение результатов исследования. Диссертация обсуждалась на заседаниях проблемных групп и кафедры акмеологии и психологии профессиональной деятельности РАНХиГС при Президенте РФ. Теоретические положения и практические рекомендации диссертационного исследования, результаты конкретных исследований динамики взаимосвязи общественного мнения и электорального поведения докладывались на научно-практических конференциях, форумах и методологических семинарах.

Основные положения и выводы исследования содержатся в информационно-аналитических материалах, подготовленных с участием автора,

в двадцати одной публикации общим объемом 7,2 п. л., в том числе в десяти журналах, рекомендованных ВАК России и двух зарубежных журналах, входящих в международные базы цитирования Scopus и Web of Knowledge. Материалы диссертационного исследования использованы автором при создании и проведении цикла лекций «О феномене общественного мнения», спецкурсов «Психология электоральной активности граждан» и «Психология управленческой деятельности», серии мастер-классов «Общественное мнение в технологиях краудсорсинга».

Структура диссертации определяется целью, задачами и логикой исследования научной проблемы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении дается общая характеристика работы, обосновывается актуальность, научное и практическое значение темы исследования, раскрывается степень разработанности проблемы в социальной психологии. Формулируются цель, задачи и гипотезы исследования, приводится его теоретико-методологическая и эмпирическая база; представлены положения, выносимые на защиту, обосновывается научная новизна и практическая значимость диссертации.

В первой главе «Теоретико-методологические основы исследования взаимосвязи установок общественного мнения и электорального поведения граждан» в рамках социальной психологии на основе анализа научных идей, теорий, подходов формулируются исходные положения, представляющие собой научную парадигму диссертационной работы.

В параграфе 1.1 «Социально-психологические теории и методология описания электорального поведения» отмечается, что электоральное поведение как полидетерминированное явление служит предметом описания значительного числа теорий с присущей им методологией.

Существующие в настоящее время многочисленные теории электорального поведения можно сгруппировать в три основных течения. Первое представлено концепциями «рационального выбора», согласно которым люди действуют, руководствуясь в основном собственным интересом, расчетом, выгодой. Модели второй группы, социологические, ставят акцент на солидарность со своей социальной группой. В третьей группе социально-психологических теорий в качестве основной детерминанты участия или неучастия в выборах предлагается рассматривать политические симпатии к определенной партии или лидеру, сформированные в семье.

В рамках первого направления выделяется модель рационального избирателя, созданная Э. Даунсом. Согласно представлениям Даунса, «каждый

гражданин голосует за ту партию, которая, по его мнению, предоставит ему больше выгод, чем любая другая». Еще одна концепция связана с именем М. Фиорина. Развивая идеи Даунса, М. Фиорин создал концепцию ретроспективного голосования, которая исходит из того, что тот или иной выбор избирателя основан на оценке прошлой деятельности политической силы. В свою очередь, в модели перспективного голосования Х. Химмельвейта избиратель в своем выборе исходит из конкретных проблем и предложений политических сил по их разрешению. Концепция экономического голосования предполагает, что в основе электорального выбора лежит оценка избирателем успехов в экономической сфере.

Второе направление объединяет социологические теории, авторами которых являются П. Лазарсфельд, Б. Берельсон. Они отталкиваются от того, что основным детерминирующим фактором электорального поведения является социальная среда и социальный статус избирателя. В исследованиях этой школы, первые из которых проводились Колумбийским университетом США, было выявлено, например, что пол, возраст, расовая, этническая и социально-классовая принадлежность граждан, религиозные убеждения, уровень доходов, место проживания избирателей существенно влияют не только на явку, но и на политические предпочтения избирателей.

Третий подход к исследованию детерминации электорального поведения представлен социально-психологической концепцией, основателями которой стали известные представители мичиганской школы Р. Кан и А. Кэмпбелл. В качестве ключевых факторов электорального поведения в рамках данного направления рассматриваются партийная идентификация избирателя, отношение к текущим общественным событиям, эмоциональное отношение к политическим партиям и кандидатам. Особенно важным в передаче политических установок сторонники теории считают канал родительского влияния. В качестве методологической модели исследования электорального поведения мичиганская школа предлагает «воронку причинности».

Характерной особенностью перечисленных теорий электорального поведения является то, что они по-разному проявляют себя в различных странах. Данные теории, модели, методологические подходы не являются универсальными, не характеризуются способностью описывать явления вне зависимости от географических и временных лагов. Вместе с тем в основе вышеперечисленных подходов лежат оценки и ценности, которые наиболее ярко проявляются в общественном мнении.

В параграфе 1.2 «Общественное мнение как социально-психологический транслятор оценочных и ценностных установок» раскрываются основополагающие характеристики данного явления. Исходной характеристикой общественного мнения выступают положения о его статусе и роли в жизни

общества и государства. В их числе утверждения древних элитов о том, что «над всем царит мнение», французских материалистов, что «общественное мнение правит миром». Важной характеристикой общественного мнения является его психологическое воздействие на общество. Ученые характеризовали общественное мнение «как инструмент социального управления массами» (Платон) и одновременно, как инструмент «воздействия масс на правительство» и источник правовых норм (Протагор). Д. Юм, Д. Солсбери и др. отмечали, что «и правительство, и народ в своем поведении опираются на общественное мнение».

Связывая общественное мнение с поведением, классик английской философии Томас Гоббс отмечал, что «действия, поступки, поведение людей обусловлены мнениями». В свою очередь Элизабет Ноэль-Нойман обращала внимание на то, что ожидаемое поведение — это одна из форм внешнего проявления общественного мнения.

Базовой характеристикой общественного мнения является его функция по трансляции общественного опыта, стереотипов и правил поведения. Социальный психолог Г. Оллпорт основным выражением общественного мнения считал «главным образом способ поведения».

Обобщающей характеристикой общественного мнения выступает его свойство быть концентрированным выражением политических устремлений, интересов, потребностей, чувств и переживаний, настроения, поведенческих установок значительного числа людей. Общественное мнение как способ получения информации об окружающем мире, как институт социализации является особым инструментом адаптации человека к особенностям социальной среды. Общественное мнение, как правило, всегда поляризовано, неоднородно, плюралистично. В общественном мнении содержится многомерная зависимость и противоречивое единство ценностных ориентаций, оценки социальной ситуации и поведенческого акта.

Оценочные суждения как компонент общественного мнения могут быть мобильными. Под воздействием новых обстоятельств возможно быстрое изменение оценки (Г.М. Андреева). Положительно окрашенные или связанные с положительной оценкой факты усиливают поведенческую реакцию; отрицательные — запускают механизмы психологической защиты.

Помимо оценок в содержании общественного мнения присутствуют 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: «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 сферу человеческих чувств, так и разума.

Для общественного мнения характерно соединение в единое целое знания и веры, рационального и эмоционального, нравов и чувств, а также общечеловеческих ценностей. В общественном мнении имеются «принципы справедливости, подлинное содержание и результат всего государственного строя» (Г. Гегель). В целом общественное мнение можно охарактеризовать как социально-психологическое явление, обладающее двойственной природой (рациональный и эмоциональный компонент); функциональной направленностью (гносеологической и социально-психологической), особыми уровнями самовыражения (ценностное суждение, позиция, побудительный мотив, поведенческий акт). Посредством ценностных ориентаций и оценочных суждений общественное мнение оказывает социально-психологическое воздействие на электоральное поведение.

Установки общественного мнения, представляя собой гештальты, являются целостными, не сводимыми к сумме своих частей образованиями. Структура аттитюда как социальной установки общественного мнения включает эмотивный, когнитивный и конативный компоненты (М.Б. Смит, Г. Оллпорт). Посредством установок общественного мнения происходит социальная адаптация, формирование личностных стратегий поведения. Социальная установка общественного мнения предстает в форме отрефлексированных суждений, оценок, ценностей. Как система оценочных суждений и ценностных установок, общественное мнение настраивает индивидов на определенный тип поведения.

Во второй главе «Влияние оценочных установок общественного мнения на электоральное поведение» изучается взаимосвязь электоральной активности избирателей с оценкой общественным мнением качества государственных институтов, уровнем доверия к политической системе, оценкой института выборов. Зависимой переменной является активность электората, операционализируемая через процент явки на выборы.

В параграфе 2.1 «Взаимосвязь оценки общественным мнением качества государственных институтов с электоральной активностью» проводится межстрановое сравнение оценки общественным мнением шести основных показателей качества государственного управления: эффективности правительства, открытости и подотчетности государственной власти, уровня регулирования, политической стабильности, контроля коррупции, верховенства права, исследуется их влияние на электоральное поведение. Значение каждого показателя представляет собой индекс, построенный на основании данных от десяти до двадцати источников.

Регрессионный и корреляционный анализы показывают, что установки общественного мнения по оценке качества государственных институтов значительно влияют на электоральную активность граждан. Данная зависимость описывается U-образной кривой. Самый низкий уровень активности электората наблюдается при оценке общественным мнением качества государственных институтов на уровне 20—40 перцентиля. После 40-го перцентиля функция принимает характер возрастающей.

Из шести параметров качества государственного управления наиболее существенное влияние на явку оказывает оценка общественным мнением эффективности правительства — 24% от вклада всех рассматриваемых переменных (рис. 1). Характер зависимости приближен к линейному: чем выше общественное мнение оценивает качество предоставляемых государственных услуг и степень независимости государственной службы от политического лоббизма, тем выше мотивация электората участвовать в голосовании.



Рисунок 1. Степень влияния на электоральную активность оценочных установок общественного мнения в отношении качества государственных институтов

На втором месте по степени влияния на явку находится индекс *верховенства права* (относительная важность в детерминации электоральной активности — 22%, коэффициент корреляции равен 0,63). Следующей по относительному уровню влияния на явку является оценка общественным мнением способности государства принимать эффективные меры по борьбе с коррупцией (18% от вклада всех шести показателей WGI). Представления граждан о коррумпированности институтов власти стимулируют распространение в общественном мнении абсентеистских установок. Что касается воздействия переменной «уровень открытости и подотчетности

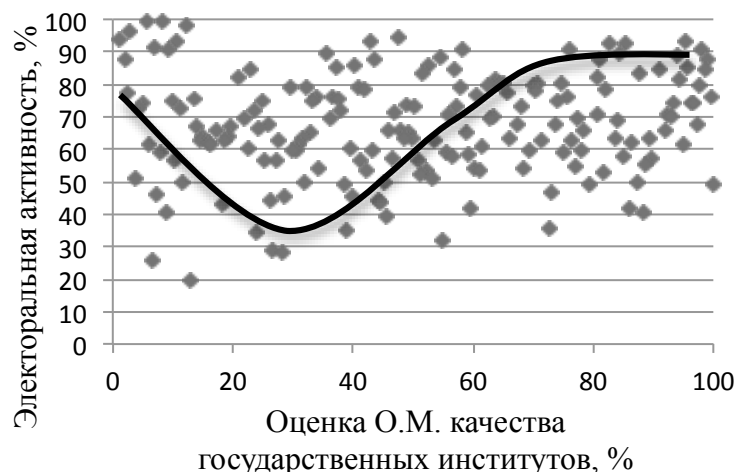
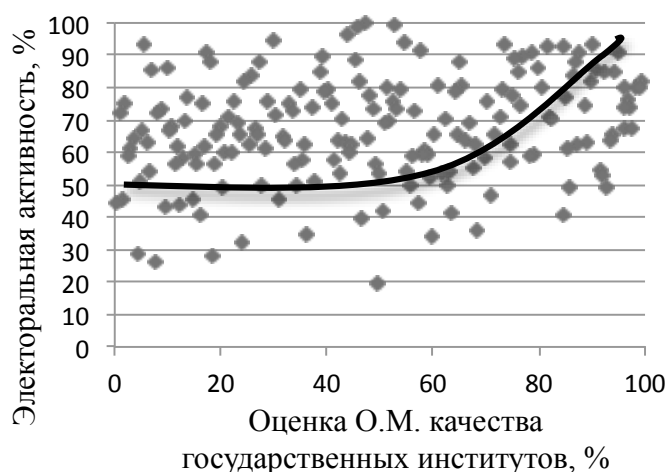
государства» на электоральную активность, линия тренда близка к форме параболы. Показатели явки на выборы очень высоки как в странах с минимальным уровнем подотчетности государства, так и в государствах с высокой степенью открытости и ответственностью перед обществом.

По результатам проведенного исследования нами было выделено три основных типа взаимосвязи установок общественного мнения по оценке качества институтов государственной власти и электоральной активности граждан (рис. 2).

Типы взаимосвязи электоральной активности и оценочных установок общественного мнения в отношении:

А) эффективности правительства и контроля коррупции

Б) верховенства права, открытости и подотчетности государства



В) политической стабильности и качества государственного регулирования

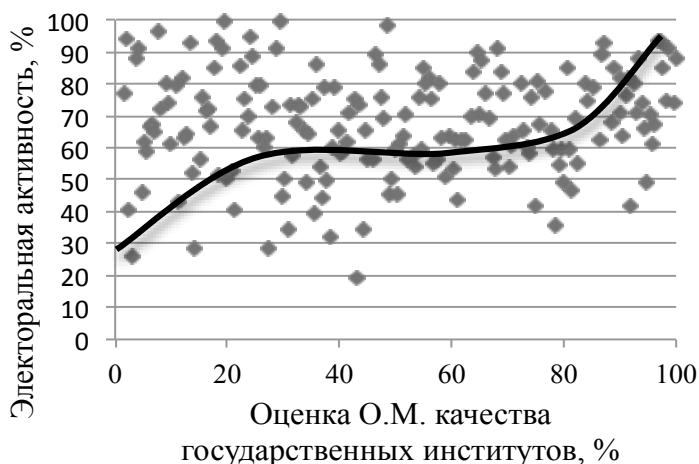


Рисунок 2. Взаимосвязь установок общественного мнения по оценке качества государственных институтов и электоральной активности

В параграфе 2.2 «Взаимосвязь электоральной активности граждан с уровнем доверия общественного мнения политической системе и институту выборов» отмечается, что уровень доверия представительным органам власти, политикам и политическим партиям является одним из решающих социально-психологических факторов, оказывающих существенное влияние на решение об участии или неучастии в выборах и на электоральное поведение граждан.

Общая тенденция взаимосвязи такова, что в странах с более высоким уровнем доверия к власти мотивация участия в выборах сильнее и явка на выборы значительно выше. Россия по данному показателю занимает срединное положение среди исследуемых стран, наряду с Ирландией, Израилем, Францией. Очень низким является процент абсентеизма среди россиян, чей уровень доверия поднимается выше 6 баллов из 11 возможных.

В результате исследования было установлено, что доверие общественного мнения государственным институтам вносит более существенный вклад в формирование установки на участие в выборах, нежели доверие отдельным политическим силам — политикам и партиям. Доверие парламенту и судебной-правовой системе создает у гражданина мотивацию участия в выборах даже при невысоком доверии к отдельным участникам политической арены. Обратная же ситуация (недоверие ко всей системе, сопровождающееся симпатией к конкретным политическим фигурам) является прямой предпосылкой абсентеизма.

В этой закономерности выявлены некоторые особенности. Так, степень доверия государственным структурам и политическим силам имеет оптимумы — уровни доверия, при которых мотивация избирателя участвовать в голосовании максимальна и показатели абсентеизма минимальны. В России в отношении к Государственной Думе выявлено два оптимума — показатели доверия на уровне 7 и 9 баллов по 11-балльной шкале. В отношении к политикам и политическим партиям оптимальным условием электоральной активности является доверие на уровне 8 и 10 баллов из 11, к судебной-правовой системе — 10 баллов. Среди респондентов этих групп явка достигает 80%.

В группах респондентов, выражающих тотальное доверие к перечисленным субъектам общественно-политической жизни, обнаружен феномен понижения электорального потенциала — при полном доверии снижается желание действовать и что-то менять, происходит снятие с себя ответственности и перекалывание ее на объект доверия, повышается относительная доля абсентеизма. Эта закономерность проявляется почти повсеместно.

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 сословия, 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 граждан. Среди избирателей, имеющих такой опыт, уровень явки на выборы существенно выше, чем среди прочих граждан. В результате исследования выявлено, что личный контакт повышает вероятность участия в выборах в среднем в два раза. Восприятие общественным мнением представительной власти как партнера населения, имеющего с ним схожие ценности, формирует положительную установку на участие в выборах. Если выборные органы власти воспринимаются гражданами в качестве надежных, профессиональных представителей интересов избирателей, пользуются в общественном мнении доверием, ассоциируются с приверженностью народным ценностям, открытостью, подотчетностью, то граждане выражают большее желание участвовать в выборах.

Кроме того, результаты исследования показывают, что компетентность установок общественного мнения в отношении института выборов, процедуры их проведения, восприятие выборов, как равных, честных и конкурентных, как действенного инструмента демократического общества является важным социально-психологическим фактором волеизъявления.

Процент явки на выборы значительно выше среди граждан, которые воспринимают участие в голосовании как свой гражданский долг. 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%.

Существование в общественном мнении установки на неэффективность института выборов является устойчивой тенденцией на протяжении многих лет (ее распространенность порядка 51%). Но только в 2011—2012 годах выраженность ее, достигнув некоего критического предела, перевела общественное мнение в активную фазу — в волну протестных движений и митингов «За честные выборы», прокатившихся по всей России. По результатам проведенного автором исследования выявлено, что прошедшие массовые мероприятия внесли большой вклад в трансформацию установок общественного мнения об институте выборов. Они привлекли внимание общественности к проблемам института выборов в России, обострили значимость политической

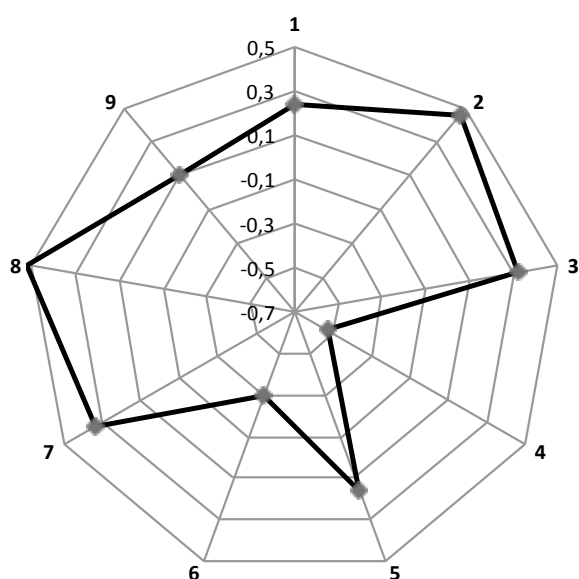
проблематики в общественном мнении, запустили в обществе и во властных кругах процесс рефлексии о потенциале гражданской активности.

В рамках данной главы также проводится анализ опыта разных стран мира, где законодательной системой предполагается обязательное участие граждан в процедуре голосования, на основе чего сделаны выводы о потенциале введения подобных мер в России.

В третьей главе «Влияние ценностных установок общественного мнения на электоральное поведение избирателей» выявляется взаимосвязь ценностных ориентаций общественного мнения, касающихся демократии, равенства, толерантности, независимости с волеизъявлением граждан; исследуется влияние на электоральное поведение политического интереса как атрибута общественного мнения.

В параграфе 3.1 «Воздействие ценностных ориентаций, доминирующих в общественном мнении, на решение граждан участвовать в выборах» отмечается, что влияние ценностных установок общественного мнения на электоральную активность не является прямым, а опосредуется индивидуальной системой ценностей избирателей.

В исследовании выявлено, что из значительного спектра ценностных ориентаций, существующих в общественном мнении, наиболее существенное воздействие на электоральную активность граждан оказывают ценности толерантности (операционализируется в исследовании через утверждение «важно выслушивать мнения 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»), а так же ценностные ориентации общественного мнения по отношению к равенству, порядку и правилам, жизненным приоритетам (рис. 3).



Показатели корреляции электоральной активности и ценностных установок общественного мнения:

- 1 — Равенство
- 2 — Толерантность и принятие**
- 3 — Самостоятельность в принятии решений
- 4 — Законопослушность*
- 5 — Соблюдение правил
- 6 — Следование традициям
- 7 — Поступать порядочно — значит иногда нарушать закон
- 8 — Получение удовольствия от жизни*
- 9 — Хорошее времяпровождение

*Корреляция статистически значима на уровне $p < 0,05$ (**), $p < 0,01$ (*)*

Рисунок 3. Степень влияния на электоральную активность ценностных установок общественного мнения

Высокая значимость этих ценностных установок в общественном мнении находит свое выражение на поведенческом уровне, проявляясь в высокой активности электората. Однако для общей тенденции имеются исключения — страны, в которых существует расхождение ценностных установок и реального поведения граждан. Среди них, например, Швейцария, в которой при колоссальной значимости для общественного мнения ценностей демократии (около 80% граждан считают их приоритетными) один из самых низких в Европе уровней явки на выборы (менее 50%).

Социально-психологические механизмы влияния каждой ценностной установки на волеизъявление избирателя имеют свои особенности. Среди избирателей, считающих для себя крайне важным понимать и принимать других людей, электоральная активность значительно выше, чем среди граждан, не считающих толерантность ценностью. В группе респондентов с высокой значимостью этого показателя процент явки достигает 72,6% в Европе, 70% в России. Из граждан, вовсе не разделяющих ценность принятия, только 63,3% и 47% соответственно посещают избирательные участки.

Значимость для избирателя таких ценностей, как равенство возможностей и равенство всех перед законом, в Европе почти не отражается на электоральной активности. В России же среди граждан, убежденных в принципе равенства, в голосовании участвуют около 70%. Из людей, не разделяющих этой ценности — только 55%.

Особый интерес представляет социально-психологический механизм влияния на явку такой ценности, как самостоятельность в принятии решений, стремление быть свободным и не зависеть от других (рис. 4). В Европе значимость для избирателей этой ценности не оказывает сильного влияния на электоральную активность. В России отмечается скачок электоральной активности среди респондентов, не считающих возможность самостоятельного принятия решений ценностью (до 72 %). Выявленная закономерность является показателем разного восприятия акта волеизъявления в России и Европе.

В исследовании было выявлено, что кластер ценностей, связанный с уважением к закону и традициям, оказывает сильное влияние на решение об участии в голосовании. Прямо пропорциональная взаимосвязь прослеживается как во всей Европе, так и в России, где она носит еще более выраженный характер.

Наиболее эффективной для высокой электоральной активности является установка на демократию и избирательное право как на реализацию возможности справедливой организации общества. Психологическая значимость стремления к справедливости очень высока.

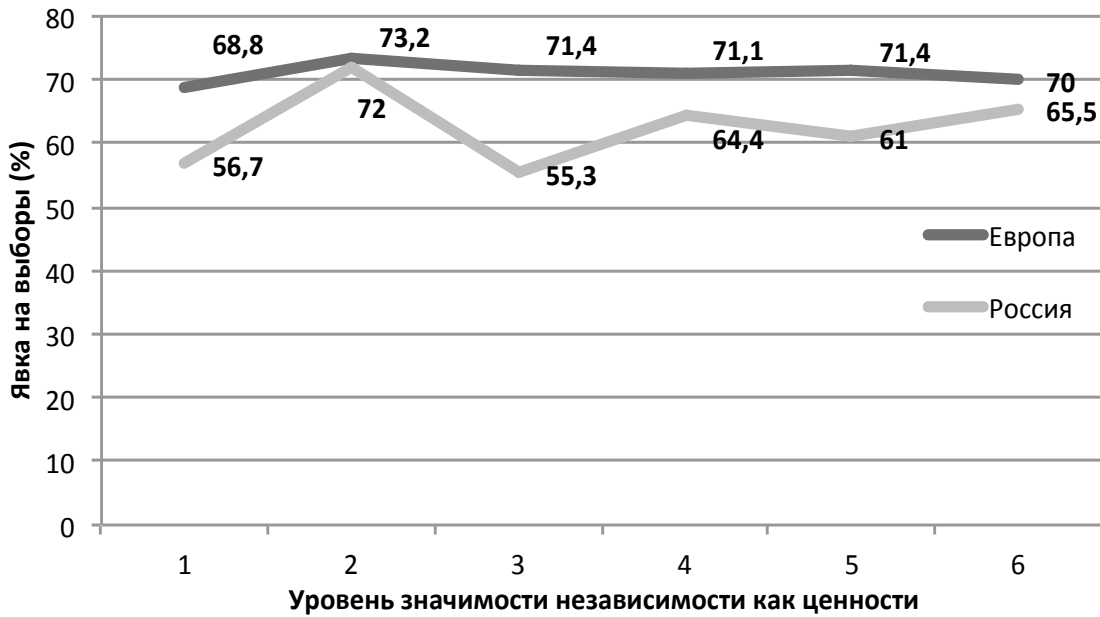


Рисунок 4. Взаимосвязь уровня значимости ценности «независимость» и электоральной активности граждан в Европе и России

Граждане, удовлетворенные реализацией принципов демократии в государстве, более склонны к активному волеизъявлению, нежели их оппоненты. В России в общественном мнении преобладает оценка уровня развития демократии в государстве как неудовлетворительного. Только четверть граждан может сказать, что удовлетворены тем, как реализуется демократическое устройство общества в России. В Норвегии, Дании, Швеции — 75%, в Нидерландах и Финляндии — около 70%.

В России пиком оптимистичных настроений был 2008 год, когда процент граждан, считающих, что в государстве происходит развитие демократии, поднялся до уровня 54%. В этом же году была зафиксирована максимальная за двадцатилетний период явка на выборы Президента России — 69,81%.

Полученные данные говорят о том, что доминирование в общественном мнении нестереотипных, рефлексивных установок по отношению к демократии, адекватное понимание ее механизмов и целей повышает осознанность электорального поведения граждан, стимулирует их активность в волеизъявлении.

В параграфе 3.2 «Влияние политического интереса как атрибута общественного мнения на электоральное поведение» выявлено, что в среднем по Европе среди граждан, увлеченных политикой, активных избирателей в 6 раз больше, чем абсентеистов. В России на избирательные участки приходят 80% тех, кто проявляет интерес к политике. С уменьшением заинтересованности в политике уменьшается и вероятность участия в выборах. В Европе и России в группе респондентов, «достаточно» интересующихся политикой явка составляет

82% и 73%, среди «немного» интересующихся — 68% и 60% соответственно (рис. 5). Среди граждан, которым политика неинтересна вовсе, процент проголосовавших уравнивается с процентом воздержавшихся.

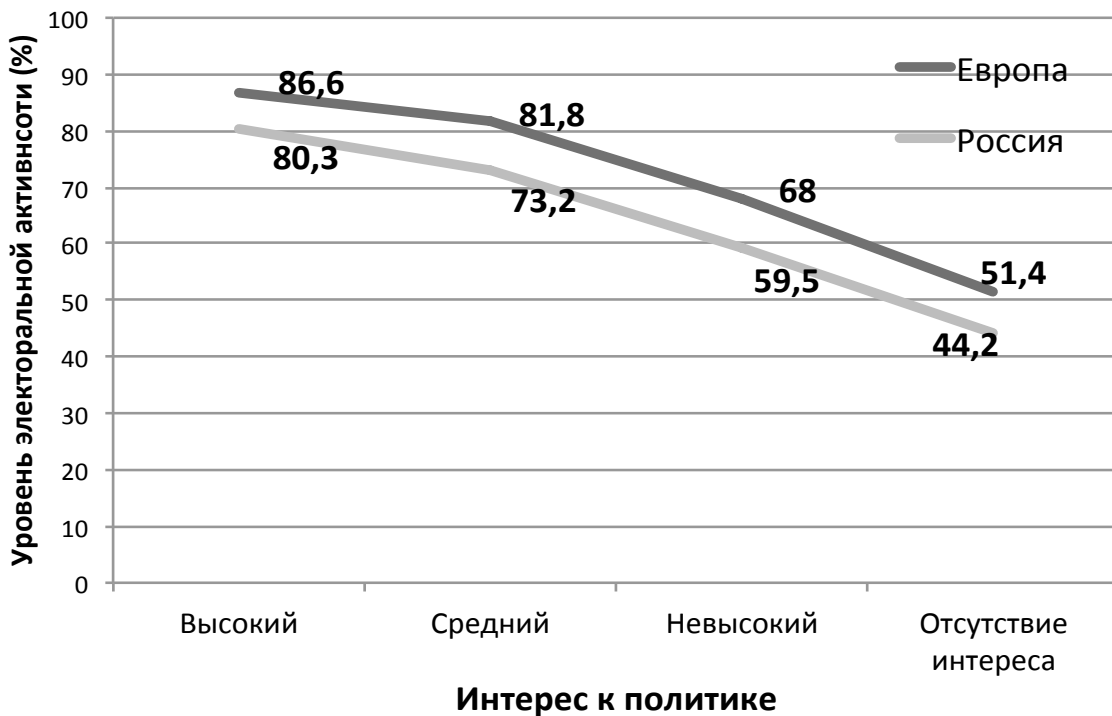


Рисунок 5. Взаимосвязь уровня политического интереса и электоральной активности граждан в Европе и России

Особенности установок общественного мнения, касающихся политического интереса как источника электорального поведения, отчетливо можно увидеть из результатов исследования ВЦИОМ. Согласно полученным данным, большинство россиян признают, что политика их не интересует (в 1990 г. – 36%, в 2008 г. - 45%, в 2012 г. – 61%).

В результате межстранового сравнения выявлен парадокс: если низкая активность избирателей напрямую связана с отсутствием политического интереса, то высокая электоральная активность не связана напрямую с интересом к политике. Так, в Бельгии мало или совсем не интересуются политикой 53% опрошенных, при этом процент явки на выборы достигает 81,5%. В Греции при явке на уровне 62% заинтересованы политикой только 30%, на Кипре проявляют интерес 30%, а на избирательные участки приходят 79%, в Чехии — 19% и 63% соответственно. Для России характерна срединная позиция.

Различные виды политической активности граждан по-разному воздействуют на электоральную активность в день голосования. Вовлеченность гражданина в работу политических институтов, существующих внутри государственной системы, непосредственно влияет на поведение конкретного избирателя и повышает вероятность его явки на выборы на индивидуальном

уровне. Внесистемная же политическая активность влияет на электоральное решение не только граждан, принимающих в ней личное участие, но и на позицию невовлеченной части общественности, оказывая серьезное влияние на процессы трансформации общественного мнения.

Результаты исследования, проведенного автором во время митингов и демонстраций 2011—2012 годов, доказывают, что современная толпа как субъект массовых выступлений не является иррациональным, анархичным образованием, а характеризуется достаточной степенью осознанности, персонификации, рациональности, целенаправленности. Это доказывает, что общественно-политическая активность граждан должна рассматриваться не как угроза институциональным видам политической активности, а как их дополнение и катализатор.

Чем теснее избиратель связан с политическим процессом, чем больше вовлечен в него, тем более инициативен он в голосовании. Интерес общественного мнения к политике формирует компетентность общественного мнения и усиливает степень его воздействия на электоральную активность.

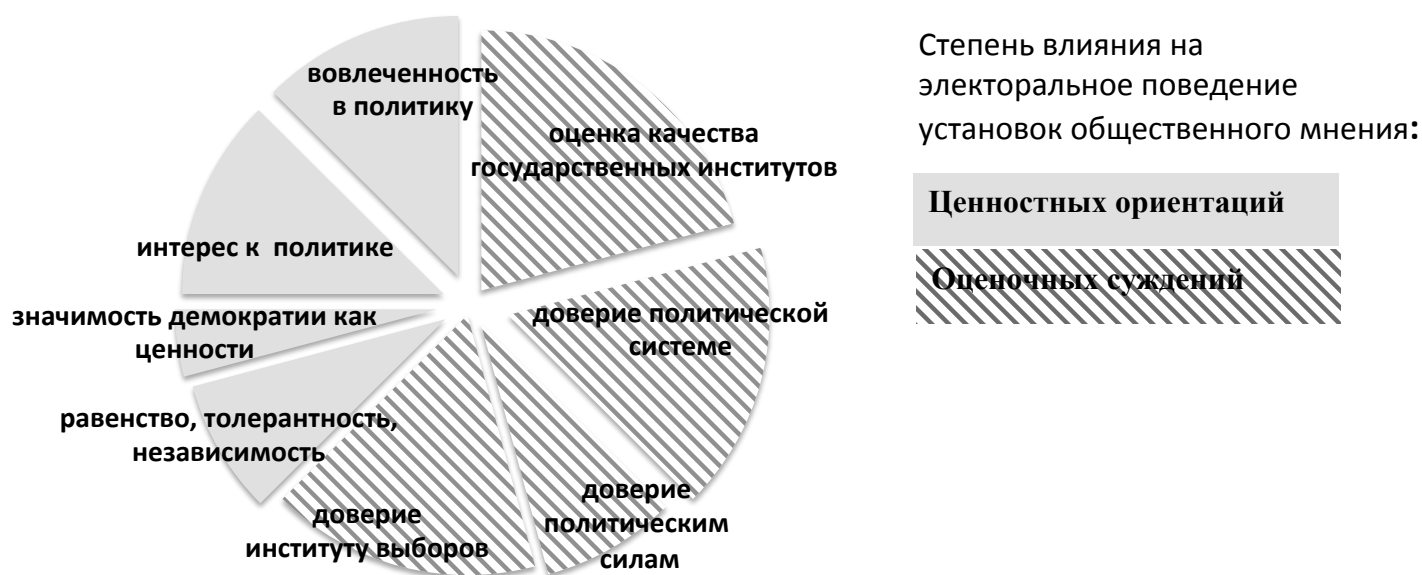


Рисунок 6. Взаимосвязь установок общественного мнения и электорального поведения

Результаты проведенной работы позволяют сделать вывод о том, что установки общественного мнения являются интегральным социально-психологическим фактором электорального поведения, оказывающим многоаспектное, разнонаправленное влияние на волеизъявление граждан. Сопоставление ценностных и оценочных установок общественного мнения показывает, что оценочный компонент общественного мнения оказывает более выраженное влияние на волеизъявление граждан, нежели ценностный, поскольку более непосредственно связан с воплощением установок в поведении.

Динамика воздействия общественного мнения на электоральное поведение связана с оценкой населением качества и эффективности государственных институтов, с доверием к политической системе и политическим силам, с отношением к институту выборов. Ценностные ориентации, лежащие в основе общественного мнения, создают предпосылки для электоральной активности и влияют на волеизъявление граждан опосредованно — встраиваясь в индивидуальную ценностную систему через процесс интериоризации.

Итоги проведенного исследования дают возможность сформулировать практические рекомендации по стимулированию политического волеизъявления избирателей. В основу эффективной системы мер по повышению электоральной активности граждан должна быть положена не совокупность методов поощрения и наказания, а стратегия формирования соответствующих установок общественного мнения.

Перспективы дальнейших исследований могут быть связаны с углублением научных основ социально-психологического анализа воздействия установок общественного мнения на профессиональное поведение и деятельность, развитие правосознания и правоповедения и др.

Основное содержание диссертации отражено в статьях автора общим объемом 7,2 п. л., опубликованных:

— в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, входящих в перечень ВАК Минобрнауки РФ:

1. Иваненко К.А., Герасимов В.М. Сущность общественного мнения как социально-психологического явления // Вестник университета. 2012. № 5. — 0,3 п. л.
2. Иваненко К.А. Основные подходы к изучению электорального поведения в работах западных и отечественных ученых // Акмеология. 2012. № 3 (специальный выпуск). — 0,3 п. л.
3. Иваненко К.А. Общественное мнение как компонент интегральной модели электорального поведения // Акмеология. 2012. № 3 (специальный выпуск). — 0,3 п. л.
4. Иваненко К.А. Общественное мнение в дискурсе евразийской интеграции // Этносоциум и межнациональная культура. 2012. № 12 (54). — 0,3 п. л.
5. Иваненко К.А. Социально-психологические особенности публичных массовых выступлений в современной России // Этносоциум и межнациональная культура. 2013. № 1 (55). — 0,6 п. л.
6. Иваненко К.А. Общественное мнение и электоральная активность избирателей // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2013. № 3. — 0,3 п. л.

7. Иваненко К.А. Потенциал ресурсов общественного мнения // Теория и практика общественного развития. 2013. № 4 – 0,4 п. л.
8. Иваненко К.А. Психология толпы: границы изменчивости мнений // Обозреватель – Observer. 2013. № 4 – 0,6 п. л.
10. Иваненко К.А. Социально-психологические детерминанты электорального поведения избирателя // Вестник РУДН. 2013. № 3. – 0,3 п. л.

— в зарубежных изданиях, входящих в международные базы ISI Web of Knowledge и Scopus:

11. Ivanenko K. Public Opinion as an Important Component of the Integral Model of Voter Decision Making // Middle East Journal of Scientific Research. 2013. № 13 (4). — 0,3 п.л. Статья доступна по ссылке: <http://www.idosi.org/mejsr/mejsr13%284%2913/2.pdf>
12. Ivanenko K. Psychology of mass public events in modern Russia // World Applied Sciences Journal. 2013. №5. — 0,4 п. л. Статья доступна по ссылке: <http://www.idosi.org/wasj/wasj21%285%2913/19.pdf>

— в других научных журналах и периодических изданиях:

13. Иваненко К.А. Основные причины возникновения абсентеизма и пути их преодоления // Россия на пути модернизации: сборник научных статей. М.: ИТПИ, 2011. – 0,2 п. л.
14. Иваненко К.А. Факторы, формирующие общественное мнение в современных условиях // Россия на пути модернизации: сборник научных статей. М.: 2012. – 0,3 п. л.
15. Иваненко К.А. Оценка общественного мнения как явления и предмета научного анализа // Научные школы и вызовы современности «Премии Альфреда Нобеля 110 лет»: труды итоговой международной научно-практической конференции с элементами научных школ. Часть 1 / Под общ.ред. В.М. Герасимова. М.: ООО «РПК Рекорд Принт», 2012. – 0,4 п. л.
16. Иваненко К.А. Социально-психологические факторы формирования общественного мнения // Государственная власть и местное самоуправление в России: история и современность. Материалы X Международного научного форума. / под общ. ред. А.А. Васецкого. СПб.: ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2012. — 0,5 п. л.
17. Иваненко К.А. Установки общественного мнения в модели электорального поведения. // Сборник трудов конференции «Фундаментальные науки и пути становления и развития новой экономики России», 2012 — 0,3 п. л.
18. Иваненко К.А. Сервис со знаком плюс // Служба кадров и персонал. 2012. №3. — 0,3 п. л.
19. Иваненко К.А. Как наводить коммуникативные мосты // Служба кадров и

персонал. 2011. №5. — 0,4 п. л.

20. Иваненко К.А. Что такое краудсорсинг? // Служба кадров и персонал. 2012. №8. — 0,4 п. л.

21. Иваненко К.А. Евразийская интеграция в зеркале общественного мнения// Перемены. 2012. № 12 — 0,3 п. л. Электронный ресурс: <http://peremeny.ru/books/osminog/6759>.

Автореферат
диссертации на соискание
ученой степени кандидата психологических наук

Иваненко Кристина Александровна

Динамика взаимосвязи установок общественного
мнения и электорального поведения

Научный руководитель:
доктор психологических наук, профессор
Герасимов Вячеслав Михайлович

Изготовление оригинал-макета
Иваненко Кристина Александровна

Подписано в печать 26 сентября 2013 г.

Усл. печ. л. 1,3
Тираж 100 экз.
Заказ №