

4. Shtejnberg I., Shanin T., Kovalev E., Levinson A. Kachestvennye metody. Polevye sotsiologicheskie issledovanija. SPb.: Aletejja, 2009. 352 s.
5. Jadov V. A. Strategija sotsiologicheskogo issledovanija. M.: Dobrosvet, 2003. 596 s.

Д. Н. Боброва

Победитель конкурса поддержки публикационной активности молодых исследователей (проект 3.1.2, ПСР РГПУ им. А. И. Герцена)

ФИЛОСОФСКО-СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭЛЕКТОРАЛЬНЫМ ПОВЕДЕНИЕМ МОЛОДЕЖИ

В статье проводится философско-теоретический и социологический анализ процесса управления электоральным поведением через сущностный вопрос о возможности управления поведением отдельных общностей граждан, в частности молодежи как особой электоральной группы в избирательном процессе.

Ключевые слова: молодежь, управление, электоральное поведение, выборы.

D. Bobrova

Philosophical and Sociological Aspects of Managing Electoral Behavior of the Youth

The article is devoted to the philosophical and sociological analysis of the process of management of electoral behavior through the essential question about the possibility to control the behavior of individual groups of citizens, in particular young people as special electoral groups in the electoral process.

Keywords: electoral behavior, management, election.

Сегодня одной из важнейших задач в области государственной политики становится более активное вовлечение молодежи в избирательные процессы. Электоральное поведение молодого избирателя, как и любое социальное явление, требует эффективного управления. При отсутствии такового, как показывает практика, происходит неизбежное снижение избирательной активности.

Рассмотрим основные понятия, используемые в данной статье.

Электоральное поведение — это совокупность действий и поступков, связанных с реализацией населением избирательного права. В данной дефиниции говорится не только о действиях, но и о поступках, потому что поступок предполагает как наличие, так и отсутствие какого-либо действия,

влекущего за собой те или иные последствия. Как и любой другой вид поведения, электоральное поведение может быть организованным, спонтанным, систематичным и хаотичным. Будучи совокупностью социально ориентированных актов, оно прагматично и ориентировано утилитарно.

Управление довольно сложно определить одной универсальной дефиницией, это исключительно емкое и многогранное явление. Но в наиболее широком смысле под управлением понимается личностно окрашенное организационное воздействие на совместную деятельность людей, представляющее собой рациональную координацию этой деятельности [2, с. 81].

И здесь встанут логичные философско-правовые, социально-нравственные, а так-

же политические вопросы: как можно управлять электоральным поведением в демократическом государстве, где свобода личности представляет собой фундаментальную ценность политического режима, и участие граждан в выборах является свободным и добровольным, и никто не вправе оказывать воздействие на гражданина РФ с целью принудить его к участию или неучастию в выборах... [5]. Как в целом можно управлять электоральным поведением молодежи, если гражданское общество представляет собой многоцелевую систему, с одной стороны, и систему полиэтическую, т. е. ту, в которой сочетаются различные нравственно-этические ценности различных (половозрастных) групп и социальных слоев, да и отдельных личностей вообще?

Для ответа на эти вопросы предлагается дифференцировать социальную систему на определенные социальные группы и общности с целью дальнейшего изучения их мотивов, установок, всего того, что определяет электоральное поведение, и воздействовать на основе полученных результатов на те факторы, которые являются определяющими в вопросах активности/абсентизма избирателя.

В данном контексте управление ни в коем случае нельзя понимать и отождествлять с такими понятиями, как «насилие», «принуждение». Управление — это только такое воздействие, которое соотносится с гражданской свободой, справедливостью, с личным и прямым волеизъявлением, т. е. со всем тем, что представляет собой главные сущностные характеристики современной формы политической организации общества. В соответствии с законодательством Российской Федерации, да и в соответствии с правилами управления в социальных системах, в принципе нельзя говорить об управлении поведением в жестком смысле слова, а только о направляемости поведения и, что особенно важно, о пределах управляемости. Получается, что управление поведением избирателей «работает» в относи-

тельно узком диапазоне управляемости данного процесса, который определяется не только мудростью субъекта управления, но и наличием социально обусловленных пределов этой управляемости. Поэтому управление поведением избирателей сегодня, в существующих российских политических реалиях, проявляет себя прежде всего как стимулирование деятельности граждан.

Управление в подлинном смысле своего значения выгодно как управляющему, так и управляемому, т. е. всем участвующим в данном процессе индивидам в одинаковой или в разной мере. И это очень хорошо видно на примере реализации гражданского долга избирателя: ведь приходя на избирательный участок и делая осознанный выбор, принимая осмысленное решение, гражданин исходит из удовлетворения личных потребностей, при этом прямым путем формируя институты гражданского общества, а значит, и укрепляет всю систему легитимной государственной власти в стране. Польза для гражданина в контексте выборов материализуется в различных ипостасях: в виде получаемого избирателем морального удовлетворения, в виде реализации надежды на улучшение положения дел в регионе или в стране, в виде социальной самореализации и так далее. Управление поведением избирателей в конечном итоге выполняет такую важную функцию для любого общественного института и для индивида в частности, как социально-интегративная.

П. Друкер, ведущий в мире теоретик в области управления, подчеркивает, что «управление — это особый род человеческой деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективную целенаправленную и производительную группу» [4, с. 39]. Это определение как нельзя лучше применимо в том числе и к исследованию электоральных циклов. Управление — процесс, выполняемый субъектами, а следовательно, всегда персонифицирован личностями, личностью. Среди основных субъектов управления электоральным поведением

теоретики избирательного права выделяют следующие: СМИ, политические партии, избирательные комиссии различных уровней (федеральная, региональные, окружные, участковые), органы государственной власти, политические лидеры. Субъекты управления электоральным поведением преследуют различные конечные цели, но явка избирателей на выборы и процесс использования своего права избирать является необходимым условием на пути их достижения. Поскольку нас интересуют социальные индивиды с регулятивным механизмом управленческого типа, то можно предположить, что инструментальная эффективность таких механизмов будет зависеть от места и роли индивидов в социально-политических координатах общества (в первую очередь это наличие и степень власти) [6, с. 27].

Так, государственные органы и их должностные лица, наделенные властными полномочиями, создают и издают законы как регуляторы, в том числе электорального поведения граждан. Совокупность законов в отрасли избирательного права образует систему управленческого регулирования.

Попутно заметим, что электоральное поведение — это один из видов поведения социального. И нельзя забывать, что в основе электорального поведения гражданина, как и в основе любого социального действия, лежит субъективный смысл. Смысл оказывается решающим в определении социального действия. Под социальным действием М. Вебер понимал такое действие, «которое по предлагаемому действующим лицом или действующими лицами смыслу соотносится с действиями других людей и ориентируется на него» [1, с. 88]. Здесь мы вплотную подходим к четырем теориям электорального поведения, среди которых наибольший интерес в контексте веберовских взглядов представляет «социологическая теория», разработанная в прошлом веке видными социологами П. Лазарсфельдом, С. Липсетом и С. Роканом. Согласно этому подходу, электоральное поведение

людей определяется их принадлежностью к большим социальным группам, солидарность с интересами которой и отражает электоральный выбор [3, с. 204].

«Социологический подход», по мнению автора, как раз наиболее характерен для электорального поведения молодых избирателей, так как страх не быть понятым, быть отверженным наиболее характерен для молодых людей. Опыт участия в соревновательных выборах у молодых российских избирателей невелик, поэтому у большинства из них еще не сформировались устойчивые партийные предпочтения. Среди молодых людей, приходящих на избирательные участки, обычно есть те, кто на деле не разбирается в политике, но просто считают себя добропорядочными гражданами, исполняющими свой долг перед обществом. Решение о принятии участия в выборах, даже иногда нерациональное, потенциально также может приниматься в результате стремления соответствовать общепринятым нормам — так, в соответствии с принципом социального одобрения многие молодые люди считают тот или иной поступок правильным, если так делают многие вокруг. Применительно к избирателям это можно назвать согласованностью коллективных действий, конформизмом. «Конформная» мотивация, по результатам ряда исследований, на выборах со временем стала играть все большую роль [7, с. 76]. То есть мы видим, что существенное влияние на электоральное поведение отдельного индивида оказывает его непосредственное окружение.

Конечно, нельзя забывать и о тех молодых избирателях, которые изначально стремятся приходить на избирательные участки и голосовать осмысленно. Это объясняется фактором научения, который в конечном итоге формирует нормы поведения. Участие в ряде последовательных выборов ведет к тому, что методом проб и ошибок поведение российских избирателей постепенно приближается к наблюдаемому. Даже самый «незаинтересованный» человек постепенно

составляет для себя представление о том, кто в российской политической системе фактически имеет власть, и, следовательно, голосовать согласно этим представлениям.

Не стоит упускать из виду тот факт, что в условиях маргинализации статусов российской молодежи, внутри этой особой социально-возрастной группы, может просматриваться некая разнородность. Поэтому поведение многих акторов избирательной системы становится подчас непредсказуемым. Но, с другой стороны, при определенном воздействии на массовое сознание (особенно средствами массовой информации) это поведение может быть очень даже «предсказуемым», на что и нацелены мощные современные информационные технологии.

Управление в данном случае и становится главным способом воздействия на электорат посредством использования своих основных функций (мотивации, планирования, организации, контроля и др.). Важно понимать то, что политическое управление должно согласовываться с самой социальной средой, важно учитывать законы самоорганизации молодых людей, гражданского общества в целом.

Таким образом, управление электоральным поведением молодежи приобретает вид процесса постоянного синергетического (мягкого и осмысленного) вмешательства в социальную действительность и становится не только возможным в рамках демократического государства, но и необходимым условием социально-политической реальности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вебер М. Основные социологические понятия // Избранные произведения / Пер. с нем. М.: Прогресс, 1990. 603 с.
2. Гелих О. Я., Нестеров А. В. Философия и методология управления: Учеб. пособ. для вузов / О. Я. Гелих, А. В. Нестеров. СПб.: Книжный Дом, 2014. 2-е изд. 290 с.
3. Липсет С., Роккан С. Структуры размежеваний, партийные системы и предпочтения избирателей (предварительные замечания) // Политическая наука. М.: Изд-во Ин-та научной информации по общественным наукам РАН, 2004. № 4. С. 204–234.
4. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. М.: Дело, 1992. 704 с.
5. Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации: федеральный закон от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ (в ред. от 2 июля 2013 г.). — [Электронный ресурс]: URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 08.04.2014).
6. Тихонов А. В. Социология управления: стратегии, процедуры и результаты исследований. М.: Канон +, 2010. 607 с.
7. Coleman S. The Effect of Social Conformity on Collective Voting Behavior // Political analysis. 2004. № 12. P. 76–96.

REFERENCES

1. Veber M. Osnovnye sotsiologicheskie ponjatija // Izbrannye proizvedenija / Per. s nem. M.: Progress, 1990. 603 s.
2. Gelih O. Ja., Nesterov A. V. Filosofija i metodologija upravlenija: uchebnoe posobie dlja vuzov / O. Ja. Gelih, A. V. Nesterov/ 2-e izd. SPb.: Knizhnyj Dom, 2014. 290 s.
3. Lipset S., Rokkan S. Struktury razmezhevanij, partijnye sistemy i predpochtenija izbiratelej (predvaritel'nye zamechanija) // Politicheskaja nauka. M.: Izd-vo In-ta nauchnoj informatsii po obshchestvennym naukam RAN, 2004. № 4. S. 204–234.
4. Meskon M. X. Osnovy menedzhmenta / M. X. Meskon, M. Al'bert, F. Hedouri. M.: Delo, 1992. 704 s.

5. Ob osnovnyh garantijah izbiratel'nyh prav i prava na uchastie v referendume grazhdan Rossijskoj Federatsii: federal'nyj zakon ot 12 ijunja 2002 goda № 67-FZ (v red. ot 2 ijulja 2013 g.). [Elektronnyj resurs]: URL: <http://www.consultant.ru> (data obrashchenija: 08. 04. 2014).
6. Tihonov A. V. Sotsiologija upravlenija: strategii, protsedury i rezul'taty issledovanij. M.: Kanon +, 2010. 607 s.
7. Coleman S. The Effect of Social Conformity on Collective Voting Behavior // Political analysis. 2004. № 12. P. 76–96.

Н. Ф. Кудрявцева

НЕОПОЗИТИВИЗМ И «ИНЖЕНЕРНАЯ КОНЦЕПЦИЯ» СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ НАУКИ

Изменение представлений о науке как таковой в неопозитивизме, одном из основных течений в философии XX века, стало основанием для возобновленной уверенности в том, что социология может стать номотетической и «объективной» наукой. В контексте интеллектуальной и политической неопределенности перед Первой мировой войной стремление — явно выраженное в США и менее очевидное в Европе — вновь утвердить эпистемологический статус социологии как равный статусу естественных наук было обусловлено потребностью в надежном знании. Несмотря на заявления сторонников «научной социологии» об отсутствии связи между построением фундаментальной науки и ее практическим применением, фактически исследования были направлены на решение как интеллектуальных, так и практических задач. Социальные и политические явления рассматривались как совокупное поведение индивидов, реагирующих на внешние стимулы, и, таким образом, были предметом статистического анализа, прогнозирования и контроля.

Ключевые слова: неопозитивизм, бихевиоризм, операционализм, эмпирическое исследование.

N. Koudriavtseva

Neo-positivism and 'Engineering Conception' of Sociological Science

Neo-positivism, one of the major schools of 20-th century philosophy, changed the very concept of science and encouraged the view that sociology can be a nomothetic and 'objective' science. In an intellectual and political context of doubt and uncertainty before World War I efforts were made — evident in the USA and silent in Europe — to reintroduce sociology as a science with an epistemological standing equal to that of the natural sciences. Despite the claims that construction of 'basic' science was separate from application, in fact, research was directed by the practical aims. Social and political phenomena were viewed as the behavior of aggregates of individuals responding to external stimuli, and thus made subject to statistical analysis, prediction, and control.

Keywords: neo-positivism, behaviorism, operationalism, empirical research.

Неопозитивизм, основанный на аналогии между физическими и социальными явлениями, скорее представляет развитие «социальной физики» бельгийского математика А. Кетле, чем философского позитивизма О. Конта, «краеугольного камня» в его кон-