

Беляев Александр Васильевич,

доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры педагогики и психологии профессионального образования ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь
andis-1@yandex.ru



Региональные выборы в ракурсе социальной психологии

Аннотация. В статье поставлена проблема объяснения процесса региональных выборов в органы законодательной власти в контексте социальной психологии. Рассматривается роль факторов, определяющих отношение избирателей к выборным кампаниям: доверие к власти, личностные особенности и поведение кандидатов, механизмы формирования установок, представлений избирателей, культурный контекст, когнитивные процессы. Предлагаются способы, средства селективного отбора кандидатов, преодоления стереотипов.

Ключевые слова: ложный консенсус, негативная информация, когнитивный диссонанс, стереотип, «свой-чужой».

Раздел: (03) философия; социология; политология; правоведение; науковедение.

Выборы 2016 г. закончились успешно, достигнув своей главной цели – обеспечение политической устойчивости не только в центре, но и в регионах. Положительные итоги – результат хорошо организованной системы управления процессом избирательной кампании. Однако жёсткость механизмов управления неизбежно ведёт к утрате интриги, имеющей большое значение в таком сложном в социально-психологическом отношении феномене, как голосование. Следствием отсутствия интриги является предсказуемость результатов, потеря интереса значительной части населения к выборам, снижение избирательной активности. Явка избирателей на выборы в Госдуму в значительной части регионов составила менее половины. Например, в Ставропольском регионе явка избирателей была 42%, к урнам пришло на 200 тысяч человек меньше, чем было на выборах 2011 г. При отсутствии графы «Против всех» протестное голосование выражалось количеством испорченных бюллетеней. На этих выборах их оказалось вдвое больше, чем пять лет назад, – свыше 31 тысячи.

Рассматривать региональные выборы в контексте социальной психологии – значит применить выявленные данной отраслью научного знания принципы социального поведения и социального мышления к различным ситуациям, ко многим формам социального взаимодействия, в том числе и к избирательным кампаниям. Это становится возможным потому, что в них участвуют люди, представляющие различные социальные группы, имеющие различные типы поведения. Описание и объяснение особенностей региональных избирательных кампаний средствами социальной психологии имеют цель понять природу и причины человеческого поведения и мышления в социальных ситуациях, стремление понять, что и почему мы думаем о других людях и как взаимодействуем с ними [1]. Знания, накопленные социальной психологией, способствуют пониманию того, как люди влияют друг на друга в ходе избирательных кампаний, как они позиционируют себя в обществе, оценивают личностные качества идущих во власть, приобретают опыт распознавания скрытых мотивов их поведения. Социальная психология также акцентирует внимание на факторах, формирующих действия и мысли отдельного человека в конкретных социальных обстоятельствах. Такими факторами, оказывающими влияние на поведение людей в ходе выборов, могут

быть действия и особенности других людей (что другие люди говорят или делают), когнитивные процессы (процессы, лежащие в основе наших мыслей, убеждений, суждений о других людях, социальных группах), культурный контекст социального поведения и мышления.

Поведение и мышление людей в ходе избирательных кампаний возможно рассмотреть сквозь призму таких категорий, как *непоследовательная и негативная информация*, эффект *ложного консенсуса*, *огрупплённое мышление*, *когнитивный диссонанс*, *стереотип*, *антиномия «свой-чужой»*.

Эффект негативной и непоследовательной информации. Одной из закономерностей социального познания является наличие особого внимания к неожиданной для нас информации, которая не согласуется с нашими ожиданиями и которую сложно обработать. Тем больше вероятность, что она попадёт в долговременную память. И напротив, мы уделяем меньше внимания той информации, которая согласуется с нашими представлениями и ожиданиями. Данный эффект помогает объяснить, почему политические заявления часто настолько негативны.

Явление *ложного консенсуса* заключается в том, что идущие на выборы кандидаты обычно полагают, что избиратели разделяют их точку зрения, даже когда для этого нет достаточных оснований. Причины уходят в опыт практической деятельности. Представители политических партий склонны выбирать себе в соратники тех, кто придерживается сходных взглядов, следовательно, опыт на интуитивном уровне им подсказывает, что обычно люди согласны с ними.

Огрупплённое мышление – это групповое принятие решений в процессе разработки партийных политических программ, тактики действия на выборах, так как считается, что группа вероятнее совершает принятие правильного решения, чем отдельный человек (реализуется правило, что правота на стороне большинства).

Когнитивный диссонанс. Негативное побудительное состояние, возникающее в ситуации, когда избиратель одновременно располагает двумя противоречивыми знаниями (мнениями, понятиями) о какой-либо политической партии, кандидатах. Состояние диссонанса избирателем переживается как «дискомфорт, от которого стремятся избавиться либо путём изменения одного из элементов диссонансных знаний, либо путём введения нового элемента. Диссонанс возникает и как следствие недостаточного оправдания выбора» [2]. В ходе агитации претенденты используют различные технологии для воздействия на избирателей, однако по причине когнитивного диссонанса избиратели могут изменить свои установки и без какого-либо влияния, принуждения.

Стереотип – относительно устойчивый и упрощённый образ социального объекта (группы, человека, события, явления), складывающийся в условиях дефицита информации. Стереотип складывается как результат обобщения личного опыта избирателя и нередко предвзятых представлений, принятых в обществе. Стереотипы – это когнитивные структуры, состоящие из знаний и убеждений относительно определённых социальных групп, политических объединений, кандидатов.

Принцип «свой-чужой». Социальная категоризация выражается в склонности избирателей разделять представителей политических партий на две категории – «мы» и «они», рассматривать кандидатов либо как «своих», либо как «чужих». «Свои» рассматриваются благосклонно, «чужие» воспринимаются более негативно: предполагается, что они наделены отрицательными чертами.

Учёт сочетания указанных эффектов и ситуаций социального поведения и взаимодействия в избирательных кампаниях помогает понять *причины «бесконечных конфликтов в избираемых органах власти, отстаивания собственных амбиций, ис-*

пользования власти в корыстных целях – того, что нередко видят избиратели в реальности. Следствием этого является потеря доверия избирателей к избранным представителям власти. Люди, не верящие в справедливость, эффективность законов и их безотлагательное исполнение для всех, оказываются перед собственным выбором. Иногда это путь депрессии, подавленности, ухода в алкоголизм или наоборот – агрессии, часто сопровождающийся игнорированием законов» [3].

Рассмотрим проявление особенностей мышления и поведения граждан на примере избирательной кампании (2016 г.) в Ставропольском регионе. Из числа принявших участие в голосовании на выборах в Государственную думу за «Единую Россию» отдали голоса 55% избирателей. В выборах в городскую Думу Ставрополя в списки избирателей было включено 293 447 человек. Приняло участие 41,9% от количества зарегистрированных граждан (123 218 человек). За «Единую Россию» проголосовали 52,1% участников голосования. Эти результаты также получили у единороссов положительную оценку. Однако скрытый от поверхностного взгляда смысл, как часто бывает, заключается в подробностях. На подробности эти и следует обратить внимание, чтобы понять, как действуют внутренние механизмы выборов.

Одна из них связана с самым интригующим событием в преддверии голосования – дебатами. Иногда участники дебатов так увлекались действием, что им не хватало времени сказать самое главное. Некоторые кандидаты слишком опрометчиво использовали возможности озвучить компромат на конкурентов – в итоге тянули друг друга на дно. Данная ситуация – пример проявления *эффекта негативной информации*. Результаты многих исследований указывают на то, что там, где дело касается социальной информации, избиратели «действительно чувствительны к негативным типам информации; это помогает объяснить, почему политические заявления часто настолько негативны. Люди, проводящие кампанию, очевидно, понимают, что такие попытки повлиять на сознание избирателей являются более успешными» [4].

Результаты выборов местной властью были признаны успешными. Однако в этом единении далеко не всё заслуживает одобрения. *Ложный консенсус* проявился в том, что представители партии власти были настолько убеждены в правильности выбранных решений, что не смогли определить для себя ограничения, проявляли вседозволенность. Поэтому, когда победители говорят, что большинство населения оказало им поддержку, это преувеличение, искажение действительности. Кто пришёл на выборы и голосовал за партию власти? Пришли в основном представители самой власти, те, кто занимает должности с достойными окладами. Они хорошо организованы, поэтому пришли все, привели своих родственников, подчинённых. Так что власть, проявляя тесное единение, голосовала сама за себя, за своё стабильное существование. Выборы стали корпоративным делом местной элиты.

С точки зрения социальной психологии чрезмерная сплочённость как результат принятия *огрупплённых решений* опасна. Опасна потому, что не учитывает возможность принятия очень значительных по последствиям ошибочных решений.

Другая подробность касается финансирования выборов: привлечение сомнительных фондов, «добровольные» взносы строительных компаний, сельхозпредприятий, сети аптек, миллионные взносы самих депутатов. По данным избиркома, только на выборах в краевую и федеральную Думы партии потратили 80 млн рублей. Самой богатой была «Единая Россия» (62 млн рублей). Благодаря этим спонсорам, иронизируют избиратели, на ближайшие пять лет положительные изменения нашему краю не угрожают.

Устойчивое неприятие выборов, протестные настроения возникают у граждан, когда в списках для голосования они встречают фамилии депутатов, отсидевших свой

срок в прошлой Думе и не понёсших никакой персональной ответственности за неудовлетворительное исполнение депутатских полномочий. Когда власть предлагает голосовать за «своих»: за бывшего ректора, не знавшего меры в обеспечении себя денежным довольствием из университетского бюджета (впору ставить вопрос об утрате доверия, а не вносить в избирательный бюллетень); за кандидатов – ветеранов законодательных собраний, по десять и более лет занимающих депутатские кресла и превративших депутатский мандат в пожизненную ренту, в итоге происходит утрата интереса к выборам, а вместе с ней – снижение избирательной активности граждан.

Высказанные выше нелюбимые оценки «карьерных депутатов», не отягчённых ответственностью перед населением, не относятся к тем немногим представителям всех ветвей власти, кто добивался признания собственным трудом, имеет профессиональные достижения, пользуется заслуженным авторитетом: отстаивающим гражданскую позицию работникам образования, здравоохранения, представителям реального сектора экономики, журналистам, спортсменам. Но они не спасают положения и зачастую служат прикрытием для тех, кто десятилетиями использует власть для конвертации административных возможностей в личное благополучие. Назревает и социальный конфликт: всё труднее скрыть противоречия между властями придерживающимися и теми, кто продолжает работать. Достижение между ними консенсуса вряд ли возможно. Тот факт, что большая часть людей, продолжающих работать, не пришла на выборы, очень тревожный сигнал. Поэтому роль государства заключается в том, чтобы не допустить раскола общества по оси «свои – чужие»: богатые и бедные, элита – простые граждане. Сейчас наши соотечественники особенно остро реагируют на любую несправедливость, нарушения закона, коррупционные скандалы.

Приведённые аргументы помогают понять, почему у населения формируется *стереотип* негативного отношения к выборам. И в то же время большинство жителей регионов поддерживают власть на федеральном уровне: президента, министров, получивших всенародное признание, Государственную думу, положительно оценивают роль «Единой России» в укреплении государственности, в обеспечении стабильности. В итоге возникает диссонанс как следствие недостаточного оправдания выбора.

Когнитивный диссонанс возникает по причинам противоречивости отношений избирателей к власти на федеральном и региональном уровнях. Главным итогом выборов является достигнутая формальная политическая стабильность. Такую стабильность можно оценивать по-разному. Во-первых, положительно, если исходить из потребности населения в стабильности, общественной консолидации: простые люди не меньше, чем политики, озабочены будущим России. Во-вторых, отрицательно, потому что при власти остались многие из тех, кто уже состоял депутатом в Думе прошлого созыва. Как показывают социологические опросы, россияне от политиков устали, а к их речам приобрели стойкий иммунитет.

В первую очередь важно обратить внимание на характер отношений избирателей к власти. Граждане России поддерживают президента (82,6%). Деятельность Государственной думы на федеральном уровне одобрили 47,2%. Работу кабинета министров в целом положительно оценивают 53,6% наших сограждан. Для всех остальных институтов власти (республиканские власти, администрация города) уровень доверия не поднимается выше 11% (население воспринимает их представителей как «чужих»). Органам местного самоуправления доверяют лишь 20%. Не доверяют люди и другим политическим институтам. Невысоким доверием людей пользуются и политические партии: лишь 15% в той или иной степени доверяют им, а больше половины (61%) не доверяют. 67% наших сограждан – против перемен, так как люди опасаются, «что пло-

хое сменится худшим». По результатам исследования, проведённого Институтом социологии РАН, 65% наших соотечественников доверяют российской армии, православной церкви – 46%. Значительная часть респондентов (79%) уверена, что ничего они решить не в силах. «А местная бюрократия, – отмечает академик А. Горшков, – очень рада тому, что у граждан отсутствует запрос на реальное, эффективное самоуправление. Местным чиновникам так жить гораздо удобнее – без контроля снизу, в привычной “планово-клановой системе”, в абсолютно закрытом режиме» [5]. Сами же выборы, по результатам опросов, большого следа в общественном сознании не оставили. На вопрос о перспективах развития России на ближайший год 40% считают, что страну ждут трудные времена, 38% считают, что ничего принципиально не изменится, 22% утверждают, что страна будет развиваться успешно. В политической жизни страны граждане надеются прежде всего на «смену поколений» и приход новых лидеров, молодых и активных. Такой ответ дали 72% респондентов [6].

Резюмируя итоги региональных выборов, необходимо отметить и некоторые положительные изменения: прежде всего обновление депутатского корпуса. В Ставропольском крае, например, краевой парламент обновился на 52%. Однако доля новых избранников в составе Ставропольской городской думы лишь 23%. В итоге жители вновь встретят депутатов, ничем положительным не запомнившихся за время их пребывания в Думе прошлого созыва.

Какие меры могут способствовать преодолению стереотипа устойчивого негативного отношения населения регионов к власти, к выборам?

Первое. Наиболее предпочтительными средствами повышения избирательной активности граждан являются средства информационного обеспечения избирателей, поддержание интриги как следствия реальной конкуренции, наличие возможностей для разъяснения кандидатами и партиями своих позиций, для распространения агитационных материалов [7]. Доверие избирателей к власти следует повышать не административными методами, а реальными делами политических лидеров, направленными на выражение интересов населения. Это, в свою очередь, связано с необходимостью усиления гражданско-правового контроля за выполнением полномочий официальными выборными лицами, их готовностью нести ответственность перед гражданами (выполнение программ, предвыборных обещаний).

Второе. Необходима разработка комплекса правовых, организационных мер, направленных на повышение авторитета муниципальной власти: увеличение объёма полномочий, контроль за прозрачностью расхода бюджетных средств, повышение самостоятельности органов самоуправления.

Третье. Многие избиратели, особенно молодёжь, плохо знают тех, за кого голосуют. По этой причине во властные структуры продолжают проникать, особенно в регионах, люди одиозные, не отягчённые интеллектуальными и нравственными достоинствами, психологическая структура личности которых позволяет проводить аналогии с представителями криминальных сообществ. Из этого следует, что обеспечение правовой, моральной и психологической защиты избирателей связано с решением таких проблем, как создание условий для реализации конституционных прав граждан, повышения правосознания, предупреждение случаев нарушения правовых и этических норм в процессе выборов кампаний.

Четвёртое. Повышению активности молодых избирателей будет способствовать и создание дискуссионных площадок, на которых смогут общаться, обсуждать и решать важные общественные проблемы студенты, преподаватели, представители власти, общественности, средств массовой информации города, края. Молодые люди должны понимать особенности местного сообщества, формы участия в его делах,

свои права и обязанности, уметь отличать истинные цели, интересы местных группировок от того, что ими декларируется, уметь адекватно оценивать культурный, интеллектуальный уровень представителей властных структур, уровень их морально-этического и гражданского сознания, поведения.

Ссылки на источники

1. Социальная психология: ключевые идеи / Р. Бэрн, Д. Бирн, Б. Джонсон. – 4-е изд. – СПб.: Питер, 2003. – 512 с.
2. Психология: словарь / под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Политиздат, 1990. – С. 165.
3. Нарницкая Г. Выборы. Психология для кандидатов и избирателей. – URL: <http://www.b17.ru/article/34512/>
4. Социальная психология: ключевые идеи / Р. Бэрн, Д. Бирн, Б. Джонсон. – С. 109.
5. Добрынина Е. Кампания за компанию // Российская газета. – 2014. – 09 сент.
6. Добрынина Е. Полёт на честном слове // Российская газета. – 2016. – 25 ноября.
7. Любарев А. Е. Активность избирателей на федеральных, региональных и муниципальных выборах в Российской Федерации // NB: Проблемы политики и общества. – 2013. – № 8. – С. 138–209. – URL: http://e-notabene.ru/pr/article_8778.html.

Alexander Beljaev,

Doctor of Pedagogic Sciences, Professor at the chair Pedagogic and Psychology of the Professional Education, North-Caucasian Federal University, Stavropol

andis-1@yandex.ru

Regional elections in the foreshortening of social psychology

Abstract. The paper deals with the problem of the explanation of the process of regional elections to the organs of legislative authority in the context of social psychology. The role of the factors, which determine the attitude of voters toward electoral campaign, is examined: control of election campaign, personal special features and behavior of candidates, mechanisms of installations information, ideas of voters, cultural context, cognitive processes. The author proposes methods and means to improve the mechanism of selective election of candidates and overcoming of stereotypes.

Key words: false consensus, negative information, cognitive discord, stereotype, “friend-foe”.

References

1. Bjeron, R., Birn, D. & Dzhonson, B. (2003). *Social'naja psihologija: ključevye idei*, 4-e izd., Piter, St. Petersburg, 512 p. (in Russian).
2. Petrovsky, A. V. & Jaroshevsky, M. G. (eds.) (1990). *Psihologija: slovar'*, 2-e izd., ispr. i dop., Politizdat, Moscow, p. 165 (in Russian).
3. Narnickaja, G. *Vybory. Psihologija dlja kandidatov i izbiratelej*. Available at: <http://www.b17.ru/article/34512/> (in Russian).
4. Bjeron, R., Birn, D. & Dzhonson, B. (2003). Op. cit., p. 109.
5. Dobrynina, E. (2014). “Kampanija za kompaniju”, *Rossijskaja gazeta*, 09 sent. (in Russian).
6. Dobrynina, E. (2016). “Poljot na chestnom slove”, *Rossijskaja gazeta*, 25 nojabrja (in Russian).
7. Ljubarev, A. E. (2013). “Aktivnost' izbiratelej na federal'nyh, regional'nyh i municipal'nyh vyborah v Rossijskoj Federacii”, *NB: Problemy politiki i obshhestva*, № 8, pp. 138–209. Available at: http://e-notabene.ru/pr/article_8778.html (in Russian).

Рекомендовано к публикации:

Некрасовой Г. Н., доктором педагогических наук,
 членом редакционной коллегии журнала «Концепт»

Поступила в редакцию <i>Received</i>	17	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	17
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	17	Опубликована <i>Published</i>	29.03.17



© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2017

© Беляев А. В., 2017