

Секция «Политические науки»

Воздействие масс-медиа на электоральное поведение: наследие Пола Лазарсфельда и современные исследования

Завгородняя Марина Юрьевна

Соискатель

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

E-mail: lychaya@yandex.ru

Проблематика влияния масс-медиа на электоральное поведение является одной из достаточно развитых и изученных областей знаний. Одним из главных идеологов и, собственно, основателем данной области является Пол Лазарсфельд.

Работ, посвященных исследованию его творчества практически нет. За исключением небольшого количества статей, посвященных отдельным исследованиям и социологическим методам, среди авторов которых можно обозначить его жену Патрицию Кендалл, и его учеников Джеймса Коулмена и Симпсон Гарфинкель.

В современной российской науке отсутствует системное и подробное изложение концепции Пола Лазарсфельда, хотя его работы уже сегодня признаны классикой в сфере исследования влияния средств массовой коммуникации. Ученые, занимающиеся изучением электорального поведения, склонны относить Пола Лазарсфельда к основателям «социологической модели» голосования. Именно он выявил и доказал групповую основу голосования. Исследователь объяснял групповые особенности голосования социально-экономическим статусом и тем, как влияет это статус на политическое предпочтение. Он смог дифференцировать избирателей по степени устойчивости их электоральных ориентаций, выявить причины, побудившие колеблющихся избирателей изменить свое намерение в ходе электорального процесса и в момент голосования, а также он соотнес электоральную ориентацию с другими показателями.

Пол Лазарсфельд стремился в своих работах показать, как и почему люди решили голосовать, и как они это сделали. Другой важной целью его исследований было изучить эффект воздействия пропаганды избирательной кампании. Он обнаружил, что для избирателей межличностные контакты имели больший вес, чем информация, прочитанная в газетах, журналах или услышанная по радио. Российские коммуникативисты указывают его имя как основателя теории ограниченных эффектов массовой коммуникации.

В творчестве Пола Лазарсфельда можно выделить три реперные точки, которые повлияли на формирование его концепции электорального процесса. Это исследование в округе Эри в 1940 году, в округе Эльмира в 1948 году и городе Декейтор в 1955 году. Каждое из указанных исследований представляет собой часть общей концепции, в то же время каждое последующее исследование имело своей целью верифицировать результаты прошлого. Таким образом, к 1955 году была окончательно сформулирована концепция электорального поведения. Прежде всего, Пол Лазарсфельд выдвинул факторы, оказывающие значительное влияние на электоральное поведение: социодемографические характеристики (религия, пол, этническая принадлежность, возраст, место жительства, социально-экономическое положение), масс-медиа, межличностная

коммуникация. Кроме того ученый в своих работах подробно описывает методику своего исследования, что позволяет сформулировать концепцию электоральных исследований.

После трудов Лазарсфельда последовало бурное развитие, как самих средств коммуникации, так и исследовательских теорий относительно степени влияния СМК на электоральное поведение. Современные исследователи склонны осторожно относиться к вопросу определения степени влияния масс-медиа на электоральный процесс. Существует тенденция изучения данной проблематики сквозь призму множества факторов. Например, М. Де Флер и Д.Эверетт, отмечают, что средства массовой информации являются лишь одним из факторов (и не основным), влияющих на выбор гражданина. Главным же источником информации для избирателей выступают другие люди. Формируя свои политические предпочтения, большинство опрошенных ориентируются на мнения друзей, родственников, сослуживцев.[1] М. Харроп и У. Миллер, полагают, что влияние средств массовой информации не всеобъемлюще. Оно возрастает при следующих условиях: при слабо выраженной партийной идентификации, при освещении новых, ранее неизвестных тем и сфер политики, при значительном охвате аудитории, при условии, если люди редко обсуждают политические проблемы. [2] Часть исследователей вернулась к позиции максимального влияния средств массовой информации на избирателей. В частности, Джон Зеллер утверждает, что в сфере политических коммуникаций средства массовой информации формируют установки граждан, и их воздействие это огромно и долгосрочно. [3]

Многие российские ученые склонны скептически относиться к западным теориям эффектов масс-медиа и их применению на российской почве, объясняя, что в России – свои исключительные особенности. Поэтому они не придерживаются какой-либо теории, а рассматривают электоральное поведение с точки зрения факторов, влияющих на него. В частности, они обозначают следующие факторы: политическая обстановка в стране, эмоциональное состояние общества в исследуемый период, уровень доверия к СМИ, межличностную коммуникацию, подтверждая тем самым концепцию электорального исследования, разработанную Полом Лазарсфельдом. Анализ электорального поведения россиян показывает, что при одних обстоятельствах влияние СМИ может быть сильным, при других - несущественным.

В результате, мы можем утверждать, что на сегодняшний день концепция Пола Лазарсфельда актуальна и может быть применима, как для исследования коммуникативной части электоральных процессов, так и в целом для изучения коммуникативных процессов. Разработанные им методы исследования представляют собой наиболее эффективные способы изучения подобных процессов. К тому же они применимы и с учетом появления новых средств коммуникации, в особенности Интернета.

Литература

1. DeFleur M.L, Dennis E.E. Understanding mass communication. Houghton; Boston: Mifflin Company, 1981.
2. Harrop M., Miller W.L. Elections and voters: A comparative introduction. Hampshire a. London: MacMillan, 1987.

3. 3. Zaller, J. The myth of massive media impact revived : new support for a discredited idea [Текст] // Political persuasion and attitude change / ed. by D. Mutz, R. Brody, P. Snideman. – Ann Arbor : University of Michigan Press, 1996. – Pp.17 – 79.