

ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА В РОССИИ И США: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

ELECTORAL CULTURE IN RUSSIA AND THE USA: COMPARATIVE ANALYSIS

Е. Н. Давыборец,
Дальневосточный
федеральный
университет, г. Находка
westlake@yandex.ru



E. Davybolets,
Far Eastern Federal University,
Nakhodka

И. В. Радиков,
Санкт-Петербургский
государственный
университет,
г. Санкт-Петербург
ivirrad@gmail.com



I. Radikov,
Saint-Petersburg State
University, Saint-Petersburg

Проведен анализ электоральных культур двух стран – России и США. Компаративный срез исследования обусловлен тем, что институт выборов в США, наряду с электоральной культурой граждан, функционирует более 200 лет, в то время как демократические институты в России являются молодыми. Сравнительный анализ электоральных культур исследуемых стран выявил специфику данного явления в каждой социо-культурной среде. Так, для американцев характерна активная гражданская позиция, готовность вникать в происходящие политические события, а также защищать свои электоральные права. Высокий уровень политического сознания обусловил важную особенность предвыборных кампаний США, способствующую рационализации электорального выбора граждан – широкое использование рациональных технологий общения с избирателями. Россияне же не склонны тратить силы и время на «погружение» в ход предвыборных кампаний. Электоральный выбор россиян недостаточно аргументирован и больше основан на эмоциях. Для российских предвыборных кампаний характерно широкое использование манипулятивных политических технологий при слабом применении рациональных.

Американские избиратели также более прагматичны, россияне же не видят собственной выгоды от участия в выборах. Это снижает их мотивацию на активную позицию в принятии электорального решения. Российские граждане не уделяют внимания предвыборной платформе кандидата, для них преобладают личностные ориентации над программными и партийными. Для американцев идеологическая платформа лидера играет важную роль в их электоральных предпочтениях. В России и США различные подходы к предпочтению политических лидеров. Американские политики для победы на выборах должны показать себя «слугами народа», в то время как в России ориентируются на патриархальных лидеров. Обосновываются причины выявленных различий. Авторы приходят к выводу, что электоральная культура россиян проходит стадию своего оформления и является незрелой

Ключевые слова: выборы; электоральная культура; политическое участие; политические технологии; манипуляция массовым сознанием; политическая активность граждан; гражданская позиция; утилитаризм; имидж лидера; политическая платформа

In the article the authors examine electoral cultures of two countries – Russia and the US. The comparative analysis of electoral cultures of Russia and the US has showed the specifics of this event in both socio-cultural environments. Americans usually have an active political standing, they seek to understand the current political events and defend their electoral rights. The high level of political consciousness has made US election campaigns cater to rational electoral choices of citizens through broad use of rational communication techniques between the candidates and the constituents. Russians, on the other hand, usually do not wish to spend time and effort trying to immerse into the election campaign. Electoral choices of Russian citizens are not sufficiently explained, and are, to a large measure, emotional. Russian electoral campaigns use manipulative political technologies with few rational approaches.

American constituents are also more pragmatic while Russians do not see any benefits from taking part in the election. This lowers their motivation to make a conscious electoral decision, thus turning elections into a formality. Russian citizens do not pay attention to the candidate's program, they look more into personalities than programs or parties' candidates belong to. For Americans, the ideological platform of the leader, and a detailed program for development of state, plays an important role in their electoral preferences. Russia and the US have different approaches to preferred leadership styles. To win, American politicians must present themselves as servants of the people, while in Russia patriarch-style leaders are preferred. The article provides reasons for appearance of these differences

Key words: elections; electoral culture; political participation; political technology; manipulation of mass consciousness; political activity; citizenship; utilitarianism; the image of a leader; a political platform

Актуальность. Во многих странах, претендующих на звание демократических, выборы являются широко используемым механизмом демократии. От их качества во многом зависит проводимая в дальнейшем политика и, как следствие — благополучие общества и государства. Как показывает политическая практика России, проведение выборов не приводит к желаемым результатам — эффективному государственному управлению. На это указывает низкий уровень жизни в России: по рейтингу уровня жизни на 2015 г., по данным исследования ученых британского аналитического центра Legatum Institute, Россия занимает 58-е место среди 142 стран (на фоне богатых ресурсов территории, высокого уровня научного и культурного развития общества); острые хронически нерешаемые проблемы бедности, алкоголизации населения, коррупции, казнокрадства, инфляции, сырьевой экономики и др. Проводимые выборы не помогают рекрутировать во власть элиту — лучших представителей общества, способных справиться с проблемами страны.

Необходимо учитывать различные факторы, влияющие на качество выборов, важными среди которых являются способы выдвижения кандидатов на выборный пост, способы воздействия на избирателей, перекося в чью-то сторону административных, информационных, финансовых ресурсов, используемых для предвыборной борьбы, наличие либо отсутствие реальной конкуренции, а также свободных СМИ.

Другой существенный фактор, непосредственно влияющий на качество выборов — уровень развития электоральной культуры

граждан, который во многом определяет электоральный выбор.

Понятие «электоральная культура» в западной политической науке используется редко, как правило, преимущественно, к странам «транзита» или маргинальным политическим силам в странах «старой» демократии. Более употребимы термины «электоральное поведение» и «электоральные ориентации» [22. С. 32].

В отечественной науке понятие «электоральная культура» впервые применил И. Н. Гомеров, понимающий ее «как специфический элемент политической культуры, как систему знаний, оценок и норм политических выборов» [10. С. 152–153]. Несколько расширим данный подход. В представленной статье под электоральной культурой будем понимать относительно устойчивую систему представлений и моделей поведения субъектов электорального процесса.

Электоральная культура обусловлена рядом факторов:

- знания, оценки, убеждения, установки, стереотипы граждан;
- традиции, нормы, правила, регулирующие электоральный процесс;
- отношение граждан к власти (ненависть, любовь, апатия, желание поддержать);
- утилитаризм (восприятие собственной выгоды либо ее отсутствие от участия в электоральном процессе);
- информационная компонента (агитация, влияние власти, политических сил, СМИ);
- конкретные политические события, политический опыт;

- особенности политической системы общества;
- уровень развития политической культуры;
- особенности организации избирательного процесса (место и время проведения агитации, выборов, их материальное обеспечение).

Цель исследования. В рамках данного исследования авторы сосредоточатся на изучении электоральных культур двух стран – России и США. Америка интересна как страна с большим опытом проведения выборов и политического участия граждан, сравнение с которой может дать представление о степени зрелости электоральной культуры в России.

Методы исследования. В основу исследования лег компаративный метод, используемый для сравнения электоральных культур выбранных стран. Применялся также количественный контент-анализ для изучения предвыборных информационных материалов, размещаемых в СМИ, а также качественный, использованный для интерпретации информационных продуктов по формированию общественного мнения. Кроме того, задействован вторичный анализ результатов социологических опросов, позволивший исследовать данные социологических служб России и США.

Источниковой базой исследования электоральной культуры американских граждан выступили данные опросов американского института общественного мнения Gallup, исследовательской компании Zogby Analytics и центра электоральной аналитики FiveThirtyEight. В период предвыборных кампаний проводился анализ телевизионных выступлений политических лидеров, теледебатов, предвыборных собраний и митингов, агитационной и рекламной продукции кандидатов, мемуаров политических лидеров – Дж. У. Буша [24], Б. Клинтона [25], Х. Клинтон [26], Б. Обамы [30]. Также осуществлялся мониторинг СМИ – New York Times, CNN, Washington Post, Political Behavior, Public Relations Journal.

Проанализируем важные особенности электоральных культур России и США.

При исследовании будут взяты усредненные показатели – электоральная культура модальной личности (модальная личность – совокупность характеристик личности, наиболее часто встречающихся в данной культурной среде).

Прежде всего, для электоральной культуры американских граждан характерна активная гражданская позиция. Политическое участие является важным для большинства американцев, которые осознают свою ответственность за исход выборов и судьбу страны. Данная особенность во многом сформирована посредством национальной идеологии, которая призывает людей быть активистами в решении проблем общества, а также быть патриотами своей страны. Так, часто цитируемое крылатое выражение Дж. Ф. Кеннеди, ставшее частью американской культуры – «Не спрашивай, что твоя страна может сделать для тебя. Спроси себя, что ты можешь сделать для нее»; либо лозунг популярного бойскаутского движения: «Будь готов умереть за Родину, если потребуется». Такие постулаты, прививаемые со школьной скамьи, формируют патриотизм и гражданскую ответственность американцев, распространяющиеся, в том числе, на электоральное поведение граждан.

Активная электоральная позиция американцев также обусловлена уверенностью граждан в своих силах, в возможность посредством выборов повлиять на политику государства. Она основывается, во-первых, на высоком доверии населения к институту выборов, к его честности и прозрачности [29]. Так американская поговорка гласит: чаще молния поражает людей, чем происходит обман избирателей [36]. Хотя определенный общественный резонанс имеют коллизии с системой выборщиков, когда может победить кандидат, не набравший большинство голосов американцев. Согласно социологическим опросам, большинство граждан хотело бы изменить существующую избирательную систему [33; 34]. Вместе с тем, указанное обстоятельство не снижает роль выборов в современном политическом процессе США.

Также граждане верят в возможность повлиять на происходящее в политической сфере, так как имеют успешный электоральный опыт. Так, проведенное исследование электоральных циклов в США за пятидесятилетний период показало, что американские политики выполняют примерно 70 % предвыборных обещаний [27. Р. 26]. Обещания кандидатов на выборные посты в Америке не являются «пустым звуком», но реальным руководством к действию, что обуславливает целесообразность электорального участия. Важным также является то, что граждане не чувствуют свою оторванность от сферы политики: при принятии политических решений власти США руководствуются социологическими опросами, развиты механизмы взаимодействия власть-общество. Тем самым, американцы имеют возможность влиять на проводимую политику.

Уверенность в своих силах является хорошим стимулом электорального участия. Выборы в США стали праздником и национальным событием. Высокой явке избирателей не мешает будний день, когда традиционно проводятся выборы, длинные очереди на избирательных участках, аффирмативная система регистрации избирателей (ответственность за включение в списки избирателей возложена на граждан).

Активная гражданская позиция американцев проявляется также в готовности вникать в происходящие политические события в свете предстоящих выборов, критически оценивать представляемую лидерами и партиями информацию с целью рационализировать свое электоральное решение. Это подтверждают социологические опросы, согласно которым, за избирательными кампаниями федерального уровня «очень внимательно» следит 40 % взрослого населения [32]. Этому также свидетельствуют рациональные политические технологии, активно применяемые политическими субъектами в борьбе за голоса избирателей: популяризация политических идей, программ; политические поездки и путешествия по стране; личные встречи с избирателями, выступления в СМИ [28.

Р. 149–150]. Особую роль в предвыборном процессе США занимают теледебаты, за которыми внимательно следит более половины американцев, и которые имеют большое значение при принятии электорального решения [35]. Институт теледебатов является развитым, устоявшимся механизмом, помогающим избирателям ближе познакомиться с кандидатом, узнать о планах его политики.

Любые политические предложения, заявления кандидатов в ходе предвыборной кампании активно обсуждаются в СМИ, помогая гражданам разобраться в политической платформе претендентов во власть [37]. С помощью рациональных предвыборных технологий кандидаты демонстрируют свои лидерские и личностные качества: интеллект, ораторские способности, умение общаться с аудиторией, отвечать на вопросы, грамотную речь, быстроту реакции, хорошую осведомленность в вопросах внутренней и внешней политики, а также свою идеологическую платформу.

Эффективность рациональных технологий в США обусловлена следующими факторами: сложившейся системой проведения предвыборных кампаний (приоритетными способами общения с избирателями, доведения до них своих политических позиций); наличием на политической арене реальных конкурирующих сил – Республиканской и Демократической партий; независимыми СМИ, транслирующими разнообразные позиции, взгляды, точки зрения; большим опытом электорального участия (в США избран 45-й президент, в то время как в России только 3-й); активностью и грамотностью избирателей; высоким уровнем политического сознания граждан.

Вместе с тем, в современных избирательных кампаниях США также широко используются технологии по завоеванию голосов избирателей, которые можно расценивать как манипулятивные. Под манипулятивными понимают технологии направленные, прежде всего, на эмоции индивида, без включения логики и разума, тем самым навязывается определенная позиция. Они, скрыто влияя на

популяризацию кандидата, имеют цель завоевать голоса избирателей. Манипуляции являются эффективным способом «усилить» имидж политического лидера, придать ему «яркость». Так, популярными технологиями среди американских кандидатов на выборные посты являются опора на социологические исследования, создание мифов, «имиджевая легенда», рекламные видеоролики и фильмы, создание информационных поводов, связь с общественностью, использование вербальных и лингвистических приемов, закономерностей социальной перцепции, предсказание итогов голосования.

Несмотря на эффективность использования в предвыборных кампаниях США манипулятивных технологий, широкое применение рациональных, предоставляющих точную полную информацию о кандидатах на выборный пост, минимизирует степень манипуляции гражданами. Рациональные предвыборные технологии способствуют «раскрытию» кандидатов перед избирателями, обличая их недостатки, но также демонстрируя и сильные стороны. Этому также способствует развитая информационная среда, при широком присутствии независимых СМИ, наличие сильной конкуренции. Так, в США в период предвыборных кампаний политиков «выворачивают наизнанку». На суд граждан выносятся все ошибки и промахи кандидатов, которые когда-либо совершались. От избирателей не удастся что-либо утаить. Американцы в свою очередь должны решить, достоин ли такой политик стать президентом.

Что касается России, то ее электоральная культура, напротив, характеризуется достаточной пассивностью и политической апатией. При этом уровень участия населения в выборах является средним, по сравнению с европейскими показателями [7]. Граждане дисциплинированно ходят на избирательные участки. Говоря о политической пассивности, речь идет, прежде всего, о том, что большинство россиян формально относятся к выборам, не настроены вникать в политические процессы, тратить на это личное время и силы, в том числе для

принятия электорального решения. Так, согласно социологическим опросам, «очень внимательно» следят за ходом предвыборных кампаний федерального уровня 9 % граждан [23]. Притом, что предвыборные кампании в России значительно короче, чем в США. Только около 20 % россиян регулярно следят за теледебатами [8; 14]. В результате избиратели не владеют достаточной информацией о политической сфере, их выбор зачастую не взвешен, не обдуман, не аргументирован. Также россияне не проявляют желания защищать свои электоральные права, в случае их нарушения, что в целом свойственно правовой культуре граждан.

«Сама по себе пассивность в политике не является однозначной по своему содержанию и мотивам» [16]. Можно выделить несколько причин политической пассивности российских граждан. Во-первых, это — неверие в возможность реально повлиять на исход выборов. Длительное время среди граждан существовала убежденность, что «будет лишь имитация борьбы, а распределение голосов на выборах будет определено по решению властей» [2], что обусловлено рядом факторов. Это широко распространенная и известная гражданам практика недавней политической истории России не честных методов политической борьбы, когда не редкостью были прямой подкуп избирателей и подтасовка результатов выборов [1; 18].

Также сбивает мотивацию российско-го электората отсутствие успешного опыта политического участия: два десятилетия с начала существования нового Российского государства политические акторы использовали граждан с целью пробиться во власть либо ее удержать в собственных корыстных целях, без выполнения предвыборных обещаний и какой-либо заботы о людях. Так, социологические опросы показывают, что российские граждане к предвыборным обещаниям не относятся всерьез, воспринимая их лишь как «приманку» для избирателя [3. С. 17].

Неуверенность электората в своих силах также обусловлена отсутствием про-

зрачной информационной среды из-за контроля над информационными потоками со стороны государства. Наблюдается идеологизация сознания граждан. Ведущие информационные каналы полностью либо частично принадлежат государству либо государственным кампаниям («Первый канал» (с охватом аудитории 98,8 % [4]), «Россия 1», «Россия 24», «Россия 2», и др.), то же касается информационных агентств (РИА Новости, ИТАР-ТАСС), печатных СМИ («Парламентская газета», «Российская газета», «Московские новости» и др.). Немало негосударственных российских СМИ, но большинство из них не желает вступать в конфликт с официальными властями.

Информация, доносимая до граждан, транслируемая ведущими каналами вещания, обрабатывается и преподносится в «нужном» виде. Самые популярные каналы телевидения, в том числе просматриваемые в качестве новостных, популяризируют позицию власти. Это формирует общественное мнение, которое отражает интересы российской власти. В результате граждане дезинформированы, и как следствие – дезориентированы. Электоральный выбор зачастую основан на неполной, неточной либо искаженной информации.

Следующая причина политической пассивности российских граждан – отсутствие на политической арене реальных конкурирующих сил. Так, наличие сильной конкуренции в предвыборных кампаниях США формирует атмосферу состязательности выборов, что дополнительно затягивает граждан в предвыборный процесс, активизируя интерес и привлекая внимание. В России же на протяжении двух десятилетий проведения президентских выборов важную роль в победе кандидатов играл перекоп административно-финансовых ресурсов, посредством чего политики от «партии власти» имели большие преимущества перед соперниками. Тем самым удалось добиться концентрации власти в «одних руках». Это усугубляет положение в плане минимизации рационального начала электорального выбора. Отсутствие реальной конкуренции

ставит под сомнение сам демократический институт – выборы, которые могут выполнять свое предназначение при соблюдении определенных условий. В противном случае они становятся «ширмой», скрывающей реальное положение дел в политической системе страны.

Еще одной причиной можно выделить недостаточный опыт политического участия граждан, в том числе отсутствие отлаженных способов и приемов участия в политических процессах, действенных механизмов влияния на власть. В результате чего власти фактически остаются неподконтрольной обществу сферой, оторванной от него.

В качестве фактора политической пассивности россиян также можно назвать низкий жизненный уровень населения. Люди с низкими доходами, как правило, аполитичны, так как силы направлены на поиск средств к существованию, и не остается ни времени, ни желания вникать в политические процессы [15].

Нужно отметить, тем не менее, что динамика социологических опросов показывает тенденцию к повышению политической активности населения. Так, согласно опросам ВЦИОМ, интерес россиян к политике последние годы повышается [14]), также несколько увеличилась динамика участия россиян в политической жизни [12]. Данная тенденция может свидетельствовать о постепенном изменении ситуации в сторону приобщения граждан к политике. Вместе с тем, на данном этапе говорить о повышении политической, в том числе электоральной культуры населения еще рано. В каком направлении пойдет дальнейшее развитие политической культуры: будет ли это становлением самостоятельного и зрелого гражданского самосознания либо сформирует послушного и ведомого избирателя, пока сказать сложно. На данном этапе существенного прогресса в активизации гражданского самосознания еще не наблюдается.

Пассивность российских граждан, обуславливает другую особенность электоральной культуры – широкое применение ма-

нипулятивных технологий воздействия на избирателей. Современный уровень развития данных технологий позволяет создавать привлекательные имиджи политическим лидерам, мало соответствующие реальности. Имидж, выстроенный на манипуляциях, провоцируя эмоции людей, имеет высокую силу воздействия. При отсутствии желания вникать в политические процессы, а также механизмов открытости и прозрачности политики, политическая сфера становится «полем для игры» с избирателями, и внешне демократически оформленные выборы становятся декорацией, способом завуалировать отсутствие в политической жизни общества демократических начал.

Среди существенных различий в электоральных культурах России и США можно отметить различные подходы к предпочтению лидеров. Так, в США, кандидат на выборный пост должен показать себя блюстителем порядка и законности, настоящим гражданином. В имиджах политических лидеров США преобладают черты «слуги народа». В России же совершенно иной подход к предпочтению кандидата: «был бы человек хороший, много не воровал, не притеснял», у будущего народного избранника преобладают черты «царя-батюшки», что можно объяснить особенностью политической культуры, которая характеризуется как патерналистская [9].

Другая особенность электоральной культуры в нашей стране — преобладание личностных ориентаций над программными и партийными. В России для победы на выборах необязательно иметь развернутые программы экономического, социального, политического развития. Этому свидетельствуют многочисленные примеры победы кандидатов, не имеющих таких программ. Большинство граждан России не готовы тратить время и силы на изучение политических программ кандидатов, в том числе и потому, что не верят, что они являются реальным руководством к действиям. Хотя в последнее время кандидаты во власть обзавелись детализированными программами, не многие избиратели с ними знакомы и уделяют им внимание. Большинство

граждан в своем электоральном выборе ориентируются на личность политика, презентуемую через СМИ, и не знают, какие идеологические позиции он отстаивает. Это свидетельствует о неразвитости российской политической культуры граждан.

Что касается граждан США, то для них решающую роль в их электоральных предпочтениях играет идеологическая платформа кандидатов на выборные посты [31]. Политические лидеры Америки предоставляют избирателям развернутые программы экономического, политического, социального развития страны, которые являются реальным руководством к действиям. Это позволяет гражданам полагаться в своем электоральном выборе, прежде всего, не на эмоции по поводу симпатий и антипатий к личности политика, а на логику и разум по отношению к предлагаемым планам по развитию различных сфер общества и государства. Такая основа ротации кадров видится более предпочтительной, так как выбор на основе идеологической платформы кандидата более предсказуем, в отличие от предпочтения «хорошего человека», чьи планы к действию избиратель узнает уже постфактум.

С изложенной спецификой электоральных культур России и США тесно связана другая особенность. Отличается электоральная культура исследуемых стран также разной степенью утилитаризма избирателей. Так, американцы отличаются прагматизмом, на первом месте для которых в их электоральных предпочтениях стоит практическая польза, выгода от предпочтения данного кандидата или партии. Они могут объяснить, чем выгоден данный народный избранник или, напротив, чем он проигрывает другому кандидату с точки зрения его политических взглядов, программы, а также опыта и деловых качеств. Утилитаризм — это ведущий мотив для большинства американских избирателей.

В России электоральные предпочтения напрямую не связываются с собственной выгодой и интересами избирателей. Политический выбор часто основан на принципе «нравится-не нравится», без объяснения

конкретных причин предпочтения кандидата или партии. Мотивируют избирателей, прежде всего, субъективные оценки личностных и психологических качеств политических деятелей, от которых прямо не зависят направления политических решений, а также выбор пути развития страны. Интересным представляется факт, что даже если проводимая политика действующих народных избранников оказывается явно пагубной для состояния общества и государства, значительную часть избирателей это не останавливает для их дальнейшей электоральной поддержки. Так, в ходе социологических опросов в период тех или иных выборов многие респонденты приводят обоснование своему электоральному предпочтению: «уже наворовался, может для народа теперь что-то сделает». Это может быть объяснено патернализмом политической культуры, уровнем развития избирательных технологий, позволяющим манипулировать гражданами, а также перекосом административных, информационных, финансовых ресурсов в пользу действующей власти.

В России высок процент граждан, всегда проголосующих за власть предрержащих, вне зависимости от того, выгодно это им или нет. Как писал Г. Г. Почепцов, российские граждане «патологически любят свою родную власть, кем бы в данный момент она ни манифестировалась» [13. С. 434]. Безропотность и поклонение перед властями обусловлены, в том числе, олигархическим характером государства, а также столетиями деспотизма и диктата российской истории. Так, исследователь С. А. Магарил, выявляет высокую степень зависимости социально-властных отношений России XXI в. «от своего, казалось бы, давно минувшего прошлого» [5. С. 47].

Определенную роль в электоральной поддержке действующей власти в России играет упомянутое отсутствие сильной оппозиции, способной привлечь на свою сторону значительную часть граждан и повести за собой. Основные усилия оппозиции направлены на борьбу с властью предрержащими, прочно удерживающими бразды прав-

ления. В результате силы концентрируются на критике существующего, но не предложении чего-то привлекательного. Многие граждане, несмотря на свое недовольство положением дел в государстве, голосуют за власть, поскольку не видят конструктивной и умной альтернативы. Однако высок процент граждан, выражающих поддержку властям федерального уровня, а также доверие им, что выявляют социологические опросы. Так, к примеру, в разгар острого экономического кризиса, возникшего по истечении нескольких сроков правления действующего лидера, положительно его деятельность на посту президента оценивали 85 % россиян [17].

Определенные слои российского электората поддерживают власть, так как то малое, что предлагает им государство, их устраивает, им нужен текущий предсказуемый курс политической стабильности. Это — люди занятые в госсекторе, работники государственных предприятий, пенсионеры и другие категории, зависящие от государственной бюрократии. «Эти люди хотят не реформ, а дополнительных гарантий, что их жизнь не будет ухудшаться, что государство будет выполнять свои социальные обязательства» [3. С. 16]. В свою очередь, «режиму достаточно игры с населением в стабильность и сильное национальное государство» [3. С. 20].

Также многим россиянам свойственны невысокие притязания к жизни. Они не стремятся к большему, а довольствуются тем, что имеют. Те, кто не удовлетворен своим положением, больше склонны потерпеть, пассивно приспособиться, нежели активно действовать. В своем электоральном выборе они также поддерживают текущий курс, так как «жить можно», и существует страх того, что при смене власти жизнь может ухудшиться. Последние выборы в Госдуму вновь показали, что избиратели готовы снова выдать карт-бланш правящему режиму на проведение все той же политики (3,7 % снижение ВВП в 2015 г., лукавая официальная инфляция 5...6 %, более 20 млн россиян, живущих ниже черты бедности, растущая имущественная по-

ляризация, миллиардный вывоз капиталов за границу, колоссальный рост военных расходов, реальное сокращение расходов на социальные программы, гигантские масштабы коррупции и т.д.).

Определенное влияние на электоральное поведение россиян могли также оказать особенности общественного сознания. Так, согласно социологическим опросам, общественное сознание в России мифологизировано, больше половины населения верит в колдовство, сглаз, порчу, влияние потусторонних сил на их жизнь [21]. «Магическое сознание», в свою очередь, вытесняет понимание причинно-следственных связей, и упраздняет склонность к критическому мышлению. Людям с таким сознанием несвойственно подвергать логическому анализу происходящее, а также активно преобразовывать действительность. Такое сознание обуславливает застой в тех или иных сферах общественной жизни [21]. Таким образом, мифологизированное сознание обуславливает инертность и регидность мышления, что, в свою очередь, распространяется и на электоральное поведение, не способствуя критическому анализу происходящего в политической сфере. Подобный эффект может быть также обусловлен чрезмерно высокой степенью алкоголизации населения в России, которая входит в пятерку самых пьющих стран мира [20]. Количество потребляемого здесь алкоголя на одного человека в два раза превышает критическую норму потребления (по данным ВОЗ).

Анализ же предпочтений американцев показывает, что они более решительные, готовы идти на обоснованный риск, и выступают за перемены. Притом, что уровень их жизни значительно выше, чем у россиян. Так, последняя смена администрации произошла в условиях устойчивого роста

экономики и ВВП. Тем не менее, в обществе имелись проблемы, ожидающие своего решения. «Политическая и социально-экономическая система, созданная в 60-е гг. XX в., начала давать сбои. В 2015 г. о доверии Конгрессу США заявили лишь 8 американцев. Усилились идейно-теоретические различия между республиканцами и демократами по таким вопросам, как расходы на оборону, аборт, нелегальная иммиграция, программы поддержки «небелого» населения. Обострились противоречия между либеральными представлениями о свободах в сфере культуры, искусства и морали, политкорректности и позицией, защищающей традиционные религиозные и моральные нормы, отражающие американский образ жизни, патриотизм и веру в особую миссию США».

Своим выбором граждане отправили четкое послание правящему классу США: нужна новая политика. Американские граждане умеют делать политический выбор вразрез желаниям власти, имея самостоятельную электоральную позицию. Это говорит об определенном уровне развития гражданского самосознания американцев, которые не идут на поводу правящей верхушки, а готовы принимать самостоятельные решения. Так, аналитик А. Панов резюмировал результаты президентских выборов США 2016: «настоящий победитель этих выборов – американская демократия. Выбор сделан вопреки мнению президента и кампании в ведущих СМИ, вопреки желаниям политической элиты» [11]. Кандидату от действующей власти не помогла даже рекордная сумма, потраченная на предвыборную кампанию, в два раза превосходящая финансы своего конкурента.

Особенности электоральных культур России и США представлены в таблице.

Особенности электоральных культур граждан России и США
Features of the electoral cultures of citizens of Russia and the USA

№ п/п/ No.p/p	Особенности электоральной культуры США/ Features of the electoral culture of the USA	Особенности электоральной культуры России/ Features of the electoral culture of Russia
1	Вера в силу своего «голоса»/Faith in the power of personal «voice»	Убежденность: «мой «голос» ничего не решит»/ Conviction: «my» voice «will not solve anything»
2	Активная гражданская позиция: готовность вникать в происходящие политические события с целью оптимизации электорального решения/ Active civic stand: readiness to delve into the ongoing political events with the aim of optimizing the electoral solution	Пассивная гражданская позиция: неготовность подвергать критическому анализу политические события; тратить силы и время для принятия электорального решения/ Passive civic position: unpreparedness to critically analyze political events; waste time and effort to make an electoral decision
3	Повышенный интерес к политической платформе кандидатов и партий/ Increased interest in the political platform of candidates and parties	Ориентация на имидж лидера/ Orientation to the image of the leader
4	Ориентация граждан на политические партии/ Orientation of citizens to political parties	Ориентация на «партию власти»/ Orientation to the «party of power»
5	Предпочтение при электоральном выборе «настоящего гражданина», блюстителя порядка и законности/ Preference in the electoral choice of «real citizen», guardian of order and legality	Предпочтение кандидатов от власти/ Preference of candidates from power
6	Утилитаризм электоральных предпочтений («чем мне выгоден данный кандидат, или партия?»)/The utilitarianism of electoral preferences («what do I benefit from this candidate, or the party?»)	Невозможность объяснить свое электоральное решение с позиции утилитаризма/Impossibility of explaining its electoral decision from the standpoint of utilitarianism
7	Предпочтение демократических лидеров/Preference for democratic leaders	Предпочтение авторитарных лидеров/ Preference for authoritarian leaders
8	Готовность защиты своих нарушенных электоральных прав/ Willingness to protect their violated electoral rights	Отсутствие готовности защищать нарушенные электоральные права/ Lack of readiness to protect violated electoral rights
9	Интерес к рациональным политическим технологиям/ Interest in rational political technologies	Отсутствие интереса к рациональным политическим технологиям при широкой манипуляции избирателями/ Lack of interest in rational political technologies with widespread manipulation of voters
10	Тщательная проверка кандидата посредством рациональных избирательных технологий (личностных и лидерских качеств, знаний, эрудиции, политических позиций)/ Careful examination of the candidate through rational electoral technologies (personal and leadership qualities, knowledge, erudition, political positions)	Восприятие кандидата «не умом, а сердцем»/ Perception of the candidate «not with the mind, but with the heart»
11	Взвешенность и аргументированность электорального решения/Weightedness and reasoning of the electoral decision	Эмоциональность электорального решения/ Emotionality of the electoral decision
12	Высокий критический потенциал/High critical potential	Склонность к конформизму/Propensity to conformism
13	Готовность к переменам//Readiness for change	Готовность потерпеть, боязнь перемен/ Willingness to suffer, fear of change

Выводы. Анализ электоральной культуры США показал, что выбор американских избирателей имеет высокую степень рациональности. В пользу этого говорит интерес к рациональным политическим технологиям, значение для американцев политической идеологии, высокие требования, предъявляемые к политикам. Электоральное решение американских граждан, основанное на политической платформе кандидатов, в высокой степени аргументировано, взвешено, что работает на демократическую систему США. Граждане находятся на высоком уровне политического сознания. Вдобавок к этому, особенности проведения предвыборных кампаний здесь таковы, что конкурирующими сторонами предоставляется избирателям исчерпывающая информация о кандидатах, что также способствует рационализации электоральных предпочтений. Выборы в США явля-

ются реальным способом выражения воли народа.

Напротив, электоральное решение российских граждан больше основано на эмоциях, оно зачастую не аргументировано, не взвешено. В России не высокие требования к кандидатам во власть. Пассивная гражданская позиция российского электората усугубляется упомянутой ангажированностью СМИ и отсутствием сильных соперников на политической арене, что также минимизирует рациональность электорального решения. Граждане России и США находятся на различном уровне политического сознания, что обуславливает использование разных методов воздействия. Электоральная культура современной России все еще остается молодой и незрелой, и не способствует демократизации политической системы.

Список литературы

1. Вишневикий Б. Л. К демократии и обратно. Ч. I. События [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.yabloko.ru/Publ/Book/Freedom/freedom_017.html (дата обращения: 15.01.2017).
2. Выборы 2012 в оценках россиян и перспективы следующих 12 лет // Левада-центр [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.levada.ru/2012/03/06/vybory-2012-v-otsenках-rossiyan-i-perspektivy-sleduyushhih-12-let/> (дата обращения: 11.01.2017).
3. Гудков Л. Президентские выборы в России 2012 года: постэлекторальный анализ: отчет об установках и оценках электората по данным мониторинга общественного мнения, проведенного Левада-Центром в 2011 и 2012 годах. М., 2012. 21 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.levada.ru/sites/default/files/russianelections2012_0.pdf (дата обращения: 11.01.2017).
4. Кто владеет основными российскими СМИ // РИА Новости. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.inosmi.ru/infographic/20120127/184115162.html> (дата обращения: 12.01.2017).
5. Магарил С. А. К вопросу о русском национальном характере // Современная научная мысль. 2014. № 2. С. 34–48.
6. Массовое политическое участие в России: только выборы или что-то еще? На материалах ВЦИОМ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.wciom.ru/index.php?id=236&uid=111514> (дата обращения: 10.01.2017).
7. Матвейчев О. Явка на выборы в России соответствует европейской [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.politonline.ru/interview/22887682.html> (дата обращения: 12.01.2017).
8. Мясникова А. За кулисами теледебатов: как зрители реагируют на эпатаж кандидатов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.ria.ru/analytics/20160908/1476341918.html> (дата обращения: 10.01.2017).
9. Оськина О. И. Россия: между патернализмом и демократией // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2014. № 1 (35). С. 96–101.
10. От политической мысли к политической науке: Справочник персоналий российской политической мысли и науки с древнейших времен до современности / Авт.-сост. Я. И. Пляйс. М., 1999. С. 152–153.
11. Панов А. Трамплин для Трампа // Новая газета. 10.11.2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/11/10/70481-tramplin-dlya-trampa> (дата обращения: 13.01.2017).

12. Петухов В. Политическая активность и гражданское участие в России: меняющаяся реальность [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.geoit.ru/discussion/detail.php?ID=17405> (дата обращения: 03.01.2017).
13. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. М.: Реф-бук, 2002. С. 580.
14. Пресс-выпуск № 3186 // ВЦИОМ. 29.08.2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.wciom.ru/index.php?id=236&uid=115830> (дата обращения: 20.12.2016).
15. Проблема абсентеизма в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.geolike.ru/page/gl_6989.htm (дата обращения: 10.01.2017).
16. Протестное политическое поведение: курс лекций [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.nicbar.ru/protest.htm> (дата обращения: 11.01.2017).
17. Работу Путина на посту президента положительно оценивают 85 % россиян // РИА Новости [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ria.ru/politics/20151103/1313054059.html> (дата обращения: 11.02.2017).
18. Разгневанные наблюдатели: фальсификации парламентских выборов глазами очевидцев / Сост.: И. Берлянд, М. Ступакова М.: Новое литературное обозрение, 2012.
19. Рейтинг стран мира 2016 по уровню жизни [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ezdili-znaem.com/rejting-stran-mira-po-urovnyu-zhizni/> (дата обращения: 10.01.2017).
20. Рейтинг стран мира по уровню потребления алкоголя // Гуманитарные технологии: информационно-аналитический портал. 30.10.2016 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gtmarket.ru/ratings/rating-countries-alcohol-consumption/info> (дата обращения: 11.01.2017).
21. Рувинский В. Бес стагнации. Как суеверие мешает экономическому развитию // Коммерсант. 11.07.2016 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/3024808> (дата обращения: 09.01.2017).
22. Фадеева Л. «Электоральная культура»: теоретический конструкт или очередная концептуальная натяжка? // Российское электоральное обозрение. 2010. № 1. С. 32–37.
23. Электоральные установки: опрос Левада-центр [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.levada.ru/2016/09/06/elektoralnye-ustanovki/> (дата обращения: 15.01.2017).
24. Bush G. W. Decision Points. Crown Publishing Group. 2010. 497 p.
25. Clinton B. My Life. 2005. Vintage. 1056 p.
26. Clinton H.R. Living History. Hodder. 2004. 592 p.
27. Dannheisser R. Platforms: how the parties define their policy positions // U.S. Foreign policy U.S. foreign policy. Agenda: an electronic journal of the U.S. department of State. 2000, pp. 26–30.
28. Davyborets E. N. Constructing images of American presidents: The monograph. Germany: Lambert, 2014. 177 p.
29. McCarthy J., Clifton J. Update: Americans' Confidence in Voting, Election // Gallup. November 1, 2016. Available at: http://www.gallup.com/poll/196976/update-americans-confidence-voting-election.aspx?g_source=Election%202016&g_medium=newsfeed&g_campaign=tiles (accessed 18.01.2017).
30. Obama B. The Audacity of Hope: Thoughts on Reclaiming the American Dream. Crown Publishing Group / Three Rivers Press. 2006. 362 p.
31. Part II – Post election poll results. 16 November 2016 // Zogby Analytics. 16.11.2016. Available at: <http://www.zogbyanalytics.com/news/760-part-ii-post-election-poll-results> (accessed 17.01.17).
32. Presidential Election 2016: Key Indicators // Gallup. Available at: http://www.gallup.com/poll/189299/presidential-election-2016-key-indicators.aspx?g_source=ELECTION_2016&g_medium=topic&g_campaign=tiles#pcf-news (accessed 02.01.2017).
33. Saad L. Americans Would Swap Electoral College for Popular Vote // Gallup, 2011. Available at: <http://www.gallup.com/poll/150245/americans-swap-electoral-college-popular-vote.aspx> (accessed 18.01.2017).
34. Tarrance L. (a) America's Unique and Controversial Electoral College. - Gallup. November 7, 2016 Available at: http://www.gallup.com/opinion/polling-matters/197228/america-unique-controversial-electoral-college.aspx?g_source=election&g_medium=search&g_campaign=tiles (accessed 18.01.2017).
35. Tarrance L. (b) It's All About the Debates Now // Gallup. September 22, 2016. Available at: http://www.gallup.com/opinion/polling-matters/195752/debates.aspx?g_source=debate&g_medium=search&g_campaign=tiles (accessed 12.01.2017).
36. Voter Fraud Is Very Rare In American Elections // FiveThirtyEight. Available at: <http://www.fivethirtyeight.com/features/voter-fraud-is-very-rare-in-american-elections/> (accessed 03.01.2017).
37. Your Final Debate Briefing Book: The Policies // FiveThirtyEight. Available at: <http://www.fivethirtyeight.com/features/your-debate-briefing-book-the-policies/#part1> (accessed 05.01.2017).

References

1. Vishnevsky B. L. K demokratii i obratno (To democracy and back). Part I. Events Available at: http://www.yabloko.ru/Publ/Book/Freedom/freedom_017.html (Date of access: 15.01.2017).
2. Vybory 2012 v otsenkah rossiyan i perspektivy sleduyushhih 12 let (Elections 2012 in the assessments of Russians and the prospects of the next 12 years): Levada Center Available at: <http://www.levada.ru/2012/03/06/vybory-2012-v-otsenkah-rossiyan-i-perspektivy-sleduyushhih-12-let/> (Date of access: 11.01.2017).
3. Gudkov L. Prezidentskie vybory v Rossii 2012 goda: postelektoralny analiz (Presidential elections in Russia in 2012: post-election analysis a report on the electoral settings and assessments according to public opinion monitoring conducted by the Levada Center in 2011 and 2012. Moscow, 2012. 21 p. Available at: http://www.levada.ru/sites/default/files/russianelections2012_0.pdf (Date of access: 11.01.2017).
4. Kto vladeet osnovnymi rossiyskimi SMI (Who owns the main Russian media): RIA Novosti Available at: <http://www.inosmi.ru/infographic/20120127/184115162.html> (Date of access: 12.01.2017).
5. Magaril S. A. Sovremennaya nauchnaya mysl (Contemporary scientific thought), 2014, no. 2, pp. 34–48.
6. Massovoe politicheskoe uchastie v Rossii: tolko vybory ili chto-to eshhe? Na materialah VCIOM (Mass political participation in Russia: just elections or something else? On materials VTsIOM) Available at: <http://www.wciom.ru/index.php?id=236&uid=111514> (Date of access: 10.01.2017).
7. Matveichev O. Yavka na vybory v Rossii sootvetstvuet evropeyskoy (The turnout for elections in Russia corresponds to the European one) Available at: <http://www.politonline.ru/interview/22887682.html> (Date of access: 12.01.2017).
8. Myasnikova A. Za kulisami teledematov: kak zritel'i reagiruyut na epatazh kandidatov (Behind the scenes of TV debates: how do viewers react to the shock of candidates) Available at: <https://www.ria.ru/analytics/20160908/1476341918.html> (Date of access: 10.01.2017).
9. Oskina O. I. Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kultura (The Caspian Region: Politics, Economics, Culture), 2014, no. 1 (35), pp. 96–101.
10. Ot politicheskoy mysli k politicheskoy nauke [From political thought to political science]: Handbook of personalities of Russian political thought and science from ancient times to the present. Moscow, 1999, pp. 152–153.
11. Panov A. A Novaya gazeta (Novaya Gazeta). 11.10.2016 Available at: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/11/10/70481-tramplin-dlya-trampa> (Date of access: 13.01.2017).
12. Petukhov V. Politicheskaya aktivnost i grazhdanskoe uchastie v Rossii: menyayushhayasya realnost (Political activity and civic participation in Russia: changing reality) Available at: <http://www.rcoit.ru/discussion/detail.php?ID=17405> (Date of access: 03.01.2017).
13. Pochepstov G. G. Imidzhelogiya (Image). Moscow: Ref-book, 2002, p. 580.
14. Press-vypusk № 3186 (Press release No. 3186): VTsIOM. 29.08.2016 Available at: <http://www.wciom.ru/index.php?id=236&uid=115830> (Date of access: 20.12.2016).
15. Problema absenteizma v Rossii (The problem of absenteeism in Russia) Available at: http://www.geolike.ru/page/gl_6989.htm (Date of access: 10.01.2017).
16. Protestnoe politicheskoe povedenie (Protest political behavior): a course of lectures Available at: <http://www.nicbar.ru/protest.htm> (Date of access: 11.01.2017).
17. Rabotu Putina na postu prezidenta polozhitelno otsenivayut 85 % rossiyan (Putin's work as president is positively estimated by 85 % of Russians): RIA Novosti Available at: <http://www.ria.ru/politics/20151103/1313054059.html> (Date of access: 11.02.2017).
18. Razgnevannye nablyudateli: falsifikatsii parlamentskih vyborov glazami ochevidtsev [Angry observers: falsification of parliamentary elections through the eyes of eyewitnesses]; Comp: I. Berlyand, M. Stupakova. Moscow: New literary review, 2012.
19. Reyting stran mira 2016 po urovnyu zhizni (Rating of the countries of the world in 2016 on the standard of living) Available at: <http://www.ezdili-znaem.com/rejting-stran-mira-po-urovnyu-zhizni/> (Date of access: 10.01.2017).
20. Gumanitarnye tehnologii (Humanitarian technologies): information and analytical portal. 30.10.2016 Available at: <http://www.gmarket.ru/ratings/rating-countries-alcohol-consumption/info> (Date of access: 11.01.2017).
21. Ruvinsky V. Kommersant (Kommersant) 11.07.2016 Available at: <http://www.kommersant.ru/doc/3024808> (Date of access: 09.01.2017).
22. Fadeeva L. Rossiyskoe elektoralnoe obozrenie (Russian Electoral Review), 2010, no. 1, pp. 32–37.
23. Elektoralnye ustanovki: opros Levada-tsentr (Electoral installations: a survey of the Levada Center) Available at: <http://www.levada.ru/2016/09/06/elektoralnye-ustanovki/> (Date of access: 15.01.2017).
24. Bush G. W. Decision Points. Crown Publishing Group (Decision Points. Crown Publishing Group), 2010. 497 p.

25. Clinton B. My Life [My Life]. 2005. Vintage. 1056 p.
26. Clinton H.R. Living History [Living History]. Hodder. 2004. 592 p.
27. Dannheisser R. U.S. Foreign policy U.S. foreign policy. Agenda (U.S. Foreign policy U.S. foreign policy. Agenda): an electronic journal of the U.S. department of State. 2000, pp. 26–30.
28. Davyborets E. N. Constructing images of American presidents [Constructing images of American presidents]. Germany: Lambert, 2014. 177 p.
29. McCarthy J., Clifton J. Update: Gallup (Gallup). November 1, 2016 Available at: http://www.gallup.com/poll/196976/update-americans-confidence-voting-election.aspx?g_source=Election%202016&g_medium=newsfeed&g_campaign=tiles (Date of access: 18.01.2017).
30. Obama B. Three Rivers Press (Three Rivers Press), 2006. 362 p.
31. Part II – Post election poll results. 16 November 2016 (Part II – Post election poll results. 16 November 2016): Zogby Analytics. 16.11.2016 Available at: <http://www.zogbyanalytics.com/news/760-part-ii-post-election-poll-results> (Date of access: 17.01.17).
32. Presidential Election 2016: Key Indicators (Presidential Election 2016: Key Indicators): Gallup Available at: http://www.gallup.com/poll/189299/presidential-election-2016-key-indicators.aspx?g_source=ELECTION_2016&g_medium=topic&g_campaign=tiles#pcf-news (Date of access: 02.01.2017).
33. Saad L. Gallup (Gallup), 2011 Available at: <http://www.gallup.com/poll/150245/americans-swap-electoral-college-popular-vote.aspx> (Date of access: 18.01.2017).
34. Tarrance L. Gallup (Gallup). November 7, 2016 Available at: http://www.gallup.com/opinion/polling-matters/197228/america-unique-controversial-electoral-college.aspx?g_source=election&g_medium=search&g_campaign=tiles (Date of access: 18.01.2017).
35. Tarrance L. Gallup (Gallup). September 22, 2016. Available at: http://www.gallup.com/opinion/polling-matters/195752/debates.aspx?g_source=debate&g_medium=search&g_campaign=tiles (Date of access: 12.01.2017).
36. Voter Fraud Is Very Rare In American Elections (Voter Fraud Is Very Rare In American Elections): Five Thirty Eight Available at: <http://www.fivethirtyeight.com/features/voter-fraud-is-very-rare-in-american-elections/> (Date of access: 03.01.2017).
37. Your Final Debate Briefing Book: The Policies (Your Final Debate Briefing Book: The Policies): Five Thirty Eight. Available at: <http://www.fivethirtyeight.com/features/your-debate-briefing-book-the-policies/#part1> (Date of access: 05.01.2017).

Коротко об авторах

Давыборец Елена Николаевна, канд. полит. наук, доцент, Дальневосточный федеральный университет, г. Находка, Россия. Область научных интересов: политические технологии, политическая система
westlake@yandex.ru

Радиков Иван Владимирович, д-р полит. наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия. Область научных интересов: международные отношения
ivirrad@gmail.com

References

Elena Davyborets, candidate of political sciences, associate professor, Branch of the Far Eastern Federal University in the city of Nakhodka, Far Eastern Federal University, Nakhodka, Russia. Sphere of scientific interests: political technologies, political system

Ivan Radikov, doctor of political sciences, professor, St. Petersburg University, St.-Petersburg, Russia. Sphere of scientific interests: international relations

Образец цитирования

Давыборец Е. Н., Радиков И. В. Электоральная культура в России и США: сравнительный анализ // Вести. Забайкал. гос. ун-та. 2017. Т. 23. № 6. С. 83–96. DOI: 10.21209/2227-9245-2017-23-6-83-96.

Davyborets E. N., Radikov I. V. Electoral culture in Russia and the USA: comparative analysis // Transbaikalian State University Journal. 2017. Vol. 23. № 6. Pp. 83–96. DOI: 10.21209/2227-9245-2017-23-6-83-96.

Дата поступления статьи: 09.05.2017 г.
Дата опубликования статьи: 30.06.2017 г.