

# ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА

УДК 324

ББК 60.56

© Каминский В.С.

## О ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДАХ К ИЗУЧЕНИЮ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ



КАМИНСКИЙ ВАДИМ СЕРГЕЕВИЧ

Институт социально-экономического развития территорий

Российской академии наук

Россия, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а

E-mail: fbcde56b@yandex.ru

*Электоральное поведение – наиболее популярная форма участия граждан в политической жизни страны. Это связано, прежде всего, с тем, что голосование является более традиционным видом поведения гражданина, чем, например, участие в деятельности политических партий, участие в митингах, забастовках и т. д. Однако на сегодняшний день электоральное поведение остается одной из самых мало изученных областей политической социологии, наблюдается дефицит в методологических обобщениях и методических приемах социологического анализа. Поэтому исследования данного вопроса требуют тщательной теоретико-методологической проработки. Целью исследования, результаты которого представлены в статье, выступил анализ основных теоретико-методологических подходов к изучению электорального поведения. Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы. В зарубежной науке сложилось три подхода к исследованию электорального поведения: социологический, социально-психологический (теория партийной идентификации) и теория рационального выбора. Российские исследования основываются на теоретико-методологической базе, разработанной зарубежными учеными, и посвящены таким аспектам электорального поведения, как факторы поведения избирателей, механизмы воздействия на электоральную активность, в том числе способы манипулирования общественным сознанием, феномен электорального доверия, особенности электорального поведения молодежи. Также предпринимались попытки определения степени применимости зарубежных теорий к российским реалиям. По мнению автора, в силу ограниченности существующих теорий доминирующим при изучении электорального поведения должен быть комплексный подход.*

*Электоральное поведение, теоретико-методологические подходы, социологический подход, теория партийной идентификации, теория рационального выбора, мониторинг общественного мнения.*

Электоральное поведение – наиболее популярная форма участия граждан в политической жизни страны. Это связано, прежде всего, с тем, что голосование является более традиционным видом политического поведения гражданина, чем, например, участие в деятельности политических партий, участие в митингах, забастовках и т. д. Вместе с тем, участие в выборах позволяет испытывать чувство выполненного долга перед обществом и государством [8, с. 75].

Мы считаем, что правомерно рассматривать электоральное поведение как зеркало доверия к политическим институтам. А, как известно, сегодня на самом высшем уровне декларируется, что доверие населения органам власти – один из важнейших показателей эффективности управления<sup>1</sup>. Следовательно, без повышения электоральной активности сложно добиться и совершенствования государственного управления.

В России обозначились тенденции снижения явки на выборах федерального уровня (по данным ЦИК РФ, в целом по стране явка на выборы в Государственную Думу в 2007 году составила 63,7%, в 2011 году – 60,1%, в 2016 году – 47,8%). Снижение явки сигнализирует о проблеме абсентеизма. С точки зрения социологического подхода, электоральный абсентеизм – это отказ от реализации электоратом своих избирательных прав, а также мера «измерения степени

политического отчуждения, существующего между правящим верхом и народом. Чем выше доля тех, кто не участвует в выборах, тем больше степень политического отчуждения». Абсентеизм является индикатором политического недоверия [19].

Все вышесказанное актуализирует вопрос о разработке комплексного теоретико-методологического подхода к изучению факторов электорального поведения.

На сегодняшний день электоральное поведение остается одной из самых мало изученных областей политической социологии, наблюдается дефицит в методологических обобщениях и методических приемах социологического анализа.

К тому же традиционные методы исследования дают сбои. Самые яркие примеры последнего времени – неожиданные для большинства экспертов результаты Brexit, референдума в Нидерландах и президентских выборов в США. Начались разговоры о кризисе социологии. Например, американский политолог Ларри Сабато замечает: «Как охватить тех людей, кто, возможно, не желает разговаривать с полстерами или не желает быть искренним? Это провал всей индустрии, и мы должны его исправить» [5].

Массовые опросы населения оказались под атакой: их критикуют журналисты и политики, политтехнологи и эксперты. Даже в профессиональной среде появились «возмутители спокойствия», требующие от коллег покаяться, отказаться от привычных методов исследования социальной реальности, изменить все «до основанья». [16]. Однако мы разделяем точку зрения генерального директора ВЦИОМ В.В. Федорова о несбывшихся прогнозах социологов: первопричина происходящего не в мифологических «ошибках социологов», а в том, что меняется сам объект их изучения – общество, причем

<sup>1</sup> Например, в Указе Президента РФ от 21 августа 2012 года № 1199 «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» прописано, что оценка населением деятельности органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации – один из показателей эффективности их деятельности. Эта мысль была озвучена в выступлении Президента РФ В.В. Путина в октябре 2012 года на видеоконференции, посвященной эффективности работы органов исполнительной власти субъектов РФ («Главный критерий в оценке результативности работы власти – мнение людей»).

меняется быстро, интенсивно, одновременно в разных направлениях. Однако способа познания мира общественного мнения, альтернативного тому, что предложил много лет назад Джордж Гэллап, по-прежнему не изобретено. А значит, задача социологии – творчески применять, развивать и модифицировать к новым условиям исследовательский арсенал [16]. Иными словами, нужно не изобретать новый велосипед, а совершенствовать уже существующий.

В связи с этим особую актуальность приобретает анализ основных теоретико-методологических подходов к изучению электорального поведения, ставший целью данной статьи.

Существует немало определений электорального поведения (табл. 1). Наиболее точным представляется определение, данное кандидатом исторических наук И.В. Малашенко. Добавим лишь, что электоральное поведение – это не только совокупность действий, но и бездействие граждан (на что обращают внимание В.Л. Римский и Ф.Н. Ильясов).

Исследование электорального поведения является традиционным вопросом для политической социологии, политологии, социальной психологии [23].

В хронологическом плане изучения проблемы электорального поведения населения можно выделить три этапа:

1. 1920-1940-е гг. XX века – этап накопления информации об электоральном поведении;

2. 1950-е гг. – первая половина 1980-х гг. – этап формирования научных школ электо-

рального поведения. В 50-е гг. XX века электоральное поведение становится предметом изучения многих общественных наук;

3. Вторая половина 1980-х гг. – наши дни – современный этап систематизации научных теорий [14].

К середине XX века в зарубежной науке сложилось три основных теоретико-методологических подхода к изучению электорального поведения: социологический, социально-психологический, теория рационального выбора [11, с. 5] (табл. 2). Ряд исследователей (Г.В. Пушкарева, Г.Н. Ляхова, И.В. Малашенко) выделяют 4 подхода, оформившийся в 1980-х гг., – коммуникативную модель.

Внимание исследователя в рамках каждого подхода сфокусировано на выявлении факторов, определяющих электоральное поведение.

### Социологический подход

Первые шаги на пути исследования электорального поведения были сделаны в начале XX века французским демогеографом А. Зигфридом, создателем направления «избирательная география». В работе «Политическая картина Западной Франции в период Третьей Республики» (1913 г.) он отметил, что основные предпосылки социального и политического поведения заключаются в природных условиях, например, в геологических особенностях того или иного региона [17].

На основе трудов А. Зигфрида возникла «экологическая школа». Ее представители

Таблица 1. Некоторые варианты определения понятия электоральное поведение

Автор	Определение
В.Л. Римский	Система взаимосвязанных реакций, действий или бездействия граждан, осуществляемых с целью приспособления к условиям проведения политических выборов [20]
Ф.Н. Ильясов	Участие (неучастие) субъекта в выборах в органы представительной власти, а так же голосование за определенного кандидата или партию [10]
И.В. Охременко	Форма проявления политического поведения граждан по поводу делегирования своих полномочий [17]
И.В. Малашенко	Важнейший вид конвенционального политического участия граждан, совокупность действий граждан, связанных с формированием органов политической власти, показатель вовлеченности в политическую жизнь [14]
В.Ф. Ковров	Наиболее распространенный вид политического поведения, под которым понимается любая форма участия в осуществлении власти (или противодействия ее осуществлению) [11]
О.В. Захаров	Совокупность действий и поступков граждан, связанных с осуществлением местных или общенациональных выборов в органы власти, а также их участием в референдумах [9]

**Таблица 2. Основные теоретико-методологические подходы к исследованию электорального поведения в зарубежной науке**

Название	Годы формирования	Представители	Основной фактор электорального поведения
Социологический	1913 – 1940	А. Зигфрид, Ф. Гогель, М. Доган, А. Арон, Ч.Е. Мериам, Х.Ф. Госнел, П. Лазарсфельд, Б. Берельсон, С. Липсет, С. Роккан, Р. Майлн, С. Верба, Н. Най	Социальная принадлежность индивида и его социальный статус
Социально-психологический (Теория партийной идентификации)	1960-е	А. Кэмбелл, П. Конверс, В. Миллер, Т.Е. Сток, Г. Маркузе, Р. Роуз, Я. Маккалистер, Р. Вольфингер, С. Розенстоун	Психологическая связь избирателя с той или иной партией, его преданность и симпатия
Теория рационального выбора (концепция экономического голосования)	1950-е	Э. Даунс, М. Фиорина	Ориентация на достижение максимально выгодных для них результатов при минимально возможных издержках
Коммуникативная модель (когнитивный подход)	1980-е	Р. Харкфельд, Д. Спраг, Д. Заллер, М. Лодж	Интеграция информационного влияния среды и когнитивных возможностей индивида

Ф. Гогель (ученик А. Зигфрида) и Р. Арон стали уделять внимание не территориальным единицам, а социальным группам с их специфическими чертами. При этом методы «экологической школы» не исключались, а все больше сочетались с данными опросов [25].

В целом, можно заметить, что географический подход к выборам носил чисто описательный характер, но он позволял выявить пространственные размытия поведения избирателей. В рамках этого подхода были развиты статистические методы исследования укрупненных количественных данных в прогностических целях.

В 1920-е гг. XX века особый импульс в изучении проблемы положило бихевиористское направление политической социологии. Американские ученые Ч.Е. Мериам и Х.Ф. Госнел в работе «Отказ от голосования: причины и методы контроля» (1924 г.) применили современную технику опроса (интервьюирование) избирателей при изучении вопроса абсентеизма [14]. Основное значение бихевиоризма в электоральных исследованиях состоит в изменении методологии: на первый план вышли социологические опросы (в рамках экологической школы главным методом был статистический).

Ввиду малого интереса к проблемам политического (в том числе электорального)

поведения долгое время данные исследования оставались в тени. Только в 1940 году американским социологом П. Лазарсфельдом была предпринята первая серьезная попытка использовать панельные опросы избирателей для выявления механизма формирования электорального поведения.

П. Лазарсфельд доказал, что выбор избирателей определяется не сознательными политическими предпочтениями, а принадлежностью к большим социальным группам, степенью проявления солидарности индивида с группой [14]. Подобное поведение электората получило название экспрессивного [32, с. 265].

Негативную коннотацию эта солидаризация приобретает в открытом Э. Ноэль-Нойман законе «спирали молчания». Согласно данному закону, избиратель может обладать мнением, отличающимся от доминирующего. В подобной ситуации он ощущает себя одиноким, не высказывает публично своего отношения или сознательно искажает собственное представление в пользу выигрывающих сил, боясь оказаться в меньшинстве<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Следует отметить, что Э. Ноэль-Нойман распространяла закон «спирали молчания» не только на электоральные установки, но и на общественное мнение в целом. Теория подвергалась также критике вследствие недостаточности доказательной эмпирической базы, а также потому, что воспринималась не

По мнению С. Липсета и С. Рокана, на электоральную политику особое влияние оказывают конфликты между центром и периферией, государством и церковью, городом и селом, собственниками и рабочими [30].

С. Верба и Н. Най предложили в рамках социологического подхода «ресурсную» или «среднеуровневую» теорию электорального поведения: более активно участвуют представители высшего и среднего классов, мужчины, молодежь и люди, имеющие высокий уровень образования [33].

На наш взгляд, заслуги представителей социологического подхода состоят в следующем. Во-первых, они первыми обратили внимание на проблему электоральной активности, были «первопроходцами» в ее исследовании. Следовательно, во-вторых, ими были разработаны первые методы исследования, которые с разной степенью успешности применяются и в настоящее время (статистический и социологический)<sup>3</sup>. Исследования электорального поведения, которые проводит ИСЭРТ РАН, также базируются на этой методологии.

Наконец, в-третьих, впервые были выделены факторы, определяющие характер голосования: особенности территории (в рамках «экологической школы»), принадлежность к той или иной социальной группе. В настоящее время происходит возрождение этого подхода, базирующегося уже на более совершенной технологии.

### **Социально-психологический подход (теория партийной идентификации)**

Это направление представлено в первую очередь Мичиганской школой. Голосование как научная, а как политическая теория, призванная мобилизовать находившихся в меньшинстве избирателей христианских демократов ФРГ в условиях нахождения в власти социал-демократов и доминирования в западногерманских СМИ того времени левоцентристской идеологии.

<sup>3</sup> Во вступительной части статьи нами уже отмечалось, что в последнее время все чаще происходят «сбои» электоральной социологии. Тем не менее, справедливым представляется утверждение В.В. Федорова о том, что следует не отказываться от привычных методов исследования, а совершенствовать их.

рассматривалось как отдельный, обособленный акт внутренней значимости. Поэтому главное внимание уделялось индивидуальным психологическим процессам, определяющим политический выбор.

В работах представителей Мичиганской школы была использована «воронка причинности» – модель, позволяющая учитывать совокупное влияние на голосование различных факторов: партийная идентификация, ориентация на определенного кандидата и позиция по спорным политическим вопросам. Путем комбинации этих показателей можно объяснить причины подавляющего большинства электоральных решений. Доминирующим фактором при этом является партийная идентификация – чаще избиратель голосует за кандидата от этой партии, по отношению к которому у него сформировался максимум благоприятных установок [17]. Предполагалось, что возможно установить и разрывы между длительными устойчивыми политическими предпочтениями и одноразовым политическим действием.

По мнению А. Кэмбелла [26] и П. Конверса [27], склонность к поддержке определенной партии вырабатывается у индивида в семье, выступающей фильтром, через который пропускается информация, относящаяся к кандидатам – политикам, партиям и общественным группам. В результате человек часто голосует за ту же партию, за которую голосовали его отец, дед или даже более отдаленные предки.

В настоящее время одной из наиболее известных разработок в рамках социально-психологического подхода является классическая «американская модель» (представители: Р. Вольфингер и С. Розенстоун). Активность участия при электоральном выборе определяется в первую очередь психологическими особенностями личности, ее мотивацией, предыдущим политическим опытом и политической культурой. Социально-демографические характеристики

ки (пол, возраст, род занятий, доход, образование, семейное положение) играют гораздо меньшую роль.

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

Основные достоинства теории партийной идентификации состоят в следующем:

- выдвинута идея о том, что на электоральную активность и выбор избирателя влияют не один, а несколько факторов, при этом их интенсивность различна (один доминирующий и два «факультативных»);

- было уделено внимание психологическим особенностям личности, которые влияют на сделанный выбор, а значит – и на результаты голосования в целом. То есть избиратель стал активным субъектом процесса голосования, приобрели значимость его мысли, а не только объективные условия существования (место проживания и принадлежность к той или иной социальной группе).

Для социологической и социально-психологической теорий ключевой является категория «солидарности» как одна из ведущих мотиваций электорального выбора. Различие между теориями состоит лишь в том, что, согласно первой из них, избиратель, голосуя, выражает солидарность с социальной группой, к которой принадлежит, а согласно второй – он солидаризируется непосредственно с партией.

Основные недостатки обеих теорий таковы:

- они неспособны объяснить сколько-нибудь значимые сдвиги в избирательных предпочтениях, ведь распределение социальных статусов в массовых электоратах и «партийная идентификация» относительно стабильны [17].

- во многом их положения не соответствуют современным условиям. Так, в насто-

ящее время принадлежность к социальной группе уже не оказывает такого существенного воздействия на выбор избирателя.

### **Теория рационального выбора**

Согласно данной модели, каждый гражданин голосует за ту партию, которая, как он полагает, предоставит ему больше выгод, чем любая другая.

Основатель теории рационального поведения Э. Даунс в работе «Экономическая теория демократии» писал, что основным критерием, определяющим предпочтения избирателей, может служить идеология: наибольшая выгода голосующего достигается при максимальном совпадении личной идеологии и идеологии партии (кандидата) [28].

Взгляды Э. Даунса были пересмотрены в рамках концепции «экономического голосования». По мнению М. Фиорины, основной фактор электоральных предпочтений – состояние экономики. Это не означает, что люди смыслят в экономике больше, чем в политике. Просто при голосовании избиратель исходит из того, что именно правительство несет ответственность за состояние народного хозяйства [29]. По заключению американского ученого С. Липсета, при ухудшении состояния экономики активность электората возрастает [31].

В рамках данной концепции продолжается дискуссия о том, на чем основывается выбор избирателей:

- на оценке собственного материального положения («эгоцентричное голосование») или результатов работы народного хозяйства в целом («социотропное голосование»);

- на оценке результатов прошлой деятельности правительства («ретроспективное голосование»: если жилось хорошо, голосуй за правительство, если плохо – за оппозицию) или на ожиданиях по поводу будущей деятельности («перспективное голосование») [14].

Главным плюсом теории партийной идентификации выступило то, что ее пред-

ставители обратили внимание на материальную сторону жизни избирателей.

Ряд ученых (М.В. Малашенко, Г.Н. Ляхова, Г.В. Пушкарева) выделяют четвертый подход: **когнитивную, или коммуникативную модель**, основные положения которой были сформулированы еще П. Лазарсфельдом. В основе этой модели идея о средствах массовой коммуникации как о главном факторе, определяющем тип и вектор электорального поведения [13].

Данная концепция базируется на трех положениях:

– человек может делать электоральный выбор только в информационной среде, в которой представлены различного рода сообщения;

– человек должен обладать «внутренней информацией» – интериоризированными в ходе политической социализации знаниями и представлениями, позволяющими ему ориентироваться в политической символической реальности;

– существуют особые когнитивные механизмы «стыковки» внешней и внутренней информации, которые обеспечивают восприятие, понимание, оценку поступающей информации [18, с. 124].

То есть когнитивная модель фокусирует внимание на собственной работе человека с политической информацией.

Сильные стороны этой концепции состоят в следующем:

– по сравнению с другими теориями в ее рамках более глубоко анализируются мотивы избирателя;

– выделение средств массовой коммуникации в качестве главного фактора электоральной активности отвечает современным реалиям информационного общества, в котором высока роль информации, в частности, ее высшей формы – знаний.

Однако ни один из рассмотренных подходов не дает комплексного представления об электоральном поведении, поэтому в последние десятилетия исследователи пред-

принимают попытки создать интегративные модели этого процесса, которые учитывают как объективные, так и субъективные факторы, оказывающие влияние на процесс голосования [15]. Применение комплексного подхода позволяет выявить иерархию факторов электорального выбора граждан и структурировать их взаимосвязи.

Работы отечественных ученых, посвященные электоральному поведению, в основном базируются на теоретико-методологической основе, разработанной западными коллегами. Первые шаги по освоению и использованию в политической практике страны теоретических концепций, присущих развитым демократическим обществам, были предприняты на рубеже 1980-1990-х гг. [4]. Возможность применения западных теорий электорального поведения в России и других посткоммунистических странах вызвало дискуссию. Исследование Г.В. Голосова показало, что все три основные теории электорального поведения работают в российских условиях. Наиболее эффективен «социально-психологический подход», далее следует теория «экономического голосования», на третьем месте – «социологический подход». Ученый сделал вывод, что «мнение об уникальности моделей поведения избирателей в посткоммунистических демократиях слишком преувеличено» [6, с. 55].

Однако большинство ученых если и не отрицают возможность их использования, то настаивают на критическом переосмыслении и являются приверженцами комплексного подхода. Так, В.Ф. Ковров пишет, что с помощью западных социологических и социально-психологических моделей достаточно сложно в полной мере объяснить электоральное поведение социальных общностей и групп в нашей стране. Россия – это многонациональное государство, поэтому необходимо разрабатывать социологические модели поведения избирателей с учетом специфики регионов [12]. В ситуации развития российского общества последних

пятнадцати лет ни один из факторов (психологический, экономический, социальный), взятый отдельно, не имел и не имеет сколько-нибудь решающего значения. Значимость («вес») каждого из факторов, выделяемых в зарубежной науке, в отдельно взятый период и в определенном географическом сегменте может принимать различные значения [11, с. 5].

И.В. Малашенко предлагает обращать внимание на следующие факторы: экономические (оценка экономического положения страны и личного материального положения), духовные (идеологические симпатии), социальные (место жительства, пол и возраст), когнитивные (влияние друзей, семьи, СМИ и интернета) [14].

Д-р полит. наук, политический географ Р.Ф. Туровский по итогам анализа региональных особенностей электорального поведения россиян к факторам, разработанным западными учеными, добавил ряд факторов, характерных только для России: социально-экономические условия, «отраслевое голосование», национальный фактор, возрастная структура населения, местные условия [21].

Подробную классификацию факторов электорального поведения разработал Д.В. Афанасьев. К ним он относит следующие: психотип избирателя и его отношение к политике (политическая культура); демографические, социальные и другие персональные характеристики (пол, возраст, образование, социально-профессиональный статус, религия, национальность, место жительства); уровень, порядок и значимость выборов; субъективные представления избирателей об экономических и социальных показателях (фактор, являвшийся основным в рамках теории экономического голосования); партийная приверженность, а также восприятие партии/кандидата (позиции партии по проблемам, черты личности кандидата/лидера); влияние СМИ (или его отсутствие), а также доверие (недоверие) к СМИ; привычка; протест; случайные факторы (погода,

форс-мажор). По мнению Д.В. Афанасьева, на разных этапах политического процесса доминируют разные факторы. Правомерно говорить о полифакторной детерминации [2, с. 29].

О.В. Захаров отмечает, что электоральная активность напрямую зависит от материального положения, жизненного опыта и уровня образования (правда, явления аполитичности и абсентеизма также свойственны группе респондентов с высоким доходом). В целом российский электорат отличается от западного прежде всего чрезвычайно личным отношением к политикам [9].

Глава ВЦИОМ, политолог и социолог В.В. Федоров, напротив, отказывается от прямолинейной увязки электорального поведения с экономическими причинами, раскрывая его основные закономерности через призму социокультурной парадигмы развития: культурные отношения, идейные ориентации, меняющиеся системы ценностей [22]. Именно с изменениями в системе ценностей В.В. Федоров связывает подъем «Единой России». В 1990-е гг. усиливались одни архетипы и ослаблялись другие. «Страна прошла через период вполне анархической вольницы, этакого всероссийского «гуляй-поля», и вернулась к державнической, государственнической культурной модели. Следствием смены культурных кодов стали изменения в поведении избирателей. Большинство россиян стало голосовать за сильную власть, которая олицетворяет для них стабильность, порядок, надежду на возвращение хотя бы к советским стандартам социального государства» [22].

В современной науке большое внимание уделено исследованию механизмов воздействия на электоральную активность, способам манипулирования политическим сознанием избирателей (А.А. Горбачев, С.Ю. Лисова, А.К. Сквиков, И.М. Бунин, О.В. Захаров, В.Ф. Ковров) [24].

Политолог, д-р ист. наук К.Г. Холодковский, исследующий политическую систему



России в целом, считает, что основным социальным механизмом воздействия на электорат является доверие к власти и определенный персонализм [23].

Идеи К.Г. Холодковского развивает канд. филос. наук С.А. Данилов. Он определяет особый вид политического доверия – электоральное доверие. Оно формируется в условиях электорального процесса и выступает базовым по отношению к политическому доверию. Достаточный уровень доверия к электоральным институтам позволит обеспечить эффективный выбор профессионалов в политической власти [7].

Отдельным предметом внимания политологии, социологии и других наук является проблема электоральной активности молодежи. Первым рассматривать молодежь как избирательный потенциал страны стал К.Г. Холодковский. По мнению исследователя, активная общественно-социальная работа среди молодежи, направленная на формирование осознанного политического поведения и осознанного политического выбора подрастающего поколения, – метод преодоления абсентеизма [23].

А.В. Бетехина и Н.В. Олухов определяют следующие факторы абсентеизма в молодежной среде:

– общество само является причиной снижения деятельностной активности молодого поколения и развития политического отчуждения в молодежной среде;

– молодежь, с одной стороны, не видит необходимости что-либо кардинально менять в сложившемся укладе жизни, а с другой – не рассматривает политическую деятельность в качестве значимой для себя, находя более перспективные способы и сферы самодетерминации и личной самореализации;

– в последнее время отмечаются усиление принципиальной несовместимости интересов, потребностей и ценностных ориентаций молодежи с политикой (так, интересы молодежи сосредоточены, в настоящее время, на проблемах поддержания своего су-

ществования и выживания в современных условиях), а также тенденции усиливающегося отчуждения от органов государственной власти на всех уровнях, общественных и государственных структур и институтов.

Исследователи резюмируют, что преодоление абсентеизма должно стать одной из важнейших задач российского государства, так как активность молодежи, формирование ее гражданской и жизненной позиции, желание участвовать в принятии государственных решений – это залог национальной безопасности [3].

А.А. Хвостов утверждает, что, проявляя здоровый скепсис по ряду позиций, молодежь в подавляющем большинстве демонстрирует глубокий политический абсентеизм в сочетании с крайней формой национализма [9]. На экстремистский, обусловленный стремлением к абсолютным целям характер электорального поведения молодежи (в отличие от спокойного и ответственного характера голосования старших возрастных групп) указывали П. Лазарсфельд и Б. Берельсон [32].

В настоящее время можно встретить работы, посвященные проблемам электорального поведения населения практически всех регионов России [4]. Вместе с тем, ощущается острый дефицит в методологических обобщениях и методических приемах социологического анализа. В силу этого многие публикации носят весьма фрагментарный характер. В настоящее время практически не встречаются крупные научные публикации (монографические издания), посвященные изучению электорального поведения. На сегодняшний день этот вопрос был и остается одной из самых мало изученных областей политической социологии [9].

Среди тех вопросов, которые требуют прояснения, можно назвать следующие: Чем электоральное поведение отличается от политической деятельности? Какова типология электорального поведения? С чем связаны отличия в электоральном поведении пред-

ставителей различных территориальных общностей, социально-демографических и профессиональных групп, которые фиксируются в эмпирических исследованиях? Насколько правомочно ограничивать изучение электорального поведения временными рамками избирательной кампании? Как влияют на тип электорального поведения индивида система его ценностных ориентаций, партийная принадлежность, материальное положение, социальный статус? Возможно ли, в принципе, прогнозировать выбор тем или иным индивидом типа электорального поведения? [13]. Обращение к теории электорального поведения может помочь совершенствованию дальнейших исследований.

Таким образом, исследования электорального поведения имеют довольно богатую историю. В рамках основных сложившихся подходов выделялись различные факторы, определяющие электоральное поведение: принадлежность индивида к определенной социальной группе, психологические особенности личности (идентификация с определенной партией), экономические мо-

менты (личное материальное положение и экономическая ситуация в стране), влияние средств массовой коммуникации, в том числе СМИ.

В современной науке господствует плюрализм мнений, поэтому правомерно использование любого из этих подходов. Наиболее распространенным в настоящее время является социально-психологический подход, потому как в центре исследований находятся не выборы сами по себе, а политические взгляды на партии, кандидатов, на их программы в контексте выборов. Сам процесс выборов, голосование и его результаты отступают на задний план.

В последнее время все чаще предпринимаются попытки создать модель, которая бы учитывала множество факторов и вобрала в себя лучшие достижения в рамках каждого из подходов (социологического, социально-психологического и теории рационального выбора). Автор согласен с тем, что в силу ограниченности существующих теорий комплексный подход должен быть доминирующим при изучении электорального поведения.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Арбатская М. Н. Трансформация публичной политики и электоральное пространство [Текст] : монография / М. Н. Арбатская. – Иркутск : Избирательная комис. Иркутской обл. – 218 с.
2. Афанасьев, Д. В. Теории электорального поведения и факторы, влияющие на избирателей [Текст] / Д. В. Афанасьев, А. А. Мехова // Политическая жизнь региона. Вып. 5. Электоральное поведение россиян. Обеспечение избирательных прав органами конституционной юстиции / отв. редактор Л. И. Антонова ; Избирательная комиссия Вологодской области. – Вологда : Древности Севера, 2004. – 96 с.
3. Бетехтина, А. В. Электоральное поведение молодежи: почему молодежь не ходит на выборы? [Текст] / А. В. Бетехтина, Н. В. Олухов // Вопросы управления. – 2012. – № 3. – С.12-20.
4. Будаева, Д. Ц. Электоральное поведение населения в условиях реформирования российского общества [Электронный ресурс] : автореф. дис. ... на соиск. уч. ст. канд. полит. наук: 23.00.02 / Д.Ц. Будаева. - Режим доступа : <http://www.dslib.net/polit-instituty/jelektoralnoe-povedenie-naselenija-v-uslovijah-reformirovanija-rossijskogo-obwestva.html> - Дата обращения 24.05.2016.
5. Выборы в США: почему социологи провалились [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://news.rambler.ru/sociology/35321658-vybory-v-ssha-pochemu-sotsiologi-provalilis> - Дата обращения 19. 11. 2016.
6. Голосов, Г. В. Поведение избирателей в России: теоретические перспективы и результаты региональных выборов [Текст] / Г. В. Голосов // Политические исследования. – 1997. – № 4.
7. Данилов, С. А. Электоральное доверие: концептуальные профили и риск-факторы [Текст] / С. А. Данилов, С. В. Володина // Власть. – 2015. – № 8. – С. 67-73.
8. Дементьева, И. Н. Модели и факторы формирования социального протеста в зарубежных и отечественных концепциях [Текст] / И. Н. Дементьева // Проблемы развития территории. – 2013. – № 6 (68). – С. 73-82.

9. Захаров, О. В. Социальные механизмы воздействия на электоральное поведение (управленческий аспект) [Электронный ресурс] : автореф. дис. на соиск. уч. степ. канд. социол. наук: 22.00.08 / О. В. Захаров. – М., 2011. – Режим доступа : <http://cheloveknauka.com/sotsialnye-mehanizmy-vozdeystviya-na-elektoralnoe-povedenie> - Дата обращения: 29.09.2016.
10. Ильясов, Ф. Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах [Текст] / Ф. Н. Ильясов. – М., 2000. – 200 с.
11. Ковров, В. Ф. Теоретико-методологический анализ электорального поведения: социологический аспект [Текст] / В. Ф. Ковров. – М.: Палеотип, 2007. – 188 с.
12. Ковров, В. Ф. Теоретико-методологические проблемы изучения социально-структурных компонентов электорального поведения [Текст] / В. Ф. Ковров // Вестник Челябинского государственного университета. – 2008. – № 28. – С. 107–112.
13. Ляхова, Г. Н. Особенности электорального поведения [Текст] : автореф. дис. ... канд. социол. наук : 22.00.04 / Г. Н. Ляхова. – М., 2005. – 137 с.
14. Малашенко, И. В. Изучение электорального поведения: сравнительный анализ зарубежных и отечественных теорий [Текст] / И. В. Малашенко // Вестник Брянского государственного университета. – 2014. - №2. - С. 89-94.
15. Мелешкина, Е. Ю. Исследования электорального поведения: теоретические модели и проблемы их применения [Текст] / Е. Ю. Мелешкина // Политическая наука: зарубежная политология в XX столетии : сб. науч. трудов / Ред.-сост. М.В. Ильин. – М. : ИНИОН РАН, 2001.
16. Опрос об опросах: зачем и почему? [Электронный ресурс] // Пресс-выпуск ВЦИОМ № 3241 от 11.11.2016. – Режим доступа : <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115943>
17. Охременко, И. В. Электоральное поведение: теория вопроса. Ч. 1. [Текст] / И. В. Охременко. – Волгоград, 2001. – 52 с.
18. Пушкарева, Г. В. Изучение электорального поведения: контуры когнитивной модели [Текст] / Г. В. Пушкарева // Политические исследования. – 2003. – № 3. – С. 120–130.
19. Региональное гражданское общество: динамика развития [Текст] : монография / В. А. Ильин, А. А. Шабунова, Д. В. Афанасьев, Т. А. Гужавина, Т. П. Кожина, И. Н. Дементьева, Д. А. Ластовкина. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2015. – 170 с.
20. Римский, В. Л. Клиентелизм как фактор электорального поведения российских граждан [Электронный ресурс] / В. Л. Римский. – Режим доступа : <http://www.demoscopy.ru.library> - Дата обращения 28.09.2016.
21. Туровский, Р. Ф. Концептуальная электоральная карта постсоветской России [Текст] / Р. Ф. Туровский // Политика: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). – 2005. – № 4. – С. 161-202.
22. Федоров, В. В. Русский выбор. Введение в теорию электорального поведения россиян [Текст] / В. В. Федоров. – М. : Праксис, 2010. – 384 с.
23. Холодковский, К. Г. К вопросу о политической системе современной России [Текст] / К. Г. Холодковский // Полис. – 2009. – № 2. – С. 7-22.
24. Шумилов, А. В. Особенности электорального процесса в Российской Федерации: региональный аспект [Электронный ресурс] : автореф. дис. на соиск. уч. степ. канд. полит. наук 23.00.02 / А. В. Шумилов. – М., 2007. – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/osobennosti-elektoralnogo-protsessa-v-rossiiskoi-federatsii-regionalnyi-aspekt> - Дата обращения 29.09.2016.
25. Aron, R. Studes politigue [Text] / R. Aron. – Paris, 1952.
26. Cambell, A. The American Voter [Text] / A. Cambell. – N. Y., 1960. – 576 p.
27. Convers, P. Political representation in France [Text] / P. Convers. – Cambridge, 1986. – 996 p.
28. Downs, A. An Economic Theory of Democracy [Text] / A. Downs – N. Y., 1997. – 310 p.
29. Fiorina, M. Retrospective Voting in American National Elections [Text] / M. Fiorina. – New Haven, 1981. – 249 p.
30. Lipset, S. Cleavage structures, party systems, and voter alignments: an introduction. Party systems and voter alignments: cross-national perspectives [Text] / S. Lipset, S. Rokkan. – N. Y. : Free Press, 1967. – P. 1-64.
31. Lipset, S. Political man [Text] / S. Lipset. – N. Y., 1981.
32. Lazarsfeld, P. The People Choice: how the voter makes up his mind in a presidential 8. campaign [Text] / P. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet. – 3d ed. – N. Y. : Columbia University Press, 1968. – 178 p.
33. Verba, S. Participation in America [Text] / S. Verba, N. Nie. – N. Y., 1972. – 452 p.

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

*Каминский Вадим Сергеевич* – инженер-исследователь отдела исследования уровня и образа жизни населения. Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт социально-экономического развития территорий Российской академии наук. Россия, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а. E-mail: fbcde56b@yandex.ru. Тел.: (8172) 59-78-10.

**Kaminskii V.S.**

## ABOUT THE THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE STUDY OF ELECTORAL BEHAVIOR OF THE POPULATION

*Electoral behavior is the most popular form of citizen participation in the political life of the country. This is due primarily to the fact that voting is a more traditional type of behavior of the citizen than, for example, participation in the activities of political parties, participation in demonstrations, strikes, etc. However, today electoral behavior remains one of the most little-studied areas of political sociology; there is a lack of methodological generalizations and techniques of sociological analysis. Therefore, research into issue requires thorough theoretical and methodological elaboration. The aim of the study, the results of which are presented in the article, is to analyze the main theoretical and methodological approaches to the study of electoral behavior. This study allows us to draw the following conclusions. Foreign science has developed three approaches to the study of electoral behavior: sociological, socio-psychological (party identification theory) and the theory of rational choice. Russian studies are based on the theoretical-methodological basis developed by foreign scientists and are dedicated to aspects of electoral behavior such as drivers of voting behavior, mechanisms that influence electoral activity, methods of manipulating public consciousness, phenomenon of electoral trust, features of electoral behavior of the youth. Attempts were also made to determine the degree of applicability of foreign theories to Russian realities. According to the author, due to the limitations of existing theories, the study of electoral behavior should be dominated by the comprehensive approach.*

*Electoral behavior, theoretical and methodological approaches, sociological approach, theory of party identification, rational choice theory, public opinion monitoring.*

## INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

*Kaminskii Vadim Sergeevich* – Research Engineer at the Department of Living Standards and Lifestyle Studies. Federal State Budgetary Institution of Science Institute of Socio-Economic Development of Territories of Russian Academy of Science. 56A, Gorky Street, Vologda, 160014, Russian Federation. E-mail: fbcde56b@yandex.ru. Phone: +7(8172) 59-78-10.