

**Секция «Политические науки»**

**Методология электоральных исследований Пола Лазарсфельда  
Завгородняя Марина Юрьевна**

*Соискатель*

*Ульяновский государственный университет, Факультет гуманитарных и  
социальных наук, Ульяновск, Россия*

*E-mail: lychaya@yandex.ru*

В современных политических системах выборам отдана ведущая роль. Нередко они становятся предметом и объектом научных исследований. В особенности ученых интересует комплекс проблем, связанный с поведением граждан в электоральном процессе. В 20-х—30-х гг. XX в. начала формироваться научная дисциплина, которая изучает электоральные ориентации социальных общностей и отдельных граждан, факторы, влияющие на участие в выборах и голосовании, мотивы участия или неучастия в них, структуру электората, особенности восприятия им предвыборных мероприятий, партий и личностей кандидатов, оценку эффективности деятельности СМИ и уровней их воздействия на позиции избирателей, прогнозирование итогов выборов и др. Первой стадией развития электоральной социологии стал «экологический анализ», заключающийся в выделении на основе статистических данных «экологических единиц», в которых результируется взаимодействие природных, исторических, экономических, политических, социокультурных и других факторов и которые определяют направленность электоральных ориентации.

Последующий прогресс социологии выборов неразрывно связан с развитием опросов общественного мнения и влиянием бихевиоризма. Начался процесс анализа электорального поведения, выявлением его закономерностей у тех или иных социальных групп. Ярким представителем бихевиоризма был Пол Лазарсфельд, который ввел в практику социологических исследований ряд инноваций, таких как, панельный метод и латентный анализ.

Во второй половине 40-х годов XX в. в процессе изучения социальных установок американских солдат Пол Лазарсфельд разработал латентный анализ. Впервые метод был изложен в четвертом томе серии «Исследования по социальной психологии во второй мировой войне» [2]. Задача метода — в установлении внутренней латентной структуры, которая обуславливает именно данный характер ответов [1].

Лазарсфельд направил эмпирический анализ в области, ранее считавшиеся недоступными для науки. Святая святых мотивации человеческого поведения, личностные установки, скрытые аргументы и склонности, индивидуальные пороки, страсти - все оказалось в поле зрения социологов, социальных психологов, культурологов и антропологов. Это расширило актуальную базу человеческих ориентаций, помогло найти ряд из ранее необъяснимых сторон человеческого поведения, прояснило многие из закономерностей становления человеческих мотиваций.

В 1940 году Пол Лазарсфельд спланировал и провел сложный полевой эксперимент в округе Эри, штат Огайо. Большая группа исследователей ежемесячно с мая по ноябрь опрашивала выборку из 600 семей (в каждой - в среднем по 5 человек) в одном из населенных пунктов в графстве Эри, штат Огайо, который считался типичной

административной единицей США. С помощью очень длинной и подробной анкеты Лазарсфельд хотел выяснить, знакомы ли люди с конкретным содержанием масс-медиа, например, выступлениями кандидатов в президенты. Если пропаганда так сильна, как утверждают теории массовых коммуникаций, влияние медиа было бы очевидно. Всякий раз, когда человек изменял свои намерение голосовать, с помощью повторных интервью Пол Лазарсфельд пытался ответить на вопрос, почему происходило изменение. У респондентов регулярно брали интервью с целью изучения эффекта воздействия пропаганды кампании во всех СМИ — прессе, радио, а также личных контактов и другого. Кроме того, повторные интервью позволили получить широкую информацию о личных особенностях каждого респондента, его мировоззрении, политической истории, чертах характера, отношениях с другими людьми, мнениями о проблемах, связанных с выборами — другими словами, информацию обо всем, что могло бы способствовать знанию о формировании его политического предпочтения [3].

В итоге панель была создана как более эффективный способ ответить на такие важных вопросы, как:

Каково воздействие социального положения на голосование?

Какое влияние оказывают на людей партийные съезды и назначения?

Какую роль играет пропаганда?

Какую роль играют пресса и радио?

Как влияют семья и друзья?

Почему некоторые люди делают свой выбор рано, а некоторые поздно?

Каким образом происходит формирование предпочтений?

Почему люди голосуют, так, как они это делают?

Таким образом, исследование округа Эри является по сути первым исследованием влияния на электоральное поведение посредством СМК, во время которого Пол Лазарсфельд обнаружил, что сообщения от СМИ могут быть далее распространены неофициальными «лидерами общественного мнения», которые перехватывают, интерпретируют и распространяют то, что они видят и слышат по личным сетям, в которые они включены. Вместе с понятием «селективности» в воздействии и восприятии сообщений СМИ и отзыве на них, теория «двухступенчатого потока» указывает на изменение в равновесии сил между СМИ и аудиторией. После этого последовало бурное развитие, как самих средств коммуникации, так и исследовательских теорий относительно степени влияния СМК на электоральное поведение. И чаще всего в политологической литературе роль СМК в политическом процессе определяется наличием или отсутствием эффекта воздействия. Начиная с «Выбора Народов», подобные исследования были выполнены на президентских выборах 1944, 1948 [4], и 1952; на выборах в Конгресс в 1950; и на двух всеобщих выборах в Великобритании в 1950 и 1951. «Выбор народа», например, сконцентрировался на роли газет и радио в кампании. Их поверхностные эффекты не были внушительны. Но исследование закончилось острым признанием важности личного влияния избирателей друг на друга. «Исследование Декейтера», которое легло в основу книги Пола Лазарсфельда «Личное влияние» является эмпирической ратификацией случайного открытия, сделанного во время исследования 1940 года в округе Эри [5].

Пол Лазарсфельд заложил основы «социологической» концепции электорального поведения, при котором акт голосования определяется принадлежностью избирателя

к большим социальным группам. Данный подход получил широкое распространение среди ученых того времени и подтверждался дальнейшими исследованиями в этой области.

### **Литература**

1. Коченков А.И., Толстова Ю.Н. Идеи латентно-структурного анализа Лазарсфельда в современной социологии // Социология: методология, методы, математическое моделирование, 2003 №16. С.125-149.
2. Осипов Г.В., Андреев Э.П. Методы измерения в социологии. М.,: наука, 1977. С. 181.
3. Lazarsfeld P.F, Berelson B., Gaudet H. People's choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign. New York : Columbia University Press, 1948. P.309.
4. Lazarsfeld P.F., Berelson B.R., Mcphee W.N.. Voting: a study of Opinion Formation in a Presidential Campaign. Chicago. 1954. P 397.
5. Lazarsfeld, P.F, Katz E. Personal Influence. – New york. 1955. P.394.