Д. Н. Боброва

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРА ИНКУМБЕНСТВА НА ЭЛЕКТОРАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ МОЛОДЫХ ИЗБИРАТЕЛЕЙ

В статье рассматривается влияние фактора инкумбенства на электоральное поведение граждан Российской Федерации и прежде всего молодежи. Проводится анализ оказываемого действия данного феномена на региональных и федеральных предвыборных кампаниях.

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

D. Bobrova

THE IMPACT OF INKUMBENSTS ON THE VOTING BEHAVIOR OF YOUNG VOTERS

The article describes the impact of inkumbensts on the voting behavior of citizens and especially young people. Analysis of the impact of this phenomenon on regional and federal election campaigns.

Keywords: Inkumbent, elections, youth, voting behavior.

Среди доминирующих факторов, оказывающих непосредственное влияние на электоральное поведение молодых избирателей как значительной и наиболее прогрессивной части российского электората, особое место занимает фактор инкумбенства. Термин «инкумбент» был заимствован из англосаксонского языка и обозначает лицо, занимающее выборную должность, то есть находящееся при власти и баллотирующееся вновь *(авт.)*.

Занявший положение политического лидера страны человек сам начинает оказывать определяющее влияние на характер и стиль политики, жизнь всех слоев населения в целом. «Мы говорим … "Россия эпохи Владимира Путина и Дмитрия Медведева", подразумевая одно и то же государство не только в его различные исторические эпохи, но и показывая заметную зависимость государственно-исторических структур России и характера управления ею от стиля и характера действий исторических личностей…» [2, с. 121]. Получается, что власть оказывает определяющее влияние на все аспекты жизни населения одновременно с высоким уровнем ее персонификации в лице верховного правителя.

Последователь теории рационального выбора М. Фиорин акцентировал внимание на таких моментах, которые влияют на электоральное поведение граждан, как фактор действующей власти и нынешней экономической ситуации в стране. Перечисленные факторы в полной мере можно отнести и к молодым избирателям, как составной части электората страны. Суть его взглядов заключается в том, что если потенциального избирателя устраивает его положение, в большей степени материальное, то он связывает это с политикой действующей власти. А значит именно она несет ответственность за экономическое положение дел в стране. И избиратель голосует «за» представителей действующей власти, если его все устраивает, и «против», то есть за оппозицию, если нет. Этот вариант, связанный с индивидуальными оценками инкумбента, является наиболее простым и носит название «ретроспективного» голосования. Г. В. Голосов дополнил теорию М. Фиорин возможностью так называемого «перспективного» голосования, когда избиратель оценивает, каким образом повлияет на экономическое положение успех на выборах той или иной партии или

кандидата. С точки зрения этих двух вариантов рассмотрения самого акта голосования следует выделять «эгоцентрическую» и «социотропную» модели проявления рационализма. В основе первой заложена мысль о достижении или удержании личного экономического благополучия, второй — благополучия общества в целом, то есть в рамках этой теории существует четкая каузальная связь между положением в экономике и исходом выборов для инкумбента. И действительно опрос молодых людей показал, что на первое место среди необходимых качеств, предъявляемых к политическому лидеру, они относят «способность довести дело до конца» (см. рис. 1). Молодые люди вполне однозначно предпочитают профессионалов. Причем профессионализм оказывается для них предпочтительнее моральной безупречности. Молодежь уже не ожидает личного совершенства и моральной чистоты от государственных деятелей, понимая невозможность и недостаточность этого (см. рис. 2). Таким образом, важным для молодых людей в выборе того или иного кандидата является такой важный аспект профессионализма, как его опыт работы на руководящей должности. И в этом случае, естественно, инкумбент, то есть действующий политик имеет неоспоримое преимущество в глазах молодых людей по отношению к оппонентам. Конечно при условии, что его опыт работы рассматривается молодежью преимущественно позитивно.

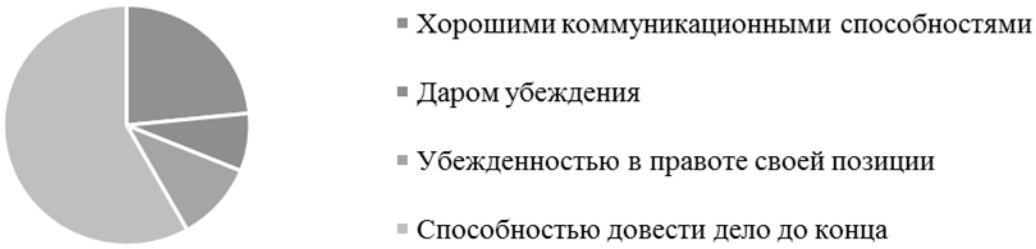

Рис. 1. Сводная диаграмма распределения ответов на вопрос:
«Какими качествами должен обладать эффективный политик?»

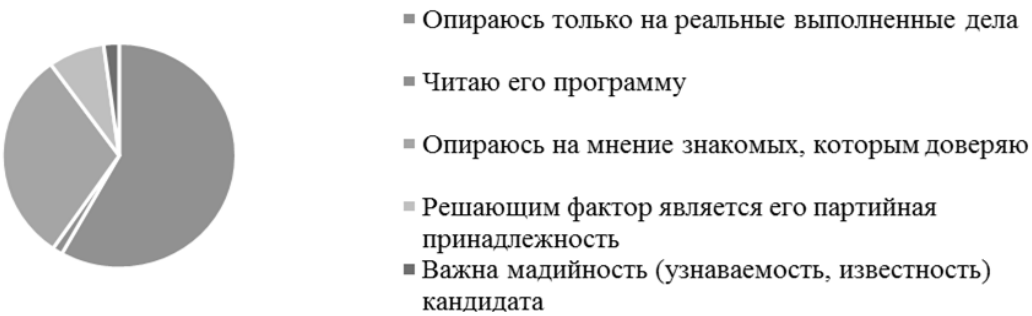

Рис. 2. Сводная диаграмма распределения ответов на вопрос:
«Когда Вы голосуете на избирательном участке, какими мотивами Вы руководствуетесь?»

Привлекательность ретроспективной модели, которая используется при участии инкумбента в выборах объясняется минимизацией издержек на анализ информации. Ретроспективная модель голосования является наименее затратной по сравнению с другими видами голосования. Перспективная же модель требует интерпретации принятия политических решений молодежным электоратом в виде последовательной оценки выгод и издержек электорального выбора. Однако современные исследования показывают, что у большинства молодых граждан нет достаточно полной информации о политическом процессе

и, что самое главное — нет желания обдумывать свой электоральный выбор, что во многом объясняется неразвитостью культуры гражданского участия. И вся информация, которую имеют молодые избиратели сводится к предвыборным заявлениям и деятельности инкумбента. Более того, те молодые избиратели, кто не имеет сколько-нибудь определенных предпочтений, в большинстве своем, как показывает исследование, вообще игнорируют информацию о выборах. Их выбор основывается не на сообщениях СМИ, а на личной непосредственной коммуникации. Другими словами, молодые избиратели находятся в состоянии неуверенности относительно собственного выбора, они не могут прогнозировать как поведет себя тот или иной кандидат в будущем.

По результатам проведенного исследования удалось определить, что молодые люди не имеют достаточно выраженной партийной идентификации, и оценивают представителей властных структур с точки зрения реализованных политических поступков, а также наличие у них хороших коммуникативных способностей. Поэтому оппоненты инкумбентов, делающие ставку на партийной идентификации в прошедших федеральных избирательных циклах теряли голоса молодежного электората. Важнейший их ресурс — партийная идентификация в настоящее время не имеет такой силы на выборах как ранее, что связано с упадком влияния различных малочисленных групп интересов. Не проявляя особой идентификации с идеологиями и партийными символами, они, скорее, предпочитают солидаризироваться с сильными политическими лидерами. Поэтому если предполагается участие в выборах инкумбентов, явка на избирательные участки в день выборов среди молодежи будет выше.

Также инкумбентам, пытающимся аккумулировать голоса молодых избирателей следует учитывать, что молодежь наиболее пассивна к потреблению политических программ в период избирательных кампаний.

Как видно из проведенного анализа, явление инкумбенства ярко проявляет себя на федеральном уровне власти.

Анализ региональных выборов в особенности муниципальных избирательных кампаний показал, что они по сравнению с федеральными сопровождаются гораздо меньшей освещенностью в СМИ.

Инкумбенты на избирательных кампаниях регионального уровня, обладают большими (по сравнению с другими кандидатами и партиями) политическими потенциями как по стимулированию в свою пользу экономического голосования (финансовые ресурсы), так и по разработке и представлению соответствующей программы, более того в силу своего статуса они уже на начальном этапе избирательной кампании известны, близки электорату (информационные ресурсы), поэтому обладают заведомо более высокими шансами на победу. Поэтому можно предположить, что инструментальная эффективность политических акторов будет зависеть от их места и роли в социально-политических координатах общества, в первую очередь, это наличие и степень власти, доступ к регулятивным механизмам управленческого типа.

Геральд Райд в своей работе «Электоральный выбор в Америке», указывает на определяющее значение личностных качеств инкумбента. «Тот факт, что политик-инкумбент однажды уже выигрывал выборы, говорит о том, что его кандидатура привлекательна для электората…»[5, с. 81]. Об этом упоминает и М. Вебер в своей теории плебисцитарной демократии. Отводя центральное место политическому лидеру, который избирается всенародно, Вебер подчеркивает, что тот должен обладать таким обязательным элементом, как харизма. Это дает ему собственный источник легитимности. Без обладания ею устойчивость режима плебисцитарной демократии снижается в несколько раз.

Получается, что властные возможности инкумбента в регионе позволяют ему влиять на избирателей, а значит и увеличивать явку на выборах.

Ведущие субъекты электоральных процессов как на федеральном, так и на региональном уровне стремятся монополизировать инструментарий управления политическими процессами. В этой связи СМИ как система органов публичной передачи информации постепенно превратились в сверхценный ресурс управления. Как отмечает профессор О. Я. Гелих «управление — это в первую голову и всегда есть именно информационное воздействие»[3, с. 84]. Вслед за П. Бурдье надо полагать, что основной силой в политической игре является не столько использование ресурсов политической власти (в том числе права), сколько монополия производства и распространения политических представлений и мнений: именно она обладает той мобилизирующей силой, которая необходима кандидату для победы. Инкумбент постоянно является политически значимым лицом, поскольку его деятельность имеет стабильное освящение в СМИ, в то время как остальные кандидаты лишены этого ценного ресурса. Как отмечает Е. В. Попова, «он (*инкумбент* авт.) строит свои стратегии как президент или губернатор, а не просто как кандидат. Соответственно, проблемы, на которые он обратил внимание, вероятнее всего, станут общими проблемами, поскольку он имеет уникальную возможность и способность "центрировать" диффузное общественное внимание на вопросах, которые он считает важными»[6, с. 21]. Значительная часть социологических работ, посвященная избирательным кампаниям, широко тиражируемая СМИ, обязана своим непосредственным социальным успехом тому факту, что они отвечали господствующему заказу, как пишет П. Бурдье, «часто сводящемуся к заказу на инструменты рационализации управления»[1, с. 25]. Таким инструментом, например, все чаще служат электоральные рейтинги кандидатов на выборах, которые призваны подстегивать соревновательный интерес.

По результатам опроса оказалось, что молодые люди получают информацию о ходе избирательной кампании в большей степени из общения с друзьями, коллегами, родственниками. Такие каналы передачи политической информации, как телевидение и печатные СМИ не являются в молодежной среде превалирующими. Почти 70% молодых людей не смотрят передачи на политические темы (среди более возрастной категории электората этот процент значительно ниже). Еще хуже обстоит дело с политической информацией, получаемой из печатных СМИ. Поэтому в молодежной среде формируется межличностная повестка дня выборов. Сообщения СМИ влияют на уже сформированную повестку только в той мере, в какой они обсуждаются в микрогруппе. Кроме того, исследование показало неэффективность региональных СМИ в вопросах качества политического информирования молодых людей в предвыборный период. Поэтому если оппоненты стремятся завоевать симпатию данной категории избирателей, а инкумбенты — удержать с помощью их поддержки власть, то они должны учитывать это положение при планировании и реализации предвыборной кампании.

Получается, что политическое руководство, будь то политический лидер — инкумбент или политическая партия — партия власти на всех уровнях власти в стране, сохраняя формальные возможности для реализации суверенитета народа в электоральном процессе, фактически располагает средствами к обеспечению желательных результатов выборов.

Несмотря на все преимущества положения инкумбента по отношению к своим оппонентам, при определенных обстоятельствах оно имеет и ярко выраженные недостатки. В качестве негативных эффектов, которые инкумбент может стараться нивелировать в предвыборной кампании, Е. В. Попова выделяет то, что инкумбент практически не может изменить свои прежние предпочтения, в то время как предпочтения молодых избирателей

могут меняться. Но самая важная проблема состоит в том, что политический актор не может сохранять далее популярность среди представителей молодежи, если его политические стратегии, его предыдущая деятельность перестали казаться успешными электорату.

Таким образом, по результатам исследования удалось определить следующее: поскольку молодые люди не имеют достаточно выраженной партийной идентификации, и оценивают представителей властных структур с точки зрения реализованных политических поступков, а также наличия у них хороших коммуникативных способностей фактор инкумбенства оказывает на рассматриваемый срез российского электората значительное влияние. Поэтому если предполагается участие в федеральных или региональных выборах подобных лиц, явка на избирательные участки в день гоосования среди молодежи будет выше. Не проявляя особой идентификации с идеологиями и партийными символами, они, скорее, предпочтут солидаризироваться с сильными политическими лидерами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Бурдье П.* Социология политики. [Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и предисл., с. 7–26, Н. А. Шматко]. М.: Socio-Logos, 1993.
2. *Гелих О. Я.* Управление в социально-философском и социологическом понимании // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2009. № 117.
3. *Гелих О. Я., Нестеров А. В.* Философия и методология управления: Учебное пособие для вузов. 2-е изд. СПб.: Книжный Дом, 2014.
4. *Голосов Г. В., Шевченко Ю. Д.* Факторы электорального успеха в одномандатных округах // Первый электоральный цикл в России (1993–1996) / Общ. ред.: В. Я. Гельман, Г. В. Голосов, Е. Ю. Мелешкина. М.: Весь Мир, 2000.
5. *Гудина Ю. В.* Влияние фактора инкумбентства на уровень абсентеизма на выборах глав исполнительной власти регионов РФ // Политическая наука и государственная власть в Российской Федерации и Новых Независимых Государствах. Екатеринбург: УрО РАН. 2004.
6. *Попова Е. В.* Проблемные измерения электоральной политики в России: губернаторские выборы в сравнительной перспективе / Е. В. Попова // Политические исследования. 2001. № 3.
7. *Федоров В. В.* Теоретические основы изучения электорального поведения россиян в период формирования новой российской государственности (1993–2008 гг.) // Социальная политика и социология. 2008. № 3.

REFERENCES

1. *Burd'e P.* Sociologija politiki. [Per. s fr. /Sost., obshh. red. i predisl., s. 7–26, N. A. Shmatko]. M.: Socio-Logos, 1993.
2. *Gelih O. Ja.* Upravlenie v social'no-filosofskom i sociologicheskom ponimanii // Izvestija RGPU im. A. I. Gercena. 2009. № 117.
3. *Gelih O. Ja., Nesterov A. V.* Filosofija i metodologija upravlenija: Uchebnoe posobie dlja vuzov. 2-e izd. SPb.: Knizhnyj Dom, 2014.
4. *Golosov G. V., Shevchenko Ju. D.* Faktory jelektoral'nogo uspeha v odnomandatnyh okrugah // Pervyj jelektoral'nyj cikl v Rossii (1993–1996) / Obshh. red.: V. Ja. Gel'man, G. V. Golosov, E. Ju. Meleshkina. — M.: Ves' Mir, 2000.
5. *Gudina Ju. V.* Vlijanie faktora inkumbentstva na uroven' absenteizma na vyborah glav ispolnitel'noj vlasti regionov RF // Politicheskaja nauka i gosudarstvennaja vlast' v Rossijskoj Federacii i Novyh Nezavisimyh Gosudarstvah. Ekaterinburg: UrO RAN. 2004.
6. *Popova E. V.* Problemnye izmerenija jelektoral'noj politiki v Rossii: gubernatorskie vybory v sravnitel'noj perspektive / E. V. Popova // Politicheskie issledovanija. 2001. № 3.
7. *Fedorov V. V.* Teoreticheskie osnovy izuchenija jelektoral'nogo povedenija rossijan v period formirovanija novoj rossijskoj gosudarstvennosti (1993–2008 gg.) // Social'naja politika i sociologija. 2008. № 3.