

МОТИВАЦИЯ ГОЛОСОВАНИЯ СТУДЕНТОВ НА МУНИЦИПАЛЬНЫХ ВЫБОРАХ: РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Н. А. Трегубов

Статья посвящена анализу мотивации электорального выбора студенческой молодежи на муниципальных выборах в России. В качестве эмпирической базы исследования использованы данные социологического опроса студенческой молодежи города Челябинска, посвященного выборам Главы муниципального образования. Теоретическую основу работы образуют положения теории доминирующего стереотипа, а также некоторые постулаты когнитивной теории политического действия. В результате исследования выявлены некоторые особенности взаимного расположения содержательных и бессодержательных мотивов электорального выбора, обеспечивающие кандидатам тот или иной уровень поддержки избирателей-студентов на муниципальных выборах.

Ключевые слова: анализ социологических данных, мотивы электорального выбора, рациональное и нерациональное голосование, положительный и отрицательный образ кандидата.

В настоящей работе представлена попытка анализа мотивационной составляющей поведения студенческой молодежи на муниципальных выборах в России. Эмпирическую базу исследования образуют данные социологического опроса студентов города Челябинска, проведенного в сентябре 2013 г. (число опрошенных — 533 респондента, студенты девяти факультетов Южно-Уральского государственного университета, выборка — серийная (гнездовая) с последующим взвешиванием случаев по полу и району проживания респондентов, доверительный интервал 0,95, ошибка выборки 5%).

Анализ мотивов электорального поведения студенческой молодежи производился сквозь призму отношения студентов к потенциальным претендентам на должность Главы Челябинска¹. В число главных объектов электорального выбора были включены известные политики города, в 2009—2013 гг. считавшиеся наиболее вероятными претендентами на должность главы Челябинска: Сити-менеджер С. В. Давыдов, действующий Глава города (Председатель Челябинской городской Думы) С. И. Мошаров, депутат Законодательного собрания Челябинской области А. В. Барышев, депутат Челябинской городской Думы Б. Е. Видгоф, а также О. Н. Грачев, в 2010—2013 гг., занимавший должность первого вице-губернатора Челябинской области. Основным социологическим инструментом выявления мотивов электорального выбора стали открытые вопросы анкеты (1) «Почему бы Вы проголосовали за этого кандидата?» и (2) «Почему бы Вы никогда не проголосовали за этого кандидата (этих кандидатов)?»

В качестве теоретической основы изучения мотивов электорального выбора была избрана модель

¹ В настоящее время в связи с проходящей на территории Российской Федерации муниципальной реформой выборы мэров крупных городов оказались фактически отменены. Тем не менее, автор выражает надежду, что полученная им информация по проблемам мотивации политического поведения на муниципальных выборах когда-нибудь приобретет не только теоретическое, но и практическое значение.

доминирующего стереотипа, разработанная исследователями Е. Б. Малкиным и Е. Б. Сучковым [1, с. 92—146]. Согласно этой модели основные мотивы голосования российских избирателей могут носить либо идеологический, либо личностный характер. В первом случае главными мотивами голосования являются стереотипы «Как раньше» (идеология современных коммунистов), «Как на Западе» (идеология либеральных, демократических сил) и «Устраивает сегодня» (идеология представителей действующей власти). Во втором случае голосование за ту или иную политическую альтернативу основывается на сформированных в сознании избирателей образах «самого сильного» кандидата (наведение порядка «твердой рукой»), кандидата-«чудотворца» (уникальные умения и навыки, позволившие кандидату «сотворить чудо» в сфере профессиональной деятельности), кандидата-«борца» с тем или иным общественным злом, а также образы «самого честного» и «самого умного» кандидатов. В теории доминирующего стереотипа также присутствует категория «подвижных» избирателей, голосующих по разнообразным случайным мотивам. Вместе с тем, характер соотношения содержательных и случайных мотивов голосования избирателей за ту или иную политическую альтернативу авторами данной теории подробно не раскрывается.

В связи с отмеченным недостатком теории доминирующего стереотипа, ее основные посылы, на наш взгляд, имеет смысл дополнить некоторыми положениями когнитивной теории мотивации политического действия [см, напр.: 2, с. 104—260; 3, с. 104—129]. В соответствии с данной теорией политическое действие индивида рассматривается как результат определенных, последовательно совершаемых в психике индивида процессов обработки «внешней» политической информации. К числу таких процессов относятся: 1) привлечение внимания к политическому объекту; 2) категоризация информации о политическом объекте, отнесение его к категории хороших или плохих, заслуживающих или не заслуживающих доверия

и т. д.; 3) атрибуция информации о политическом объекте, заполнение информационных пробелов универсальными и обобщенными представлениями об объектах данного типа (для «хорошего политика» это могут быть такие универсальные качества как честность, ответственность и т. д.); 4) осознание информации и осознание рационального мотива действия в отношении политического объекта. В рамках названной теории политическое действие, основанное на трех первых этапах обработки информации, называется нерациональным, тогда как наличие четвертого этапа обработки информации об объекте четко соотносится с рациональным характером политического действия.

В соответствии с вышеизложенными теоретическими посылами мы имеем возможность говорить о том, что мотивы голосования за кандидата могут быть «периферийными» (нерациональными) или «центрального» (рациональными). В свою очередь, рациональные мотивы электорального выбора могут носить либо политический (голосование за образ будущего), либо персональный (голосование за личные качества) характер. В этой связи исследовательская задача изучения мотивационной сферы электорального выбора может быть сведена к выявлению устойчивых сочетаний «центральных» и «периферийных», «политических» и «персональных» мотивов голосования избирателей, обеспечивающих определенный уровень поддержки тех или иных политических сил.

Основные параметры политических предпочтений избирателей-студентов применительно к ситуации «выборы мэра Челябинска» (в процентах от числа активных избирателей) приведены в табл. 1¹.

Исходя из данных таблицы очевидно, что самым внушительным уровнем электоральной поддержки избирателей-студентов обладает действующий сити-менеджер С. В. Давыдов. На втором месте по данному показателю располагается Б. Е. Видгоф — известный челябинский предприниматель, занимавший в 2009—2010 гг. должность Председателя Челябинской городской Думы и считавшийся до июня 2010 г. основным претендентом на должность Главы города Челябинска. Уровень электоральной

поддержки остальных кандидатов, судя по данным опроса, выглядит гораздо более скромно. Сравним озвученные студентами аргументы в пользу голосования за каждого из представленных кандидатов для выявления структурных особенностей мотивации, обеспечивающих столь разные уровни поддержки электоральных альтернатив в ситуации «выборы мэра Челябинска».

Основные аргументы в пользу голосования за кандидата С. В. Давыдова представлены в табл. 2.

Очевидно, что в сознании избирателей, готовых проголосовать за С. В. Давыдова, сформирован яркий, целостный и довольно многогранный положительный образ этого кандидата. Содержательное «ядро» этого образа составляют представления о С. В. Давыдове как о кандидате-«чудотворце» — «крепком хозяйственнике», который умеет достигать реальных положительных результатов в разных сферах развития города, а также отождествление С. В. Давыдова с действующей властью (стереотип «Устраивает сегодня») (всего около 45% положительного образа). При этом мотивацию голосования за С. В. Давыдова в силу его ответственности, компетентности и честности (около 10% положительного образа) следует рассматривать в контексте расширения «ядра» положительного образа этого кандидата, подчеркивания личностных качеств, органически дополняющих образ «крепкого хозяйственника от действующей власти». Эту часть положительного образа С. В. Давыдова уместно назвать «периферией первого уровня». Данный сегмент мотивации голосования за С. В. Давыдова способствует тому, что образ данного кандидата становится более глубоким, разноплановым, а также эмоционально близким рядовому избирателю. К «периферии второго уровня» положительного образа С. В. Давыдова следует отнести еще менее определенные мотивы голосования за данного кандидата, сводимые к представлению о нем как о кандидате, вызывающем доверие («доверяю», «симпатизирую», «разделяю позицию», около 20% положительного образа). Наконец, мотивы голосования за С. В. Давыдова как за наиболее известного и «раскрученного» кандидата (27% электорального образа) следует отнести к

Таблица 1

Электоральные предпочтения студенческой молодежи города Челябинска

Кандидат	Узнаваемость (%)	Рейтинг (%)	«Вторые голоса» (%)	Антирейтинг (%)	Шансы (%)
Барышев А. В.	47,85	4,5	4,9	6,55	5,25
Видгоф Б. Е.	61,35	10,1	6,2	20,5	2,85
Грачев О. Н.	25,4	2,35	3,9	11,65	0,5
Давыдов С. В.	80,25	40,5	10,4	9,85	53,05
Мошаров С. И.	58,1	5,8	17,75	12,6	6,05
Другой кандидат	—	1,05	1,55	—	—
Испорчу бюллетень	—	3,3	4,7	—	—
Не приду на выборы	—	1	3,25	—	—
Загрудняюсь ответить	—	31,5	47,3	48,55	32,25

¹ Результаты анализа структурных особенностей электорального поведения студенческой молодежи на выборах Главы Челябинска подробно изложены в одной из предыдущих публикаций автора [см. 4].

«периферии третьего уровня» его положительного образа. Очевидно, что здесь мы имеем дело с одним из «первичных» мотивов голосования за любого кандидата. В рамках настоящего исследования данный

Характер аргументации голосования студенческой молодежи за кандидата С. В. Давыдова

Тип аргумента	Примеры аргументов	Процент от всех аргументов в пользу кандидата
<i>Сегмент 1. Давыдов — кандидат-«чудотворец», крепкий хозяйственник</i>		
Реальные положительные результаты деятельности (РПРД): решение проблем города в целом	больше всех работает, удовлетворен развитием города под его началом, видел его положительную работу, вижу его участие в жизни города	7,7
РПРД: благоустройство	занимается благоустройством города, благоустройство, озеленение дворов и улиц города, массовое озеленение дворов и улиц, благоустройство парков, скверов	7,1
РПРД: развитие спорта	участвует в открытии площадок, одобряет мероприятия workout, способствует строительству спортплощадок, в городе спорт развивается	3,9
РПРД: помощь социально незащищенным слоям населения, школам	решает острые вопросы граждан, все для народа, он вроде помогал моей школе, у молодежи много перспектив для развития	6,8
РПРД: общественный транспорт	развитие общественного транспорта, обновление муниципального транспорта	2,9
Кандидат с лидерскими качествами (энергичность, целеустремленность и пр.)	активный деятель	1,6
Итого		30
<i>Сегмент 2. Давыдов — кандидат от действующей власти, которая в целом устраивает</i>		
Голосование за действующую власть (инкубента)	долгое время у власти, на посту мэра, является сити-менеджером на данный момент, давно в администрации города	8,7
Голосование по принципу: «Устраивает сегодня»	проверенный; ситуация в городе, на мой взгляд в кардинальных переменах не нуждается; претензий нет; нет необходимости менять	5,6
Итого		14,3
<i>Сегмент 3. Давыдов — ответственный, компетентный, честный кандидат</i>		
Ответственный кандидат	ответственная работа в пользу муниципальных предприятий	2,3
Компетентный кандидат	отлично исполняет свои обязанности, хорошо исполняет обязанности	3,9
Честный кандидат	не ворует	2,6
Итого		8,8
<i>Сегмент 4. Давыдов — кандидат, вызывающий доверие (доверяю, разделяю позицию, симпатичен)</i>		
Доверие к кандидату (без аргументации)	внушает доверие, близок населению Челябинска, по своим собственным интересам, есть доверие, доверяю, ближе всех по духу, показал себя с неплохой стороны, вызывает доверие	12,3
Голосование за программу/позицию кандидата в целом	согласна с точкой зрения, согласен по некоторым вопросам с мнением этого кандидата	3,6
Внешне привлекательный кандидат	симпатия как к кандидату, наиболее симпатичен	3,6
Итого		19,5
<i>Сегмент 5. Давыдов — известный, «раскрученный» кандидат</i>		
Известность	Знаю; только его знаю; знаю о нем больше других; много о нем слышал и только хорошее; слышала про него; трансляция по ТВ; известная личность; часто вижу в СМИ; не раз видела его интервью на телевидении, на плакатах, значит, что-то он точно делает для города; часто слышу его фамилию; часто вижу в новостях; знакомая фамилия (и т. д.)	23,4
Коммуникабельность	поддерживает связь с общественностью, непосредственное общение с людьми, открытый	3,9
Итого		27,3

мотив оказался единственным мотивом, действие которого зафиксировано в отношении голосования за абсолютно всех кандидатов из предложенного респондентам списка (см. ниже).

Представляется, что основные мотивы голосования избирателей за кандидатуру С. В. Давыдова могут быть вполне четко соотнесены с рассмотренными выше этапами обработки «внешней» политической информации (см. табл. 3).

При этом материалы проведенного эмпирического исследования свидетельствуют о том, что довольно часто нерациональные и рациональные мотивы голосования за кандидата оказывают активное воздействие на электоральный выбор фактически одновременно. Так, в случае с С. В. Давыдовым область пересечения «ядерных» и «периферийных» мотивов голосования за кандидата составила около 25% избирателей.

Далее рассмотрим структуру положительного образа кандидата Б. Е. Видгофа, на момент опроса являвшегося наиболее сильным потенциальным соперником действующего сити-менеджера С. В. Давыдова. Основные мотивы голосования за этого кандидата представлены в табл. 4.

Исходя из представленных в таблице данных, в качестве «ядра» положительного образа Б. Е. Видгофа можно выделить представление о нем как об успешном предпринимателе («сделал богатым себя, сделает богатыми всех»), а также патерналистскую ориентацию на голосование за сильную личность кандидата-«благотетеля» («помогает людям», «за ним мы будем как за каменной стеной»). При этом размер данного «ядра» составляет около 40% положительного образа кандидата. В свою очередь «периферийные» мотивы голосования за Б. Е. Видгофа практически полностью совпадают с теми, что фиксируются в случае выбора респондентами кандидатуры сити-менеджера С. В. Давыдова.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что при формировании устойчивого положительного образа кандидата вне зависимости

от характера «ядра» этого образа необходимые периферийные мотивы голосования избирателей, как правило, носят более или менее стандартный характер: 1) голосование за наиболее известного кандидата; 2) голосование за кандидата, вызывающего симпатию, доверие; 3) голосование за кандидата, обладающего стандартным набором личностных и профессиональных качеств «правильного политика», таких как компетентность, ответственность и (в ряде случаев) честность. Невозможность существования устойчивого «ядра» положительного образа кандидата без наличия в сознании индивидов стандартного набора «периферийных» мотивов голосования логически вытекает из рассмотренных выше этапов обработки информации в когнитивной теории мотивации политического действия (переход к этапу осознания информации и осознания мотива действия невозможен без привлечения внимания к политическому объекту, а также без категоризации и атрибуции информации об этом объекте).

Мотивация голосования за оставшихся кандидатов на пост главы Челябинска отличается в целом более простой структурой, а также значимо большей долей «периферийных» мотивов электорального выбора. Так, содержание положительно образа действующего главы города (председателя городской Думы) С. И. Мошарова, исходя из данных опроса, полностью определяется причастностью данного кандидата к действующей муниципальной власти (стереотип «устраивает сегодня», около 30% положительного образа). В случае с депутатом Законодательного собрания области А.В. Барышевым мы можем говорить лишь о начальных стадиях формирования положительного образа кандидата, поскольку доля содержательных аргументов в его поддержку составила не более 15%. При этом основными «точками роста» для формирования положительного образа А. В. Барышева в сознании избирателей следует признать упоминания поддержки кандидатом социально незащищенных категорий граждан (черты «сильной личности»), а также на-

Таблица 3

Структура мотивации голосования за кандидата С. В. Давыдова

Сегмент положительного образа	Место мотива в структуре положительного образа	Этап обработки информации (когнитивная теория мотивации)
Давыдов — известный, «раскрученный» кандидат	<i>Периферия 3</i>	<i>Этап 1.</i> Привлечение внимания к политическому объекту
Давыдов — кандидат, вызывающий доверие	<i>Периферия 2</i>	<i>Этап 2.</i> Категоризация информации об объекте (в нашем случае — отнесение кандидата к категории «заслуживающих доверия»)
Давыдов — ответственный, компетентный, честный кандидат	<i>Периферия 1</i>	<i>Этап 3.</i> Атрибуция информации об объекте, заполнение информационных пробелов универсальными и обобщенными позитивными представлениями (в нашем случае — универсальными представлениями о «хорошем политике»)
Давыдов — кандидат-«чудотворец», крепкий хозяйственник	<i>Ядро</i>	<i>Этап 4.</i> Осознание информации и осознание рационального мотива действия в отношении политического объекта
Давыдов — кандидат от действующей власти, которая в целом устраивает		

Характер аргументации голосования студенческой молодежи за кандидата Б. Е. Видгофа

Тип аргумента	Примеры аргументов	% от всех аргументов в пользу кандидата
<i>Сегмент 1: Видгоф — кандидат-«чудотворец», успешный предприниматель</i>		
Успехи в бизнесе	состоятельный, построил гран[д]-отель; человек опытный, так как имеет огромную сеть предприятий; успешный человек; так как он крупный предприниматель нашего города; один из результатов его работы — отель, оставляет об этом человеке хорошее впечатление	13
Кандидат с лидерскими качествами	уверен в себе, целеустремленный, перспективный человек, привлекает Челябинск к успеху	9,1
Итого		22,1
<i>Сегмент 2: Видгоф — сильная личность, щедрый благотворитель, помогающий людям</i>		
Реальные положительные результаты деятельности (РПРД): решение проблем города в целом	я считаю, что он очень много сделал и делает для города, он хоть что-то делает для народа	11,2
РПРД: благоустройство	обустривает район	4,8
РПРД: помощь социально незащищенным слоям населения, школам	устраивает благотворительность	4,8
Итого		20,8
<i>Сегмент 3: Ответственный и компетентный кандидат</i>		
Ответственный кандидат	серьезный человек, полностью уверен в нем, ответственная личность, ответственность к работе	8,7
Компетентный кандидат	образован, человек опытный, разумный	5,8
Итого		14,5
<i>Сегмент 4: «Хороший», «достойный» кандидат, «хороший человек»</i>		
Доверие к кандидату (без аргументации)	хороший человек, вполне достойный кандидат, удовлетворяет моим личным требованиям, удовлетворяет моим политическим требованиям	6,2
Личный опыт общения с кандидатом	хороший знакомый	5,1
Голосование по принципу «как все»	говорят, он хороший	5,1
Итого		16,4
<i>Сегмент 5: Известный кандидат</i>		
Известность	Наслышан; имя на слуху; наиболее знакомая мне личность; о нем я слышала больше, чем про остальных; единственный, кого я знаю; я знаю только его; больше, чем про остальных, слышал про него	16,7
Голосование по принципу: «Если не X, то кто?»	больше не за кого	5,1
Итого		21,8

меки на умеренную оппозиционность кандидата по отношению к местной власти (черты кандидата-«борца»). Наконец, положительный образ кандидата О. Н. Грачева, судя по данным исследования, вообще не обладает каким-либо содержательным наполнением. Все аргументы в пользу данного кандидата оказались сведены исключительно к факту его формальной известности избирателям.

Сопоставляя структуру положительных образов кандидатов с характером их электоральной поддержки (см. табл. 1) легко прийти к выводу, что без сформированного «ядра» положительного образа

шансы кандидата на победу становятся призрачными. Таким образом, взаимосвязь содержательных и бессодержательных мотивов голосования за кандидата, во многом носит диалектический характер. С формальной точки зрения эти мотивы «отрицают» друг друга. В реальности же, с одной стороны, содержательные мотивы «рождаются» из обработки информации о кандидате на бессодержательных этапах, а с другой — именно исходный содержательный компонент информации о кандидате обеспечивает эффективный с точки зрения достижения целей кампании (в нашем случае, цели победы кандидата

на выборах по мажоритарной системе) «запуск» таких бессознательных механизмов мотивации политического действия, как внимание, категоризация и атрибуция.

При этом если брать во внимание только содержательные аргументы в пользу выбора той или иной политической альтернативы, наиболее актуальными для избирателей на муниципальных выборах следует признать личностно-ориентированные мотивы голосования, формирующие положительные образы «крепкого хозяйственника», «успешного предпринимателя» и «сильной личности». Единственным идеологическим мотивом голосования за кандидатов, актуальным для избирательной кампании муниципального уровня, исходя из данных опроса, можно признать стереотип «Устраивает сегодня».

При анализе мотивационной структуры голосования избирателей-студентов против того или иного кандидата на пост главы Челябинска все соответствующие мотивы электорального выбора также были разделены на «ядерные» (основные, содержательные) и «периферийные» (бессодержательные).

Как и следовало ожидать, согласно данным опроса студенческой молодежи Челябинска носителем наиболее яркого отрицательного образа стал действующий сити-менеджер С. В. Давыдов. Этот кандидат представлен в сознании своего антиэлектората как коррумпированный (11% отрицательного образа) кандидат от действующей власти (негативное отождествление с партией «Единая Россия», 12% отрицательного образа), нелегитимно назначенный на должность сити-менеджера (13% отрицательного образа). Чертами, дополняющими этот отрицательный образ, стали указания на нечестность (28,6%) и безответственность (21,7%) С. В. Давыдова, а также на использование им «бандитских» методов достижения своих целей (11,1%).

Основным содержательным мотивом голосования против Б. Е. Видгофа стало представление о нем как о бизнесмене, рвущемся в политику (около 25% отрицательного образа). В качестве основного мотива голосования против С. И. Мошарова (около 20% отрицательного образа) респондентами выделены нечестность (нечистоплотность) данного кандидата, что, скорее всего, обусловлено отождествлением С. И. Мошарова с действующей муниципальной властью. Наконец, в случае с А. В. Барышевым и О. Н. Грачевым все мотивы голосования против кандидатов оказались «периферийными» и были сведены к представлению о них как о неизвестных и не вызывающих доверия политиках.

Таким образом, в целом характер смыслового наполнения отрицательных образов рассмотренных кандидатов на должность мэра Челябинска, в большинстве случаев, полностью соответствует содержанию их положительных образов. В результате отрицательный образ того или иного кандидата может быть рассмотрен как своего рода «фотографический негатив» представлений избирателей о сильных качествах данных политиков.

Очевидно, что в условиях активизации электоральной борьбы «накачка антиобразов» каждого из кандидатов будет приводить к одновременной

кристаллизации их положительных образов (чем контрастнее изображение на «негативе», тем четче получается «позитивная» фотография). В этой связи, такой прием может быть применен лишь по отношению к кандидатам, располагающим незначительным уровнем электоральной поддержки. В свою очередь, по отношению к кандидатам с высоким и очень высокими значениями стартового рейтинга их конкурентам имеет смысл применять приемы агитационного воздействия, направленные на прямое разрушение их положительных образов (С. В. Давыдов — «хозяйственник-неумеха», «кандидат без поддержки губернатора»; Б. Е. Видгоф — «предприниматель-неудачник», «слабая личность» и т. п.).

* * *

В целом по результатам исследования (с опорой на данные социологического опроса студентов Челябинска) были выявлены следующие особенности мотивации электорального поведения студенческой молодежи на муниципальных выборах.

1. В условиях реальной конкурентной борьбы для обеспечения высокого уровня электоральной поддержки на местном уровне кандидату необходимо сформировать яркий, многогранный, но не слишком сложный положительный образ, в идеале состоящий из двух органически взаимосвязанных содержательных сегментов. Наиболее актуальными на муниципальных выборах на сегодняшний день являются личностно-ориентированные мотивы голосования за «крепкого хозяйственника», «успешного предпринимателя» или «самого сильного» кандидата, а также политический мотив голосования за кандидата от действующей власти.

2. Бессодержательные («периферийные») мотивы голосования за кандидатов как правило занимают в мотивационной структуре индивидов более значимое место, нежели содержательные аргументы в пользу того или иного политического выбора. Но при этом именно исходный содержательный компонент информации о кандидате, судя по всему, способствует более эффективному «запуску» таких бессознательных механизмов мотивации политического действия, как внимание, категоризация и атрибуция.

3. Мотивация голосования против кандидата, как правило, связана с «доведением до абсурда» ключевых содержательных мотивов голосования за данного кандидата, что способствует превращению антиобраза политика в «фотографический негатив» его положительного образа. В соответствии с этим в условиях активизации электоральной борьбы «накачка антиобраза» того или иного политика чаще всего будет способствовать одновременной кристаллизации его положительного образа, что в ряде случаев может привести не к ослаблению, а к укреплению электоральных позиций данного кандидата.

Основными перспективными направлениями дальнейшего изучения заявленной проблематики следует признать дополнение и уточнение теоретической модели анализа электорального выбора, расширение эмпирической базы исследования, а также использование более точных статистических

приемов обработки данных о мотивах голосования избирателей.

подхода : дис. ... докт. полит. наук / Г. В. Пушкарёва. — М., 2004. — 369 с.

Литература

1. Малкин, Е. Б. *Политические технологии* / Е. Б. Малкин, Е. Б. Сучков. — М. : Русская панорама, 2006. — 680 с.

2. Пушкарёва, Г. В. *Политическое поведение: теория, методология и практические возможности когнитивного*

3. Пушкарёва, Г. В. *Политический менеджмент : учеб. пособие* / Г. В. Пушкарёва. — М. : Дело, 2002. — 400 с.

4. Трегубов, Н. А. Структура электоральных предпочтений студенческой молодежи: опыт социологического исследования / Н. А. Трегубов, И. А. Поселяющева // *Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: социально-гуманитарные науки.* — 2014. — Т. 14. — № 1. — С. 81—87.

ТРЕГУБОВ Никита Александрович, кандидат политических наук, доцент кафедры политологии исторического факультета, Южно-Уральский государственный университет (Челябинск). Сфера научных интересов — теория политики, политический анализ и прогнозирование, политическая система современной России. E-mail: nikita_tr@inbox.ru

Поступила в редакцию 9 августа 2014 г.

*Bulletin of the South Ural State University
Series «Social Sciences and the Humanities»
2014, vol. 14, no. 4, pp. 67–73*

THE MOTIVATION OF STUDENTS TO VOTE IN THE MUNICIPAL ELECTIONS: RESULTS OF POLITICAL AND SOCIOLOGICAL RESEARCH

*N. A Tregubov, South Ural State University, Cheliabinsk, Russian Federation,
nikita_tr@inbox.ru*

This article analyzes the motivation of electoral choice of students in the municipal elections in Russia. As an empirical base of research used data from a sociological survey of students in Chelyabinsk, devoted to the election of the Head of the municipality. Theoretical basis of the research is the theory of the dominant stereotype, as well as some positions of cognitive theory of political motivation. The study revealed some features of the mutual arrangement of meaningful and meaningless motifs of electoral choice, providing candidates for a certain level of student support in municipal elections.

Keywords: analysis of sociological data, motifs of electoral choice, rational and irrational vote, positive and negative image of the candidate.

References

1. Malkin E.B., Suchkov E.B. *Politicheskie tekhnologii* [Political Technologies]. Moscow: «Russkaia panorama», 2006. 680 p.
2. Pushkarjova G.V. *Politicheskoe povedenie: teorija, metodologija i prakticheskie vozmozhnosti kognitivnogo podhoda*. Diss.: d.p.n. [Political Behavior: Theory, Methodology and Practical Possibilities of the Cognitive Approach. Diss.: Ph.D.]— Moscow, 2004. — 369 s.
3. Pushkarjova G.V. *Politicheskij menedzhment: Uchebnoe posobie* [Political Management: Textbook]. — Moscow: «Delo», 2002. — 400 s.
4. Tregubov N.A., Posel'ajushheva I.A. *Struktura jelektoral'nyh predpochtenij studencheskoj molodezhi: opyt sociologicheskogo issledovanija* [The Structure of the Electoral Preferences of Students: Experience of Sociological Research] // *Vestnik Juzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta*. Serija: social'no-gumanitarnye nauki. 2014. T. 14. № 1. — s. 81-87.

Received August 9, 2014