

УДК 316.62:324

Гетман А.А.  
Getman A.A.

## Актуальные проблемы современных электоральных исследований в странах Запада

Topical issues of electoral behavior studies in Western countries

В представленной статье на основе исследований западных учёных рассматриваются возникшие или усилившиеся в первом десятилетии XXI века проблемы, активно влияющие на изучение электорального поведения жителей ряда западных стран. В работе представлены теоретические выводы по каждой рассмотренной проблеме, а также возможности распространения результатов этих выводов на другие страны.

**Ключевые слова:** электоральное поведение, отчуждение, безразличие, «голосование по привычке», явка избирателей, достоверность ответов, США, Северная Европа, Западная Европа



On the basis of works by western scholars, author considers problems, emerged or strengthened at early 21st century, actively influencing the electoral behavior studies in the western countries. The article introduces theoretical conclusions on every problem, and also a possibilities of expansions this conclusions onto other countries.

**Key words:** electoral behavior, alienation, indifference, habitual voting, voter turnout, response validity, USA, Northern Europe, Western Europe

Уже не первый десяток лет разработка вопроса формирования у избирателей различных установок и предпочтений и их влияния на поведение избирателей на выборах остаётся актуальной темой политических исследований западных стран. Важность изучения электорального поведения там видят в поисках путей воздействия на предпочтения и мнения избирателей, выявление тенденций к увеличению явки избирателей на выборы, поисков причин и факторов формирования электорального поведения, разработки наиболее точных методов прогнозирования исходов выборов. С этой целью обращается внимание на разработку путей преодоления различных проблем, встающих на пути исследователя электорального поведения. Данные проблемы препятствуют получению наиболее достоверных результатов, являются комплексными и динамичными, подстраивающимися под конкретную среду. Эти проблемы начали рассматриваться ещё в 60-х годах прошлого века, но исследовались они мало и не столь активно, однако с начала 2000-х годов наблюдается всплеск интереса к ним. Отчасти, это связано с развитием методов и подходов к пониманию электорального поведения. Развитие технологий и методологии изучения, так же как и динамические общественно-политические реалии, заставили более тщательно подходить к получению результатов исследований, что в свою очередь их актуализировало.

ГЕТМАН Александр Александрович, аспирант кафедры политологии Дальневосточного федерального университета. (г. Владивосток). E-mail: alexander\_getman@mail.ru

С другой стороны, в начале 2000-х годов в США начинается период экономического спада, существенно отразившийся на многих сферах жизни американских граждан, что в свою очередь приводит к возрастающему недоверию избирателей к партиям.

Проблемы эти можно разделить на три основных группы: отчуждение и безразличие избирателей, «голосование по привычке» и валидность результатов опросов. Данные проблемы достаточно индивидуальны сами по себе и требуют конкретного подхода к своему изучению, и в то же время очень тесно связаны друг с другом. Общая актуальность их исследования и разработки состоит во всё более возрастающей потребности в точных и отвечающих действительности результатах электоральных исследований; необходимости достоверной информации по электоральному поведению в научной и политической сферах общества, в средствах массовой информации; выявлены тесные взаимосвязи с множеством политологических вопросов.

Отчуждение и безразличие рассматривались философами и социологами ещё столетия назад, но не в политическом контексте. Эти понятия очень близки и символизируют собой оторванность, равнодушие, отстранённость людей от общества и социальной деятельности. В политическом контексте эффекты отчуждения и безразличия принадлежат к области чувств избирателя, формируемых политической системой. Возрастающую актуальность данной проблемы в современном мире можно объяснить растущей неудовлетворённостью избирателей состоянием государства и общества, кризисами в политике и экономике и многих других сферах.

Данная проблема важна для понимания электорального поведения в целом. Безусловно, чувства отчуждения и безразличия являются важным компонентом электорального поведения, зачастую сильно влияющим на явку избирателей. Изучение этой проблемы может помочь поиску решений для сокращения количества отчуждённых и безразличных избирателей и поднятию их уровня явки. Дж. Мелтон, исследователь из Иллинойского университета, в своей работе 2009 года утверждает, что чувства отчуждения и безразличия у избирателей можно принимать за некий показатель состояния партийной системы [9, р. 1]. Эти чувства у избирателей возникают не на пустом месте, и определяющим фактором в их возникновении являются партии и их идеологические позиции. Тем самым, исходя из степени отчуждения и безразличия у избирателей, можно делать те или иные выводы о представленности их идей и идеологических воззрений в партийной системе. К таким выводам он пришёл, исследовав результаты опросов, проведённых в период семи различных парламентских избирательных кампаний в США и в Швеции.

Многие теоретические модели явки избирателей предполагают воздействие партийной системы на решения отдельных личностей на явку на выборы. И, тем не менее, эмпирические изучения данной зависимости дают противоречивые результаты. Несовпадения между ожидаемым и выявленным влиянием партийной системы на явку избирателей могут быть объяснены с помощью общего допущения, сделанного в ранних исследованиях. Существующие исследования указывают, и теоретически, и эмпирически, что компоненты партийных систем должны влиять на явку всех избирателей одинаково. Однако нам известно, что некоторые избиратели склонны голосовать по привычке. Голосующие и не голосующие по привычке показывают одинаковую явку на выборы, вне зависимости от того, что предлагает избирательная система. Таким образом, нам не следует ожидать каких-либо перемен в явке данных избирателей на следующие выборы. С другой стороны, голосующие с неустойчивым

мнением, не вырабатывают привычки к голосованию и сильно зависят от изменений в партийной системе [9, р. 1].

Пространственные модели голосования предполагают, что партийная система будет оказывать сильное влияние на явку избирателей. Под пространственной моделью голосования стоит понимать разработанную теоретическую парадигму исследования выборов, предполагающую, что избиратель голосует за кандидата, наиболее близкого к его идеологическим позициям [2, р. 110]. В частности, идеологические позиции партий могут привести электорат к состоянию отчуждения или безразличия. Отчуждение избирателя предполагает, что ни одна из партий не представляет в полной мере его идеологическую позицию. С другой стороны, если у многих партий идеологические позиции являются достаточно близкими, это может привести избирателя к выводу о том, что несколько партий достаточно хорошо отражают его идеологию. В итоге это приводит к безразличию относительно итогов голосования. Отсюда и появляется нежелание голосовать. Таким образом, и отчуждение, и безразличие приводят к отказу от голосования. Данный момент очень важен, и его следует брать во внимание, так как одно лишь число представленных на выборах партий не сильно влияет на явку избирателей [8, р. 1].

Когда в партийной системе появляется новая партия, чувство отчужденности растёт, чувство безразличия ослабевает, вне зависимости от идеологических позиций партии. В итоге, не столь важно, сколько появляется партий, так как явка избирателей обусловлена тем, насколько позиции новых партий воздействуют на индивидуальные чувства отчуждения и безразличия, поэтому очень важно учитывать именно идеологические позиции партий, а не их общее число [8, р. 9].

Необходимо отметить, что различные исследования отчуждения и безразличия показывают разные результаты. В одних исследованиях падение явки избирателей из-за чувств отчуждения и безразличия составляет 17%, в то время как другие исследования, проведённые в это же время, показывают падение явки избирателей всего на 2%. Так же разнятся и мнения в различных исследованиях относительно значимости отчуждения или безразличия [9, р. 2].

Закономерно возникает вопрос о том, почему в некоторых исследованиях эффекты отчуждения и безразличия на результаты голосования столь малы? В данном случае могут быть две причины. Во-первых, неправильные измерения отчуждения или безразличия ослабляют влияние данных проблем на исход голосования. Во многих ранних исследованиях использовались не совсем точные методы измерения их значений у избирателей, поэтому неточности вполне могли послужить причиной вывода о низком влиянии этих проблем на результаты выборов. Вторая причина относится к индивидуальной предрасположенности к голосованию. Некоторые избиратели всегда действуют на выборах одинаково – всегда голосуют или наоборот, всегда уклоняются от выборов, вырабатывая привычку к голосованию или отказу от него. Они каждый раз принимают одинаковое решение. Такие предрасположенности избирателей не попадают под влияние чувств отчуждения и безразличия, так как они predeterminedены ещё задолго до выборов. Избиратели без подобных предрасположенностей находятся под сильным влиянием этих чувств [8, р. 28]. То есть, исследователи, которые пренебрегли индивидуальными предрасположенностями избирателей, переоценили эффекты отчуждения и безразличия на них, и, в то же время, недооценили эффекты отчуждения и безразличия на избирателей без «привычки» голосовать или не голосовать.

Голосование «по привычке» сильно меняет ожидаемый эффект от отчуждения и безразличия. Явка у голосующих по привычке – результат

уже устоявшегося решения, так что, даже если у этих избирателей и наблюдаются чувства отчуждения или безразличия, они вряд ли влияют на их решение [9, p. 3].

Также очень важно отличать отчуждение и безразличие от отдалённости от политики или равнодушия к ней. На первый взгляд, эти чувства кажутся идентичными, однако это далеко не так. Как уже ранее было замечено, избиратели становятся отчуждёнными или безразличными, реагируя на изменения в партийной системе. Проще говоря, если партии меняют свою идеологическую позицию таким образом, что избиратели, отмеченные чувствами отчуждения или безразличия на прошлых выборах, будут удовлетворены и проголосуют на следующих выборах – то это полностью отражает их вовлечённость в политический процесс и чувствительность к изменениям в партийной системе. С другой стороны, индивиды, дистанцированные от политики и равнодушные к ней, никак не отреагируют на изменения в партийной системе, и даже более – они абсолютно равнодушны к ней и вряд ли вообще смогут узнать о каких-либо изменениях [8, p. 15]. Таким образом, исследователь должен принимать во внимание существенную разницу этих понятий.

Стоит упомянуть и о том, что идеологические позиции партий в целом относительно стабильны, что, впрочем, не означает того, что они неизменны. Чтобы сохранить силу и влияние и максимизировать электоральные перспективы, партии корректируют свои позиции для получения максимального количества голосов на приближающихся выборах. Эти небольшие корректировки приводят к ощутимым изменениям в позициях партий между выборами [8, p. 16]. Так что можно утверждать, что на идеологический спектр партийной системы влияет не только возникновение новых партий, но и изменения в уже существующих партиях, детерминируя количество отчуждённых и безразличных.

Значения отчуждения и безразличия обычно подсчитываются, исходя из взглядов на идеологические позиции и отношения избирателей к партиям и кандидатам, участвующим в предвыборной гонке. Каждый исследователь собирает пространственную информацию, используя свой, отличный от других, метод исследования. Валидность полученных результатов остаётся под вопросом.

Предоставленный выше взгляд на две существенные проблемы для любого исследователя, занимающегося изучением электорального поведения, нашёл своё отражение не только в работах, ограниченных географическими рамками США и Швеции, но и в других исследованиях по странам с двух- и многопартийной системой: Бразилия, Канада, Германия и др. Тем не менее, данный подход не является универсальным, и, не смотря на общность данной проблемы для большинства государств с такими партийными системами, требует корректировки в соответствии с региональными особенностями в каждом отдельном случае. Низкие результаты явки избирателей на выборы в Российской Федерации являются свидетельством тесного симбиоза недоверия к партиям и чувств отчуждения и безразличия. Эффекту отчуждения во многом способствует и устоявшееся за последние годы мнение избирателей о том, что их голос не имеет существенного влияния на исход выборов.

Современные исследования электорального поведения всё более сходятся во мнении, что количество избирателей, голосующих по привычке, неуклонно растёт. С ростом населения страны единственный голос избирателя теряет свой вес и влияние на результат выборов, а так как затраты для участия в голосовании достаточно значительные (то есть трата времени и других ресурсов на изучение программ и информации о кандидатах, посещение избирательного участка и т.д.), то издержки, вероятнее всего, превзойдут возможную выгоду, вытекающую из бес-

конечно малого шанса повлиять на результат выборов. Таким образом, избирателю придётся довольствоваться разве что чувством гордости за выполнение своего гражданского долга.

«Голосование по привычке» требует изучения по нескольким причинам. Во-первых, это одна из основополагающих проблем, встающих перед исследователем электорального поведения. Она зачастую всплывает даже в исследованиях, которые напрямую к ней не относятся, например, в связи с её влиянием на явку избирателей. Во-вторых, эта проблема зачастую препятствует получению достоверных данных. Например, уже упоминалось, что голосование «по привычке» может исказить результаты исследований отчуждения и безразличия. Большая изученность этой проблемы позволит избежать её негативного влияния на исследования других составляющих электорального поведения. В-третьих, изучение причин появления привычки у избирателей позволит выявить способы их мотивации с целью побуждения на участие в голосовании.

На основании различных исследований А. Гербер, Д. Грин и Р. Шахар формируют четыре различных подхода к изучению формирования «голосования по привычке» у избирателей. Во-первых, активные избиратели получают внимание от партий и кандидатов, стимулирующее их голосовать. Во-вторых, голосование вносит изменения в широкий спектр психологических особенностей, оказывающих влияние на электоральную мотивацию. Среди них можно отметить чувство гражданского долга, желание участвовать в жизни общества и заинтересованность в политике. В-третьих, избиратель испытывает позитивные или негативные эмоции, связанные с самим актом голосования. Избирателя может привлекать само действие голосования, или же наоборот, человек может отказаться от участия в голосовании, считая, что политика слишком сложна для него. В-четвёртых, факт участия или неучастия в выборах действует на самооценку личности. У активно голосующего избирателя формируется мнение о себе, как о человеке, задумывающимся о путях развития общества и разбирающимся в политике. И в то же время тот, кто отказывается от участия в выборах, может видеть себя борцом с системой или личностью, не поддающейся на «уловки» государства [5, p. 548]. К таким выводам профессора из Йельского и Тель-Авивского университетов пришли на основании данных, полученных с изучения опросов и явки избирателей на выборы в США второй половины XX века. Такая региональная ограниченность их выборки не позволяет однозначно говорить об универсальности полученных результатов, однако при ближайшем рассмотрении, очевидно, что с различной долей корректировки их можно наложить и на политическую действительность других государств.

Если анализировать проблему в целом, то стоит сказать, что её изучением занимаются не так давно – первые исследования начались в последних десятилетиях прошлого века. Однако ещё раньше, примерно в начале шестидесятых годов, проблема начинает всплывать в американских исследованиях электорального поведения. Эти ранние исследования, пусть и не всегда посвящённые конкретно проблеме «голосования по привычке», очень помогли впоследствии при формировании подходов к данной проблеме. Среди них можно отметить исследования Л. Милбрэса 1965 года [10], С. Вербы и Н. Найя 1972 года [14], С. Розенстоуна 1982 года [13] и так далее. Так что уже можно говорить почти о пятидесятилетнем существовании работ, затрагивающих проблему прямо или косвенно. Однако это способствовало лишь выработке научной базы по данной проблеме, но конкретных решений на сегодняшний день не так много. Причин этому несколько. Во-первых, как выше уже было отмечено, целенаправленные исследования «голосования по привычке» ведутся сравнительно недавно. Во-вторых, используемая на момент зарожде-

ния исследований модель рационального выбора давала очень спорные результаты. В конце концов, это привело к тому, что конкретные модели подсчёта уровня «голосующих по привычке» избирателей разрабатываются лишь в последнее десятилетие.

Существует мнение, что самым значимым фактором в изучении голосования «по привычке» является не уровень доходов или образования у избирателя, а его возраст. Американский исследователь данной проблемы Э. Плутзер, исследовав в 1968 году стремления людей, окончивших высшее учебное заведение и не окончивших его, на предмет участия в голосовании, выявил 58% и 41% голосующих соответственно [12, p. 42]. В 1980 г. исследование этой же группы людей показало, что результаты возросли до 90% и 85%. Э. Плутзер так же утверждает, что те избиратели, кто из года в год не голосовал «по привычке», станут делать это, если впервые отдадут свой голос на выборах. Однако сам исследователь утверждает, что в его работе есть два серьёзных изъяна. Во-первых, группа исследуемых избирателей была родом из самого политически неустойчивого времени (явления вроде войны во Вьетнаме и движений за гражданские права сформировали у данной группы политическое поведение, очень отличное от современного). Во-вторых, в группу исследуемых не были включены лица, не окончившие старших классов, а это исключило из неё 27% потенциальных избирателей [11, pp. 2-3]. Однако, даже отбросив в сторону данные изъяны, очевиден тот факт, что данный подход применим лишь к узко определённым географическим и временным рамкам – США периода 1960-80х гг. Тем не менее, полученные Э. Плутзером результаты позволяют лучше понять происхождение проблемы голосования по привычке.

Процесс формирования привычки начинается ещё в раннем возрасте. Гражданин голосует под влиянием родителей, демографических и личных факторов. Некоторые продолжают голосовать «по привычке» и дальше, но большинство не голосует, и продолжает уклоняться от голосования на последующих выборах. Так что «новые» избиратели голосуют скорее по инерции, чем из склонности к постоянству. Если говорить более подробно, то склонность к постоянству в электоральном поведении кроется в происхождении детских и юношеских установок и идеологических позиций. У тех же, кто голосует по инерции, большее влияние оказывает выбор, сделанный на одних или двух последних выборах. Вероятность того, что человек, который привычно не голосует, всё-таки сделает это, со временем возрастает, и даже есть возможность, что он станет голосующим «по привычке». У некоторых это происходит сразу, у других же привычка не голосовать может сохраняться долгое время. Важно выявить факторы, которые быстрее всего воздействуют на избирателя и преобразуют его из уклоняющегося в голосующего. Когда избиратель становится на путь постоянного голосования, то влияние факторов, действующих на него ранее, начинает идти на убыль [12, p. 42].

В заключении, к описанию последней проблемы важно добавить, что постоянная явка избирателей может иметь большое значения для политики. Например, если предпочтение избирателей голосовать или не голосовать на выборах устойчиво, то важно дать первоначальный толчок к голосованию. Политические детские образовательные программы помогут предотвратить привычку не голосовать ещё до её возникновения. Вследствие этого, вложения в политические образовательные программы, направленные на молодёжь, окупятся колоссальной прибылью [4, p. 30].

Проблема валидности результатов опросов избирателей на Западе исследуется ещё с шестидесятых годов прошлого века, и не только в политических науках, но и в социологии, психологии, маркетинге. Она

является одной из серьёзнейших проблем в современных исследованиях электорального поведения. Зачастую оказывается очень непросто собрать данные, которые в полной мере будут отвечать действительности. Эта проблема становится очевидной, когда исследователи начинают изучать поведение или позиции людей по отдельным вопросам, особенно таким личным, как идеологические позиции или симпатии к отдельным кандидатам и партиям на выборах. Но так как данные, собранные исследователями, скорее отражают то, что им ответили респонденты, а не то, как они себя повели, очень велик шанс того, что респонденты говорили неправду. И, пожалуй, отчётливее всего это проявляется при исследовании вопросов, связанных с явкой и голосом избирателей. Например, в исследовании, проведённом Джеффри Карпом и Дэвидом Брокингтоном, завышенные показания респондентов в ответах на опросы составляли от 20 до 40% (данные на основе явки избирателей на выборы в пяти странах: США, Великобритания, Норвегия, Швеция, Новая Зеландия) [7, p. 830]. Робертом Бернштейном так же отмечаются 20% результаты завышения ответов в опросах в США [3, p. 23]. Несмотря на чёткие географические рамки приведённых в пример исследований, важность данного явления очевидна для любого государства, где существуют опросы в любой форме их проявления. И тем более, стоит добавить, что эта проблема на сегодняшний день актуальна не только для исследований электорального поведения, но так же и для политических, социальных и психологических наук в целом.

Зачастую, совокупное количество избирателей, утверждающих, что они проголосовали, куда больше, чем зарегистрировано на самом деле. Когда исследователи сравнивают полученные с помощью опросов данные с данными из официальных источников, количество респондентов, утверждавших, что они проголосовали, было больше, чем количество тех, чьи голоса были получены. И так как систематическое сообщение неверных сведений влечёт за собой эти несоответствия, то они серьёзно искажают выводы исследования, пытающегося установить причины или следствия явки избирателей [6, p. 2].

Существует ряд возможных объяснений несоответствий между ответами респондентов и официальной статистикой, которая не включает в себя ложные сведения, представленные респондентами. Во-первых, это могут быть ошибки в самих вычислениях. Например, проверяя записи о явке избирателей, куда более вероятно, что запись одного избирателя не будет найдена (например, по причине её потери или регистрации избирателя по другому адресу), нежели, чем будет найдена неправильная запись, указывающая на не голосовавшего избирателя как на проголосовавшего. В результате это приведёт к несоответствию между словами респондентов и данными измерений явки избирателей. Во-вторых, проблемы может создать неправильный подсчёт избирателей. Например, исследователь Д. Клаузен в 1968 г. обнаружил, что в число избирателей на президентских выборах 1964 г. были включены такие «потенциальные» избиратели, как заключённые и бездомные, которые не включаются в число опрашиваемых респондентов [6, p. 2]. В более позднем исследовании 2002 года М. Макдональдом и С. Попкиным были исследованы данные группы, не участвующие в избирательном процессе. Так как эти люди либо будут голосовать с малой долей вероятности, либо не будут иметь возможности голосовать вовсе, они не включаются в группу респондентов, что впоследствии ведёт к расхождениям с официальной статистикой. Территория обоих этих исследований относится к США, однако, как показывает временной разрыв между ними, проблема так и не нашла окончательного решения. Однако подобная ситуация с так называемыми «мёртвыми душами» актуальна и для других стран. Напри-

мер, данная проблема достаточно часто всплывает на постсоветском пространстве, в том числе и в Российской Федерации, о чём свидетельствуют многочисленные упоминания её в СМИ. В-третьих, проблемы может создать неполучение ответа от респондента. В данном случае могут быть различные поводы для отсутствия ответа от респондента из выбранной группы опрашиваемых, и эта неудача может повлиять на конечный результат опроса.

В-четвёртых, во многих опросах исследователи опрашивают респондентов и до, и после выборов, а это повышает шанс того, что у опрошенных перед выборами респондентов может возрасти интерес к политике и повысить их фактическую явку на избирательные участки, таким образом, увеличивая число респондентов, проголосовавших на самом деле. Некоторые исследования доказали, что опрос респондентов до выборов повышает возможность того, что опрошенный респондент проголосует [6, pp. 2-4].

Однако все остальные результаты, не соответствующие действительности, могут быть отнесены к неточностям в ответах респондентов о явке. Например, респондент может сказать, что он проголосовал, хотя на самом деле он этого не сделал. Существует три возможных объяснения подобных действий: 1) некоторые респонденты могут отвечать на все общие вопросы о явке утвердительно (так называемая «склонность к согласию», когда у респондента имеется тенденция отвечать на общие вопросы только «да» или для отображения позитивной коннотации); 2) некоторые респонденты непреднамеренно забывают, на каких выборах они отдали голос, а на каких – нет; 3) некоторые респонденты преднамеренно дают не соответствующие действительности ответы о том, что они проголосовали, дабы представить себя в социально желаемом или превосходном свете [6, p. 6]. Далее рассмотрим все три причины подробнее.

«Склонность к согласию» была подробно рассмотрена исследователем Р. Абельсоном в 1992 году. Он лично опросил несколько выбранных наугад респондентов, задавая одним вопрос «голосовали ли вы на выборах?», а другим «пропустили ли вы выборы?». Последний вопрос изменяет влияние «склонности к согласию», не ассоциируя голосование с положительным ответом. Вследствие этого, люди, склонные к любым утверждениям, были вынуждены ответить, что они не голосовали. Оба эти вопроса выдали одинаковый процент людей, ответивших, что они проголосовали, тем самым бросив вызов точке зрения на то, что «склонность к согласию» способствует завышению результатов в опросах [6, p. 8].

Дуглас Н. Джексон провёл схожий с предыдущим эксперимент [1]. Он использовал практически идентичные тесты, однако в последнем он придал всем вопросам противоположное значение. Группа опрошенных в обоих случаях была одинаковая. Он предполагал, что сравнение тестов даст негативный результат, однако при сравнении обнаружилась высокая степень идентичности. Д. Джексон использовал эти данные как доказательство «склонности к согласию». Респонденты попросту соглашались со всеми вопросами, независимо от их содержания.

Д. Джексон и С. Мессик, используя факторный анализ, так же выделяют две главных причины, объясняющие большинство ответов в «Миннесотском многоаспектном личностном опроснике» (ММРП): ожидание социального одобрения (об этом чуть ниже) и «склонность к согласию». Самым действенным способом борьбы со «склонностью к согласию» можно считать баланс вопросов с негативными и позитивными значениями [1]. Тем самым, отрицать влияние «склонности к согласию» на завышение результатов в опросах ещё рано, тем более что суть проблемы



кроется в психологии человека и мало связана с такими факторами, как географические и временные рамки.

«Непреднамеренное забывание» может являться следствием ошибки, допущенной респондентами во время того, как они пытаются отыскать в своей долгосрочной памяти, голосовали ли они на конкретных выборах. Из-за этой ошибки респонденты могут искренне считать, что они проголосовали, хотя на самом деле этого не делали. Расставляя по местам свои воспоминания, респонденту очень важно определить, на какой момент времени они приходятся: на выборы, о которых был задан вопрос, или же на какие-либо другие. Избиратели, которые обычно голосуют на всех выборах, но на последних не проголосовали, должны особо осторожно анализировать свои воспоминания, потому как даже небольшие ошибки в датах могут привести их к неверному ответу.

Данная гипотеза согласуется с тем фактом, что в сравнении с ответами респондентов, обычно не голосующих на выборах, голосующие гораздо чаще говорят, что они выполнили свой гражданский долг, хотя по факту они этого не делали. Так же существенно и то, что завышенные результаты в опросах увеличивается пропорционально временному разрыву между выборами и опросом.

Даже несмотря на то, что ошибки в воспоминаниях респондентов встречались в опросах, большинство давало не соответствующие действительности ответы из-за ожидания социального одобрения, что в свою очередь вносило путаницу в результаты опросов. Голосование – это уважаемое и одобряемое обществом поведение, поэтому люди с неохотой признаются интервьюеру или исследователю, что они не исполнили свой гражданский долг. Существует великое множество доказательств того, что респонденты иногда умышленно представляют себя в общественно-одобряемом свете и многие исследователи соглашались с тем, что это основной источник неправильных результатов в опросе.

Представленные в работе теоретические выводы о различных проблемах современных электоральных исследований неразрывно связаны с географическими и временными рамками, в которых они проводились. Данный фактор не позволяет распространять полученные результаты на другие страны и регионы в чистом виде. Тем не менее, полученные выводы можно рассматривать и в контексте других государств, однако сами теоретические подходы к ним нуждаются в соответствующей корректировке. Неоспоримым фактом является то, что рассмотренные явления кроются в психологии человека, которая не всегда детерминируется лишь пространственно-временными рамками. Поэтому с уверенностью можно утверждать, что такие проблемы, как безразличие избирателей к институту выборов или несоответствие результатов опросов действительности, присущи многим государствам. Но рассматривая их, всегда необходимо учитывать контекст – региональные особенности, внутриполитическую ситуацию, временные рамки и так далее.

Изменения, происходящие в общественно-политической системе мирового сообщества и отдельных государств, наравне с различными событиями и кризисами в ней, диктуют свои условия при выборе подхода к изучению электорального поведения. Неудивительно, что на передний план сейчас вышли именно исследования влияния экономических факторов и СМИ на поведение избирателя, а так же исследования факторов и путей формирования электорального поведения у молодёжи. Это объясняется очевидным влиянием экономических кризисов, возрастающей ролью средств массовой информации на политический процесс и общим вниманием к проблемам молодёжи. Эти вопросы показали свою актуальность в последнее десятилетие, что подтверждается большим количеством работ соответствующей тематики. В свою очередь, это ука-

зывает на важность электоральных исследований в целом, и их востребованность во многих сферах общественной и политической жизни. Они показывают политическое мышление современного гражданина и те явления общественной и экономической жизни, которые влияют на его мнения, предпочтения и установки относительно политического поведения и принятия электоральных решений.

Наличие рассмотренных в работе проблем говорит о сложности, комплексности и многообразии электорального поведения на сегодняшний день. Изучение электорального поведения изменялось так же, как и политика, и общество, к которым оно относится. Прогресс науки, методологии и научной базы исследований, вместе с всевозрастающей актуальностью данной проблемы и вниманием, к ней обращенной, дают достаточно благоприятную картину развития исследований электорального поведения. Необходимо, чтобы разработки в этом направлении помогали лучше понять проблему в неразрывной связи с другими явлениями общественно-политической жизни.



---

### Литература

1. Acquiescence bias [Электронный ресурс] URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/Acquiescence\\_bias](http://en.wikipedia.org/wiki/Acquiescence_bias) [Дата обращения: 06.08.2012].
2. Beeler Asay G.R. How does ideology matter in the spatial model of voting? // *Public Choice*. 2008. Volume 135. Issue 3-4. P. 109-123.
3. Bernstein, R., Chadha, A., Montjoy, R. Overreporting voting: why it happens and why it matters / R. Bernstein, A. Cadha, R. Montjoy // *The public opinion quarterly*. 2001. Vol. 65. № 1. PP. 22-44.
4. Denny, K., Doyle, O. Does voting history matter? Analysing persistence in turnout / K. Denny, O. Doyle // *American journal of political science*. 2009. Vol. 53. № 5. PP. 17-35.
5. Gerber, A., Green, D., Shachar, R. Voting may be habit-forming: evidence from the randomized fields experiment / A. Gerber, D. Green, R. Shachar // *American journal of political science*. 2003. Vol. 47. № 3. PP. 540-550.
6. Holbrook, A. Social desirability bias in voter turnout reports: tests using the item count and randomized response techniques / A. Holbrook. – IL, 2005. – 67 p.
7. Karp, J., Brockington, D. Social desirability and response validity: a comparative analysis of over-reporting voter turnout in five countries / J. Karp, D. Brockington // *Journal of politics*. 2005. Vol. 67. № 3. PP. 825-840.
8. Melton, J. Do parties' ideological positions matter? The effects of alienation and indifference on individuals' turnout decisions / J. Melton. IL, 2009. 220 p.
9. Melton, J. Understanding the Effects of Alienation and Indifference on Voter Turnout through the Lens of Habitual Voting / J. Melton. IL, 2009. 45 p.
10. Milbrath, L. W. Political participation / L. W. Milbrath. IL, 1965. 223 p.
11. Owens, C. Brushing one's teeth and casting a ballot: a closer look at habitual voting / C. Owens. IL, 2009. 22 p.
12. Plutzer, E. Becoming habitual voter: inertia, resources and growth in young adulthood / E. Plutzer // *American journal of political science review*. 2006. Vol. 96. № 1. PP. 41-56.
13. Rosenstone, S. J. Economic adversity and voter turnout / S. Rosenstone // *American journal of political science*. 1982. № 26. PP. 25-46.
14. Verba, S. Nie, N. Participation in America: social equality and political democracy / S. Verba, N. Nie. NY, 1972. 452 p.