

ИНФОРМАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ОБЩЕСТВА

УДК 159.923.2

Ермак В. Д.

ЭЛЕКТОРАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ТИМ ПСИХИКИ

Рассматриваются особенности и соционические характеристики электорального поведения. Показано, что для исследования и прогнозирования электорального поведения могут быть использованы модели ТИМа психики¹.

Ключевые слова: избиратель, электор, электоральное поведение, соционика, тип информационного метаболизма психики, модель ТИМа психики.

Когда я читала Интернет, то выяснила, что на выборах не идеологию будут выбирать, а будут выбирать между руками, которые ничего не воровали, и мозгами, которые никогда не думали.

Юлия Тимошенко

Практика проведения выборов в Украине, результаты которых нередко не поддаются никакому рациональному (разумному!) объяснению, сделала актуальной проблему анализа *электорального поведения* населения. Сегодня теория электорального поведения практически не разработана ни у нас, ни в других странах. Причина этого — отсутствие у современных общественных наук достоверного теоретического и эмпирического материала, а также методологии и инструментария для работы с ним. Ни политология, ни социология, ни философия, ни юриспруденция, ни психология самостоятельно не сумели разработать хоть какую-то теорию электорального поведения. [1].

Проблема электорального поведения хотя и является комплексной, междисциплинарной, анализ её традиционно считается предметом политологии и социологии. И социология, и политология понемногу изучают механизмы поведения избирателей и те факторы, которые определяют выбор избирателем того или иного поведения. Однако понятия «электорат», используемое ими, различается по своей трактовке. Так, для политологов «электорат» (лат. *elektor* — избиратель) — круг избирателей, голосующих на выборах за какую-либо политическую партию, блок партий или представителя той или иной политической силы [2]. Социологи же понимают под «электоратом» не только тех людей, которые принимают участие в голосовании, но всех граждан, обладающих правом голоса и реализующих (или нереализующих) его в созданных для этого условиях. Социологический подход к изучению и организации выборов часто оказывается более эффективным, чем политологический [1]. О психологическом подходе пока нет ни работ, ни хотя бы конструктивных разговоров...

Исследовать проблему электорального поведения — значит установить, *как люди принимают решение* об участии в выборах, и исследовать те *факторы*, которые оказывают воздействие на электоральное поведение. И тут оказывается, что различие политологического и социологического подходов состоит, главным образом, в том, как объясняется выбор основного фактора, под влиянием которого формируется соответствующее решение избирателя. Для политологов это, несомненно, политические установки и не всегда явно выражаемые идеологические убеждения избирателя. Хотя иногда учитываются и некоторые социальные факторы. Для социологов — это обычно «рыхлая», часто недостаточно определённая совокупность социокультурных факторов, по-видимому (!?) влияющих на личность и, возможно (!?), определяющих её ориентации в тот или иной момент избирательной кампании [1,3,9].

¹ Изложение доклада на XXII Международной конференции по соционике, г. Киев, 16–23 сентября 2006 г.

Практика организации избирательных кампаний так называемыми политтехнологами показывает, что ни политологический, ни социологический подходы в реальности даже не объясняют электоральное поведение людей, не говоря уж о его прогнозировании. Действительно, о каком политологическом подходе может идти речь, если за месяц-неделю до выборов около половины потенциальных избирателей ещё не представляют, за какую партию они будут голосовать, а решение многие избиратели принимают лишь в день выборов, — какие уж тут идеологические установки!.. [1]. Социокультурные и социально-демографические факторы также не могут объяснить взаимосвязи социального положения людей с тем, как они ведут себя в процессе выборов: «Связь, наблюдаемая обычно почти во всех областях социальной практики между социальным классом и деятельностью либо мнениями людей, очень слаба в случае электорального поведения. Причём эта связь слаба настолько, что некоторые, не колеблясь, делают заключение об отсутствии какой-либо связи между социальным классом и фактом голосования за «правых» или за «левых» (французский социолог *Пьер Бурдьё*, [4]).

Похоже, вообще затруднительно рассчитывать, что какая-то одна наука может исчерпывающе объяснить сущность электорального поведения. Можно говорить о некоторых концепциях, которые в той или иной мере объясняют различные стороны электорального поведения и, следовательно, позволяют приблизиться к его моделированию и прогнозированию [1]. Бесспорно, что при использовании любой концепции приходится считаться и с наличием множества «непросчитываемых» моральных, организационных и проч. переменных, а также «груза» традиций, определяющих электоральное поведение и затрудняющих его моделирование и прогнозирование.

Одной из таких концепций является известная в социологии *теория рационального выбора Макса Вебера* [5], согласно которой (применительно к выборам) избиратель выбирает вариант, соответствующий его целям, т.е. *желательный*, выгодный для себя. Целерациональное (по Веберу) поведение рассматривается как стратегия индивидуального поведения в процессе взаимодействия людей и социума. В моделях соционики так функционирует психика на уровне *индивидуального блока принятия решений суперИД модели ТИМа психики* [6]. Следовательно, *одна из разновидностей электорального поведения избирателя — это нормальное включение его психики в окружающий мир, т.е. такое, когда человек реагирует на ожидаемую, желательную, функционально типичную (типовую) информацию, соответствующую роли и аспектной структуре блока суперИД (ф.5 ⇒ ф.6) модели его ТИМа психики; принятие решения в этом случае происходит в результате нормального срабатывания психических функций и блоков модели ТИМа психики.*

В зависимости от информационных аспектов, обрабатываемых психическими функциями модели ТИМа психики, формируется семантика (содержание, реальное выражение) индивидуального поведения конкретного избирателя... Это — нормальная, благополучная ситуация демократических выборов, когда есть выбор (с точки зрения электора!..) и «...избиратель действительно выбирает...» [3]. Это — в определённом смысле, идеальный случай, степень приближения к которому и определяет, по-видимому, в какой-то части меру демократичности того или иного социума.

Другая концепция (гипотеза, по определению самого автора) — *о механизмах воздействия массового сознания² на принятие электоральных решений* — разработана народным депутатом Украины *О.В.Петровым* [1]. Кстати, на основе опыта собственной избирательной кампании (!)... Суть этой концепции: под воздействием общечеловеческого и группового уровней общественного сознания, общечеловеческих и групповых ценностей форми-

² *Массовое сознание* – совокупность идей, представлений, иллюзий, чувств, настроений, отражающих все стороны жизни общества, принципиально доступных массам и способных вызвать их интерес. Важнейшая его черта состоит в том, что именно в сфере массового сознания порождаются одинаковые (у представителей различных социальных классов, групп) или разные (у представителей одного социального класса или группы) устремления, интересы, потребности, навыки, оценки и т.п. Подробнее – см. *Грушин Б.А.* Массовое сознание: опыт определения и проблемы исследования.– М.: Политиздат, 1987.– 368 с.

руются первичные, базовые установки и ценностные ориентации избирателей; на них оказывают серьёзнейшее воздействие *элементы общественного сознания* и, в частности, различные его состояния:

- ценностные ориентации и установки личности;
- когнитивный потенциал (уровень информированности) личности;
- общественное мнение;
- общественное настроение.

Так, на формирование *ценностных ориентаций* личности огромное влияние оказывают ценности, формирующиеся в сфере массового сознания (например, в неформальной группе). То же можно сказать и об *установках*, т.е. общих ориентациях человека на определённый объект, предшествующих действию и выражающих предрасположенность действовать определённым образом [7]. *Повышение уровня информированности (когнитивный потенциал)* позволяет избирателю иметь своё мнение (если оно дозволено!..) о программах партий, блоков и личности того или иного кандидата.

Общественное мнение, считает О.В.Петров, способно в наибольшей мере отклонять «стрелку выбора» при принятии избирателем решения о голосовании, поскольку оно включает в себе скрытое или явное, достаточно устойчивое оценочное отношение различных социальных общностей к проблемам, событиям и фактам действительности, формирующее нормы или псевдонормы социума. Однако это относится не к какой-то определённой социальной группе, а к некоей «размытой» социальной общности, которую иногда называют общественностью, иногда — массой, иногда — народом, иногда — толпой. Складывающееся на различных по глубине уровнях общественного сознания *общественное мнение* в различных конкретных ситуациях оказывается в разной степени адекватным реальному положению вещей — может содержать в себе как верные, реалистичные, так и ложные, иллюзорные выводы о действительности. Отсюда и непоследовательность, и противоречивость проявлений общественного мнения, и проблемы, связанные с его оценкой. Процессы формирования и функционирования общественного мнения могут протекать стихийно, однако в современных обществах чаще всего они испытывают сильное воздействие со стороны многочисленных социальных учреждений (политических партий и организаций, средств массовой информации и пропаганды, «всемирной паутины» — интернета и т.п.) или ярких, харизматических личностей [7].

В связи с проблемой влияния общественного мнения на поведение личности-электора очень интересна т.н. «теория спирали молчания», предложенная, обоснованная и доказанная немецким социологом *Элизабет Ноэль-Нойман* [8]. Сущность этой теории в изложении самой Э.Ноэль-Норман (наверняка не знакомой с соционикой!) достаточно ярко иллюстрирует функционирование *блока суперЭГО модели ТИМа психики*: «Теория спирали молчания исходит из того, что общество... угрожает изоляцией, отторжением индивидам, отклоняющимся от консенсуса, и что, с другой стороны, индивиды обладают, часто неосознанным... страхом перед изоляцией. Этот страх побуждает их постоянно выяснять, какие мнения и способы поведения одобряются, утверждаются или не одобряются, постоянно искореняются в их окружении... Если люди считают, что соответствуют консенсусу общественного мнения, они более уверены в себе и участвуют в разговоре, частном и публичном, демонстрируют свои убеждения, например, значками, наклейками, одеждой и другими доступными для публичного одобрения символами. Если же люди убеждены, что их меньшинство, они становятся осторожными и молчаливыми, усиливая у общественности впечатление слабости своего лагеря, пока этот лагерь действительно не сократится до малого твёрдого ядра, которое крепко держится за прежние ценности, или пока не будет объявлено табу на него» [8].

Смысл «теории спирали молчания», особенно актуальной, по убеждению Э.Ноэль-Норман, для понимания электорального поведения, сводится к тому, что люди, определяя свои позиции и мнения, постоянно следят за своим окружением, чутко реагируя на мнение «большинства», некие формальные или неформальные (неявные) нормы и традиции социу-

ма (очень похоже на работу функции «социальные нормы» (ф.3) блока суперЭГО модели ТИМа психики). Это, конечно, не означает, что всегда, в любой ситуации они подстраиваются к мнению «большинства» (например, формируя адекватные мнению «большинства» коммуникативные модели [6]). Но то, что они учитывают его, принимая и реализуя те или иные решения, в частности, в избирательной кампании, — безусловно.

И, наконец, ещё один элемент общественного сознания, оказывающий серьёзнейшее влияние на электорат, — *общественное настроение*, т.е. преобладающее состояние чувств и умов тех или иных социальных групп в определённые периоды времени. Оно характеризуется определённой предметной направленностью (политическое, эстетическое, религиозное и т.д.) и может проявляться, с одной стороны, в апатии, депрессии, с другой — в подъёме, энтузиазме. Общественное настроение (иногда употребляют термины «массовое настроение», «социальное настроение») может «захватить» и объединить в одно целое большие группы людей, его иногда считают нормативным показателем уровня благополучия, социальной устроенности или неустроенности народа. Общественное настроение находит проявление и в жизнедеятельности отдельной личности в той мере, в какой её индивидуальное настроение отражает социальные обстоятельства этой жизнедеятельности и выражает отношение личности к тем или иным явлениям и процессам, происходящим в обществе. Особо значимо проявление общественного настроения в ходе избирательных кампаний, где оно может приобрести характер решающего фактора, в значительной степени определяя направленность электорального поведения [7].

Таким образом, проведенный анализ гипотезы о механизмах воздействия массового сознания на принятие электоральных решений показывает, что другая разновидность электорального поведения реального избирателя — это социально-нормативное включение психики в процедуру принятия решений, связанное с воздействием общественного сознания и его элементов, вследствие чего электору приходится учитывать социальные нормы и традиции, следовать общественному мнению, считаться с общественным настроением и т.п. — явное свидетельство функционирования психики на уровне **блока суперЭГО (ф.3 ⇒ ф.4)**; принятие социально приемлемого решения блоком суперЭГО, как известно [6], носит нормативно-неуверенный характер и, следовательно, ведёт к такому же функционированию ТИМа психики, а значит, и поведению реального избирателя.

В зависимости от информационных аспектов, обрабатываемых психическими функциями модели ТИМа психики, формируется адекватное по содержанию и реальному выражению социально-нормативное поведение конкретного избирателя... Перефразируя приведенную выше оценку первой разновидности электорального поведения, можно сказать, что другая разновидность электорального поведения — это ненормальная, неблагоприятная ситуация недемократических выборов в тоталитарной или посттоталитарной стране... И ненормальное функционирование психики граждан и социетальной психики общества, чреватое стрессами и постстрессовыми, депрессивными осложнениями, психозами и т.п.[3]. Что и имеет место сегодня в Украине!..

По данным Всемирной организации здравоохранения, по количеству психических расстройств на почве политических событий в стране Украина лидирует в мире. Ни в одной стране мира на протяжении последних лет не было столь печальной статистики психических заболеваний, связываемых больными с политической ситуацией и политическими событиями!.. Причина — разочарование в политиках, депрессии, связанные с такими характеристиками «сильных страны нашей», как обман, предательство, измена принципам.³ Объясняя сложившуюся ситуацию, один из известных украинских политтехнологов и политических психологов считает, что в своё время руководству СССР было выгодно индифферентное отношение электората к политической жизни, как бы «выключенная» политическая активность. Как считают психотерапевты, психика людей была как бы «заморожена»[9]. Правила игры в «порядок», «демократию» и «самые свободные выборы» были хорошо известны каждому (информационное наполнение функции «социальные нормы» ф.3 блока суперЭГО мо-

³ Сообщение сайта Mignews.com.ua. — август 2006 г.

дели ТИМа психики), а социальный опыт подсказывал: «не высовывайся — всё равно от тебя ничего не зависит!» (информационное наполнение функции «социальный опыт» ф.4. той же модели). От социума и людей не требовалось никаких решений!.. В сложных случаях, когда обстоятельства вынуждали высказываться или действовать, люди «напяливали» на свою психику подходящую случаю коммуникативную модель и «играла» от этой маски, скрывая свой подлинный социотип [6]...

Приобретение Украиной независимости происходило на волне колоссального политического и эмоционального подъёма. У людей появилось ощущение, что они могут на что-то влиять, что от принятых ими решений что-то зависит. Но люди столкнулись с хаосом — вместо «социальных норм» на психику обрушились политическая нестабильность, нечестные игры в «приватизацию», чехарда цен и тарифов, наглое, бесстыдное отношение «элиты» и чиновников к народу, проникнутое пренебрежением к нормам нравственности и благопристойности («удар» по информационному наполнению ф.3), практическая невозможность использовать в условиях организационного и правового беспредела «старый» социальный опыт (неуверенность по одномерной ф.4)... Всё это в совокупности порождает растерянность и неуверенность людей в столкновении с дикой реальностью — типичная реакция блока суперЭГО (ф.3 ⇒ ф.4) модели ТИМа психики на «мутный» поток информации. И до последнего времени политики держат людей, общество и страну в таком состоянии. До каких пор?.. А пока сами не научимся думать, сознательно разбираться в политике и принимать решения!..

Проведенный выше анализ показал, что исходным пунктом формирования электорального поведения в современных обществах выступают не только социокультурные, политические и экономические, но и социально-психологические, и психологические личностные факторы, которые определяют положение и настроение избирателя в обществе. На совокупности этих факторов и формируется общественное сознание. При этом важно учитывать, что индивидуально-личностное сознание избирателя, отображаемое моделью определённого типа информационного метаболизма (ТИМ) психики, и общественное сознание случайных групп людей (национальные и этнические образования, коллективы производств и организаций, учебные и воинские формирования и т.п.), отображаемое моделью интегрального типа информационного метаболизма (ИТИМ) социетальной психики, находятся в сложной диалектической взаимосвязи — то, что в тот или иной момент думает тот или иной человек, определяется не только его личностными характеристиками, но и элементами общественного сознания, проникающего в его индивидуально-личностное сознание.

Л и т е р а т у р а :

1. Петров О. В. Социологические избирательные технологии. — Днепропетровск: Арт-Пресс, 1998. — 164с.
2. Словарь иностранных слов. — Изд. 14-е. — М.: Русский язык, 1987. — С. 579.
3. Князева Л. В. Электоральное поведение как социокультурное явление: Диссертация на соискание учёной степени кандидата социологических наук. — Харьковский госуниверситет, 1996. — С. 24-34.
4. Бурдые П. Социология политики. : Пер. с фр. — М.: Socio-Logos, 1993. — С. 176.
5. Вебер М. Основные социологические понятия // Избранные произведения. — М.: Прогресс, 1990. — С. 511.
6. Ермак В. Д. Как научиться понимать людей. Соционика — новый метод познания человека. — М.: ООО «Астрель»: ООО «Издательство АСТ», 2003. — 523, [5] с.: ил. — (Ты и твой тип).
7. Краткий словарь по социологии / Под общ. ред. Д.М.Гвишиани, Н.И.Лапина; Сост. Э.М.Коржева, Н.Ф.Наумова. — Политиздат, 1988. — С. 479.
8. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. Пер. с нем. — М.: Прогресс — Академия, Весь Мир, 1996. — С. 289.
9. Павлова П. Удар по крыше. // Газета «Киевские ведомости», 22.08.2006, С. 7.

Статья поступила в редакцию 01.11.2006 г.