

“Спираль молчания” или когнитивный диссонанс: формирование электоральных установок сельских жителей

Материалом для статьи послужили наблюдения автора за формированием общественного мнения жителей села Даниловка Саратовской области в ходе кампании по выбору кандидатов в Государственную Думу в сентябре-декабре 1995 года. Использовались, в основном, качественные методы: беседа, неструктурированное интервью, наблюдение. Особенность методики заключалась в достаточно длительном этапе “вживания”. В течение первого месяца исследователи присматривались к местным обычаям, групповым нормам, выявляли лидеров, знакомились с крестьянами с целью преодолеть психологические барьеры в их общении с “чужаками”, сформировать сеть респондентов, определить наиболее важные объекты наблюдения и т.д. Собственно, работа по программе началась после того, как были установлены соседские, деловые и дружеские связи с будущими респондентами.

Первичные материалы собирались в ходе бесед непосредственно в семьях, на рабочих местах и в “общественных центрах” села (магазин, клуб, автобусная остановка, площадка перед конторой бывшего колхоза). Исследователи присутствовали при обсуждениях предстоящих выборов на сельских сходах, агитационных мероприятиях, собраниях в трудовых коллективах, участвовали в спонтанно возникающих дискуссиях между односельчанами.

Респондентами выступали как представители сельских властных элит (руководители сельскохозяйственных предприятий, местной администрации, наиболее влиятельные и авторитетные жители села), так и рядовые работники, занятые в сельской инфраструктуре (торговля, образование, коммунальные службы), пенсионеры. Общее число респондентов – около 160 человек, из них постоянных (то есть тех, кого опрашивали с периодичностью два раза в месяц) – около 50 человек. На первом этапе изучения мнений жителей села по поводу предстоящих выборов специальные вопросы о предпочтениях сельчан относительно той или иной партии не задавались. Важно было проследить динамику процесса формирования суждений под влиянием средств массовой информации, в ходе межличностного общения в условиях, когда вмешательство исследователя сведено к минимуму. Примерно за месяц до выборов беседы с респондентами приняли более целенаправленный характер, задавались вопросы об их мнениях и оценках. Записи высказываний об электоральных предпочтениях респондентов отражали динамику процесса формирования общественного мнения сельчан.

В литературе ведется полемика о субъекте и объекте общественного мнения, его функциях и механизмах формирования [1]. Большинство авторов считают, что общественное мнение проявляется в оценочных суждениях, отражающих отношение тех или иных социальных групп к актуальным для них проблемам, имеет дискуссионный характер и служит инструментом регулирования общественных отношений через механизмы социализации и социального контроля [2-4]. Механизмы формирования общественного мнения включают в себя социально-психологические процессы внушения, подражания, убеждения, сложные комплексы установок, ценностных ориентаций, эмоциональных состояний, стереотипов сознания и поведения, а также групповые нормы и культурные традиции.

Общественное мнение села имеет известную специфику, которая связана с особенностями сельского уклада (публичность частной жизни крестьянина, традиционализм, относительная ограниченность и замкнутость пространства межличностного и группового общения, особая роль семейных кланов в формировании оценочных суждений).

Некоторые авторы считают, что степень аргументированности мнения является показателем его зрелости и определенной устойчивости во времени. Если респондент, отвечая на вопрос “Почему Вы так думаете?”, способен достаточно полно и убедительно обосновать свою точку зрения, это служит критерием степени его информированности о данной проблеме, убежденности в правильности своей позиции, а также дает некоторую уверенность, что он не изменит ее в ближайшее время.

Однако, отслеживая высказывания, объясняющие мнения респондентов, мы пришли к выводу, что доводы в пользу той или иной точки зрения нарастают неравномерно и наиболее высокая насыщенность аргументаций не совпадает с ходом избирательной кампании. Основываясь на предположении, что многие избиратели принимают решение за кого голосовать за несколько дней до выборов или непосредственно на избирательном участке, практически все партии, участвовавшие в предвыборном марафоне, постарались за последнюю неделю перед выборами создать пик своей агитации через СМИ и мероприятия на местах. Можно было ожидать, что интенсивность обсуждения кандидатов в Госдуму и оснащенность высказываемых публично мнений соответствующей аргументацией тоже будет пропорционально расти.

Анализ полученных результатов показал, что с сентября по ноябрь интенсивность и направленность суждений, касавшихся большинства партий, была низкой и нейтральной. В числе предпочтений выделялись только Коммунистическая партия, Агропромышленный союз России, “Женщины России” и отдельные политические лидеры — В.Жириновский, А.Лебедь, С.Федоров, В.Черномырдин, Е.Гайдар и Г.Явлинский, но без соотнесения их с политическими движениями, которые они представляли. С середины ноября интенсивность оценочных суждений по перечисленным партиям и лидерам нарастала в основном под влиянием телевидения. Большинство респондентов к концу ноября явно не определились в своих предпочтениях. Некоторые из них, например, представители фермерских объединений, публично заявляли, что скорее всего на выборы не пойдут. Но с начала декабря ситуация стала меняться. По нашим наблюдениям, наивысшая интенсивность в стремлении получить информацию о партиях и их лидерах, пришлось на первую декаду декабря. Как отмечали респонденты, “собираемся утром и только разговоры: “Ты этого слышал? А ты того слышал?” (С. Никитин, механизатор ТОО “Даниловское”, запись 2 декабря). Как правило, на вопрос: “Почему так решили?”, следовало довольно пространное пересказывание точек зрения авторитетных односельчан, понравившихся выступлений по телевидению представителей партий или речей местных агитаторов.

Положительная аргументация в основном выдвигалась в отношении КПРФ, АПР и “Женщин России”. Позитивно отзывались респонденты и о кандидатах-генералах — Б.Громе, А.Лебеде, А.Руцком, причем в пользу Громова часто звучал аргумент о его саратовском происхождении. В отношении ЛДПР, а точнее, В.Жириновского, высказывания были сдержанными и неопределенными, например, многие говорили: “...он им покажет” без указания, кому именно. Определенно негативно респонденты оценивали кандидатов-демократов — Е.Гайдара и Г.Явлинского (их часто отождествляли друг с другом), а также кандидатов, лояльно настроенных к правительству и президенту. Что касается В.Черномырдина, то высказывания в его адрес были хотя и позитивными, но достаточно осторожными, например, “он сможет навести порядок”, “он серьезный и деловой”.

Согласно теории “спирали молчания” Э.Ноэль-Нойман, сдержанная вербальная реакция объясняется нежеланием оказаться в изоляции у тех респондентов, кто чувствует, что большинство общности, в которую они входят, не разделяет их мнения. На момент исследования большинство жителей Даниловки собирались голосовать за коммунистов, они верили, что подавляющая часть односельчан отдаст свои голоса за КПРФ, и агрессивно выражали свое мнение, подкрепляя его аргументами из личного опыта, истории страны и данного села. Правомерно было ожидать, что их позиция не изменится,

но после 10 декабря наполненность суждений аргументами в пользу КПСС стала быстро падать.

Мы обратили внимание, что те из наших постоянных респондентов, кто уже решил, за кого отдадут свой голос (среди них половина собиралась голосовать за коммунистов, остальные почти равномерно распределили предпочтения между В.Жириновским, А.Лебедем и НДР) стали меньше интересоваться телепередачами как о “своих”, так и других кандидатах, более того, уходили от разговоров на эту тему, односложно отвечая на вопросы исследователей. Впоследствии практически все они, по их словам, не изменили своего решения и голосовали так, как решили в начале декабря.

Можно выдвинуть несколько объяснений того, почему “спираль молчания” стала захватывать тех, кто раньше находился вне поля ее действия.

Возможно, те, кто принял решение голосовать за КПрФ или других кандидатов, каким-то образом почувствовали (Ноэль-Нойман считает, что субъекты общественного мнения способны относительно верно улавливать изменения в “климате общественного мнения” по не совсем ясной совокупности признаков), что на президентских выборах победит Б.Ельцин. И тогда, сочтя себя “проигравшим большинством”, они включились в “спираль молчания”, чтобы не пострадать от возможных преследований со стороны победившей партии или не попасть под пресс общественного мнения односельчан.

Однако страха изоляции или дискомфорта от положения “проигравшего большинства” не наблюдалось. Те, кто голосовал за КПрФ, до самого конца открыто выражали свои предпочтения, а электорат других кандидатов не менял степени открытости своего мнения. Например, большинство сторонников В.Жириновского не афишировали своего выбора в начале исследования и точно так же вели себя накануне выборов и на избирательном участке. Наши наблюдения согласуются с результатами изучения причин отказа от опросов в первом туре президентских выборов, полученными ВЦИОМом в июне 1996 года [5].

С другой стороны, приверженцы Б.Ельцина должны были бы к концу предвыборной кампании “громче” всех выражать свое мнение, подкрепляя его разнообразной аргументацией. Однако те наши респонденты, которые решили голосовать за НДР и Ельцина, в последние пять-шесть дней перед выборами также снизили “электоральную активность”. Они неохотно участвовали в разговорах на тему выборов, хотя в данном случае “спираль молчания” могла иметь место, поскольку большинство жителей села собирались проголосовать за КПрФ, но в то же время руководители хозяйства и районные агитаторы старались разными способами убедить, что альтернативы Ельцину нет, что “он все равно победит”.

Другое объяснение может исходить из теории когнитивного диссонанса Л.Фестингера, согласно которой психология человека такова, что при принятии решения он стремится избежать психологического дискомфорта от диссонанса между информацией в пользу своего выбора и аргументами, которые могут поставить его под сомнение [6]. Такой диссонанс устраняется с помощью сознательного или неосознанного отбора информации в пользу принятого решения и игнорирования любого негативного для своего выбора знания [7]. Как правило, в защиту собственной позиции приводятся аргументы, которые не имеют принципиального значения, например: за коммунистов надо голосовать потому, что они “за бедных”, – хотя другие кандидаты также подчеркивали свою готовность защищать малообеспеченные слои населения. Если это так, то затруднения с аргументацией собственной позиции у наших респондентов или ответы-отговорки связаны с тем, что они уже приняли решение, за кого отдадут свой голос и, стремясь избежать возникновения когнитивного диссонанса, прекращают просмотр телепередач с предвыборными дебатами и ограничивают участие в дискуссиях на эту тему.

Возможно также, что дело в особенностях формирования общественного мнения в условиях села, когда доводы в пользу своей точки зрения опираются на мнение

референтной группы или местного авторитета, чьи суждения тиражируются почти дословно. Если исследователь добивается дополнительных объяснений, то человек явно затрудняется с ответом, либо просто уходит от него, либо ссылается на позицию личности, обладающей на селе моральной властью.

В селе Русский Брод Орловской области, например, таким моральным авторитетом был бывший директор школы А.С.Коновалов. Отвечая на вопрос: “Кому вы предпочитаете отдать свой голос?”, многие респонденты говорили: “Надо узнать мнение Коновалова”, “Надо посоветоваться с Коноваловым”, “Жаль, что приболел Анатолий Сергеевич, а надо бы узнать, что он думает о выборах”, “Беседовал с Коноваловым по дороге, он шел в поликлинику, так вот, он будет голосовать за коммунистов”, “Мы слышали, что Коновалов за коммунистов, а ведь он не дурак, он все знает – вот и нам надо так поступить”. То же самое повторяет местный руководитель хозяйства, рассказывая о своей беседе с членами товарищества: “Пытался я с ними затеять предметный разговор, связать выборы с проблемами хозяйства. Стали внимательно слушать, задавать вопросы. И тут мне один каменщик говорит: “Слушай, Виктор Васильевич, что-то не пойдем тебя, а ты за кого стоишь? Клонись, как мы видим, к Черномырдину, к его движению “Наш дом – Россия”? А мы вот слышали — Коновалов думает иначе. Он против этих демократов. Он будет голосовать за коммунистов. Видимо, он прав. Эти власти нас сделали голыми, а при коммунистах было иначе.”

И все же большинство наших респондентов принимали решения о выборе кандидата под влиянием СМИ и обсуждения в своих референтных группах (родственных кланах, производственных коллективах, в кругу друзей, соседей, знакомых).

Наконец, еще одна причина вовлечения респондентов в “спираль молчания” кроется в субъективной реакции на сам факт опроса или личность интервьюера. Это может быть усталость или раздражение от повторных вопросов на одну и ту же тему, неуверенность в сохранении конфиденциальности беседы. Некоторые авторы считают, что затруднения с ответом вызваны характером вопросов или методом работы исследователя [8]. Однако в нашем случае данное обстоятельство не играло существенной роли и вот почему.

Использованный нами метод неструктурированного интервью предполагает не утомительные “экзамены” по заранее составленным вопросам, а неформальный дружеский разговор. К тому же длительное пребывание исследователей в селе и многократные встречи с респондентами воспринимались ими уже как обычные беседы с пришедшими в гости людьми, с которыми установились хорошие отношения. Именно такой метод, согласно результатам специального социологического опроса, проведенного ВЦИОМом в Воронежской области в 1996 году, в наибольшей степени располагает человека к открытому выражению своей точки зрения [9].

Тот факт, что наши исследователи прожили длительное время в селе, можно с полным правом охарактеризовать как один из определяющих качество опроса. Шесть месяцев регулярного общения с респондентами перевели вопрос о пользе и интересе к нашему исследованию в иную плоскость. Многим было интересно беседовать с городскими “образованными” людьми вообще, а не только непосредственно по данной теме. Каждый респондент стремился удовлетворить свою потребность в общении с участниками проекта: кто-то ждал конкретной помощи в виде совета или ходатайства в органы власти, а иногда и материальной поддержки (не обязательно деньгами), кто-то испытывал информационный голод (в селе практически перестали выписывать газеты и журналы) и использовал исследователя как живой источник информации, а кто-то нуждался в том, чтобы выговориться, поделиться своими сомнениями и мыслями. Тема выборов шла у нас наряду с другими темами, как это бывает в обычном общении между людьми. Как правило, переход к ней начинался с вопроса: “А что там у вас в городе говорят про выборы?”. Кстати, фактор длительности общения с респондентом, как

считают Л.Шацман и А.Стросс, смягчает проблему взаимодействия респондента и интервьюера с разными тактиками и стилями общения [10].

В целом, наша методика изучения мнений крестьян соответствовала большинству наиболее распространенных критериев оценки качества интервью. Например, Н.К.Дензин приводит шесть критериев оценки трех форм интервью (анкетного структурированного, безанкетного структурированного и неструктурированного): точная передача смысла вопросов и ответов; соблюдение безопасности интересов респондента; обеспечение искренности интервьюеров; определенность целей; связь каждого вопроса с общими целями интервью; решение проблемы фальсификации ответов [11]. Степень соответствия разных форм интервью этим критериям может быть разной. Например, могут возникнуть проблемы с передачей смысла вопроса и фальсификацией ответов в структурированном интервью, а в неструктурированном трудно сохранять связь каждого вопроса с общими целями исследования.

Как отмечалось, прежде чем приступить к систематическим интервью, наша группа полгода работала в селе, поэтому проблемы, связанные с обеспечением искренности, фальсификацией ответов или безопасностью интересов респондентов были, в основном, преодолены. Проблема взаимного понимания интервьюера и респондента решалась, с одной стороны, с помощью накопленных знаний об особенностях вербального общения в данной местности, а с другой, тем, что люди имели возможность привыкнуть к факту пребывания исследователей в селе, присмотреться к ним. Это позволило установить со многими опрошенными неформальные дружеские отношения, которые являются важным условием обеспечения качества интервью. В результате влияние методов исследования на респондентов оказалось незначительным.

Таким образом, из всех рассмотренных выше объяснительных принципов ближе всех к нашему случаю тот, который основан на теории когнитивного диссонанса Фестингера. Такой подход позволяет сделать некоторые выводы, полезные для практики планирования агитационных мероприятий во время предвыборных кампаний. В частности, равномерное наращивание интенсивности политической рекламы в СМИ, пик которой непосредственно примыкает ко дню выборов, видимо, не отвечает закономерностям формирования общественного мнения, по крайней мере в сельских сообществах.

• • ЛИТЕРАТУРА

1. *Noelle-Neumann E.* The spiral of silence: public opinion, our social skin. Chicago: The University of Chicago Press, 1993. P.58-69.
2. *Грушин Б.А.* Мнения о мире и мир мнений: Проблемы исследования общественного мнения. М.: Политиздат, 1967.
3. *Горшков М.К.* Общественное мнение: История и современность. М.: Политиздат, 1988.
4. *Коробейников В.С.* Пирамида мнений: Общественное мнение: природа и функции. М.: Молодая гвардия, 1981.
5. *Гудков Л.Д.* Характеристики респондентов, отказывающихся от контактов с интервьюерами // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 1996. № 4. С. 47.
6. *Festinger L.* Theory of cognitive dissonance. London: Row& Peterson and Carsmth, 1957.
7. *Gross R.* Psychology: Science of mind and behaviour. London: Hoderr & Stoughton, 1994. P. 532-539.
8. *Рукавишников В.О., Паниотто В.И., Чурилов Н.Н.* Опросы населения. М.: Финансы и статистика, 1984.

9. *Романович Н.А.* Отказы респондентов в зависимости от восприятия ими опроса и его методов // *Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения.* 1996. № 4. С. 42-45.
10. *Schatzman L., Strauss A.* Field research. Strategies for a natural sociology. New Jersey: Prentice-Hall, 1973.
11. *Denzin N. K.* The research act. A theoretical introduction to sociological methods. New Jersey: Prentice-Hall, 1989. P. 109-110.