

Секция «Политико-психологические особенности политических процессов в современной России и в мире»

Социально-психологические факторы электорального поведения избирателей

Научный руководитель – Попова Ольга Валентиновна

Данилкин Алексей Андреевич

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет политологии,
Санкт-Петербург, Россия

E-mail: danilkin181@gmail.com

Данные тезисы посвящены проблеме влияния различных социально-психологических факторов на электоральное поведение современных избирателей.

Актуальность темы данного исследования обусловлена тем, что, согласно анализу современных избирательных кампаний, специалисты-практики опираются прежде всего на собственный опыт и интуицию, и в гораздо меньшей степени - на данные объективных научных исследований о закономерностях электорального поведения граждан

В современной политологической науке выработаны разные научно-методологические позиции по вопросу определения электорального поведения избирателей. Так, например, с точки зрения А.В. Качановой и А.С. Ивлеевой, «в электоральной социологии наиболее устойчивым является определение электорального поведения как совокупности объективно обусловленных и субъективно мотивированных действий избирателей, осуществляющих избирательные права в целях реализации своих социально-политических интересов» [4, с. 45]. В данном определении выделяются субъективные и объективные стороны в электоральном поведении избирателей. Объективным фактором, в том числе, является внешне-политическая ситуация в нашей стране, а субъективным фактором являются идеологические предпочтения и психологические установки той или иной группы избирателей. Таким образом, они полагают, что на процесс принятия политического решения избирателем оказывают влияние как политические интересы и ценности различных социальных групп, так и другие объективные и субъективные факторы.

Выделяют разные подходы к пониманию социальных, экономических институциональных, политических, ситуационных, и личностных факторов электорального поведения. Например, К.А. Иваненко подчеркивает важность личностного фактора в определении направленности и характерных признаков электорального поведения. По его мнению, опыт взаимодействия избирателей с политиками положительно влияет на электоральное поведение: у избирателей, которые имеют подобный опыт, уровень явки на выборы существенно выше, чем у остальных граждан [2, с. 81].

Политическая власть должна учитывать политические решения, которые принимают избиратели во время выборов. Однако, по нашему мнению, для значительной части населения нашей страны, особенно для молодежи, характерен абсентеизм и в целом аполитичность. Поэтому традиционные методы электоральной мобилизации не могут в полной мере использоваться в реалиях российской политической системы.

Акцент на психологические факторы воздействия на сознание избирателя был сделан М.М. Кононовым который выделяет следующие основные виды информационно-психологического влияния на сознание избирателя: убеждение, внушение, психологическое заражение, подражание, мода [5, с. 57-60].

По нашему мнению, для эффективности убеждения особенно важным становится «встречное движение» политического лидера и избирателей, признаком которого является заинтересованность электората в получении соответствующей информации от политического

лидера. Для этого политический лидер должен обладать необходимыми знаниями и учитывать чувства и настроения избирателей, их психологические установки, систему ценностей, симпатии и антипатии, и ожидания.

Помимо личностных психологических установок, большое значение для электорального поведения имеют и установки общественного мнения, которые влияют как на решение избирателя об участии в голосовании, так и на политические предпочтения. В осуществлении психологического заражения важнейшая роль принадлежит субъекту воздействия, его эмоциональности, коммуникативным умениям, артистизму и даже внешним данным.

Важным психологическим фактором является и использование того «языка», который характерен для той или иной группы избирателей. Например, для молодежи одним из важных факторов является активное использование интернет-технологий в избирательном процессе. О.Е. Суркова и А.А. Елизаров делают акцент на влиянии цифровых технологий, на электоральное поведение. Интернет-среда является, по мнению авторов, наиболее благоприятной для формирования новых моделей электорального поведения [6, с. 151]. Таким образом, для привлечения молодежи к участию в выборах и в целом политической активности важно использовать современные интернет-технологии, в частности, блоггинг, стримы и т.д.

В заключение отметим, что значительное влияние на формирование электорального поведения различных групп населения оказывают такие социально-психологические факторы как психологические установки, эмоции, чувства, личный опыт коммуникации избирателя с политиком, настроения разных электоральных групп. Политическая власть должна учитывать политические решения, которые принимают избиратели во время выборов. Однако, по нашему мнению, для значительной части населения нашей страны, особенно для молодежи, характерен абсентеизм и в целом аполитичность. Поэтому традиционные методы электоральной мобилизации не могут в полной мере использоваться в реалиях российской политической системы.

Источники и литература

- 1) Антонян А.Р. Использование информационных технологий в формировании электорального поведения граждан // Русская политология. 2021. №2 (19). С. 72-74.
- 2) Иваненко К.А. Социально-психологические детерминанты электорального поведения избирателя // Вестник РУДН, серия Психология и педагогика, 2013. № 3. С. 77-83.
- 3) Иоселиани А.Ю. Агитационное воздействие опросов общественного мнения на волеизъявление избирателей // Территория науки. 2012. №2. С. 90-94.
- 4) Качанов А.В., Ивлева А.С. Электоральное поведение как социально-политический феномен // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2020. №7. С. 29-33.
- 5) Кононов М.М. Психологические особенности информационного воздействия на сознание избирателя // Власть. 2008. №5. С.57-60.
- 6) Суркова О.Е., Елизаров А.А. Технологии формирования моделей электорального поведения» // МНИЖ. 2022. №5. С. 151-154.