

Дузбаев Т.М. ^{*1}, Алияров Е.К. ²

¹Докторант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби
г. Алматы, Казахстан, E-mail: dtusubzhan@mail.ru;

²Доктор политических наук, профессор
г. Алматы, Казахстан, E-mail: gpcenter2007@gmail.com

О ВОПРОСАХ ВЛИЯНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИДЕОЛОГИИ НА МАССОВУЮ ОБЩЕСТВЕННОСТЬ

Аннотация

Более 50 лет исследований политической идеологии оставили ученых с оспариваемой парадигмой. Существует два противоположных мнения касательно влияния государственной идеологии на массовую общественность. Одна сторона утверждает, что массовая общественность неидеологична. Другая сторона утверждает, что идеологическое мышление присуще обществу. Важность идеологии подчеркивается в широком спектре эмпирических исследований, как частью непосредственно влияющей на государственную политику. Государственная идеология в значительной степени влияет как на политическую элиту, так и на государственную политику. В данном исследовании автор попытался проанализировать на основе достоверных данных влияние идеологии на общество путем суммирования основных аргументов и критических замечаний современных исследований идеологии.

Влияние политической идеологии на поведение людей и их одобрение политики широко распространено, и ее влияние на их экономическое и социальное благополучие неоспоримо. Влияние политической идеологии проявляется не только в интерпретации общественных событий, но и в повседневном неполитическом поведении людей (например, в их выборе покупки потребительских товаров и прочей деятельности, связанной с потреблением).

Растущая идеологическая поляризация, наблюдаемая за последние четыре десятилетия в развитых и развивающихся странах, стимулировала множество исследований и дискуссий об идеологии в целом.

Ключевые слова: общество, политическая идеология, политическая элита, государственная политика, власть, политические институты.

Т.М. Дузбаев^{*1}, Е.К. Алияров²

¹PhD докторанты, ал-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Алматы, Қазақстан, E-mail: dtusubzhan@mail.ru

²Саяси ғылымдарының докторы, профессор,
Алматы, Қазақстан, E-mail: gpcenter2007@gmail.com

МЕМЛЕКЕТТІК ИДЕОЛОГИЯНЫҢ ҚОҒАМҒА ӘСЕРІ ТУРАЛЫ

Аңдатпа

Саяси идеологияға қатысты 50 жылдан астам зерттеулер ғалымдарды даулы парадигмамен қалдырды. Мемлекеттік идеологияның бұқаралық қоғамға ықпалы туралы екі қарама-қайшы пікір бар. Бір жағы бұқараның идеологиялық еместігін алға тартады. Екінші тарап идеологиялық ойлаудың қоғамға тән екенін алға тартады. Идеологияның маңыздылығы мемлекеттік саясатқа тікелей әсер етудің бір бөлігі ретінде эмпирикалық зерттеулердің кең ауқымында атап өтіледі. Мемлекеттік идеология көбінесе саяси элитаға да, мемлекеттік саясатқа да әсер етеді. Автор бұл зерттеуінде қазіргі идеологиялық зерттеулердің негізгі дәлелдері мен сын-пікірлерін жинақтау арқылы идеологияның қоғамға тигізетін әсерін нақты деректер негізінде талдауға тырысқан.

Саяси идеологияның адамдардың мінез-құлқына және олардың саясатты мақұлдауына ықпалы кең таралған және оның экономикалық және әлеуметтік әл-ауқатына ықпалы даусыз. Саяси идеологияның ықпалы әлеуметтік оқиғаларды түсіндіруде ғана емес, адамдардың күнделікті саяси

емес мінез-құлқында да (мысалы, тұтыну тауарларын сатып алуды таңдауда және тұтынуға байланысты басқа да әрекеттерде) көрінеді.

Соңғы төрт онжылдықта дамыған және дамушы елдерде байқалған идеологиялық поляризация жалпы идеология туралы көптеген зерттеулер мен пікірталастарға түрткі болды.

Кілт сөздер: қоғам, саяси идеология, саяси элита, мемлекеттік саясат, билік, саяси институттар.

*T.M. Duzbaev*¹, E.K. Aliyarov²*

¹PhD student

Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

E-mail: dtusubzhan@mail.ru

²Doctor of Political Sciences, Professor, Almaty, Kazakhstan

E-mail: gpcenter2007@gmail.com

ABOUT THE INFLUENCE OF THE STATE IDEOLOGY ON THE MASS PUBLIC

Abstract

Over 50 years of research into political ideology has left scholars with a contested paradigm. There are two opposing opinions regarding the influence of state ideology on the mass public. One side claims that the mass public is not ideological. The other side argues that ideological thinking is inherent in society. The importance of ideology is emphasized in a wide range of empirical studies, as part of a direct impact on public policy. The state ideology largely influences both the political elite and state policy. In this study, the author tried to analyze, on the basis of reliable data, the impact of ideology on society by summarizing the main arguments and criticisms of modern studies of ideology.

The influence of political ideology on people's behavior and their approval of policies is widespread, and its influence on their economic and social well-being is undeniable. The influence of political ideology manifests itself not only in the interpretation of social events, but also in the daily non-political behavior of people (for example, in their choice of buying consumer goods and other activities related to consumption).

The growing ideological polarization seen over the past four decades in developed and developing countries has stimulated much research and discussion about ideology in general.

Keywords: society, political ideology, political elite, state policy, power, political institutions.

Введение. Концепция политической идеологии, идея о том, что политические мнения и взгляды связаны друг с другом в стройную систему, теоретизировалась в западной литературе как особенно важная для хорошо функционирующей демократии. Политически компетентные и сдержанные граждане необходимы, чтобы вносить четкий вклад в установление государственной политики. Если граждане придерживаются постоянно меняющихся и непоследовательных взглядов, лишенных какой-либо общей структуры, представителям власти становится трудно интерпретировать требования и желания избирателей. Важность идеологии дополнительно подчеркивается в широком спектре эмпирических исследований, показывающих, как идеологические структуры влияют на индивидуальное поведение. В этой работе исследуется, как идеология влияет на индивидуальные оценки кандидатов и проблемы, а также на общие философские взгляды человека[1].

Несмотря на то, что идеология занимает центральное место в традиционных версиях хрестоматийной демократии и в большом сегменте эмпирических исследований, Конверс утверждает, что общество неидеологично. Конверс утверждал, что, за исключением политической элиты и наиболее политически вовлеченных граждан, общественность характеризуется «неидеологичностью»[2]. В течение последних нескольких десятилетий эта картина неидеологизированной публики оспаривалась другими исследователями, утверждающими, что идеология на самом деле ориентирована на среднего гражданина[3]. Но даже перед лицом этих новых свидетельств уровень идеологического мышления среди населения остается спорным.

Споры об идеологии в ее нынешнем виде непродуктивны и ошибочны. Споры об идеологическом характере публики не приносят ничего нового ученым. Эта концептуальная проблема и проблема измерения пронизывали исследования последствий идеологического мышления. Если базовое измерение идеологии ошибочно, вполне вероятно, что выводам, полученным в результате исследований как идеологического характера общества, так и последствий идеологического мышления, нельзя доверять.

Автор полагает, что наиболее эффективным решением данной проблемы состоит не в том, чтобы продолжать перефразировать нынешние аргументы о силе идеологического мышления, а в том, чтобы пересмотреть структуру дебатов. *Две основные идеи: (а) отношение общественности может быть основано на политических ценностях и принципах, а не на идеологии, и (б) что идеология неправильно концептуализируется и измеряется, поскольку она рассматривается как одномерная, а не многомерная.*

В данной обзорной статье кратко обсудим основные понятия политической идеологии. Затем рассмотрим некоторые эмпирические исследования идеологического характера американской общественности и поведенческих последствий идеологического мышления. Обсудим недавние исследования, рассматривающие альтернативные концепции и меры массовой идеологии. К ним относятся использование политических ценностей и принципов, а также многоаспектной идеологии.

Материалы и методы. Политическая идеология, изложенная авторами «Американского избирателя», состоит из набора взаимосвязанных и устойчивых убеждений, описывающих общее политическое мировоззрение человека[4]. Опираясь на результаты исследования Конверс в более общем плане рассматривал идеологию как тип системы убеждений, которая представляет собой любую конфигурацию идей или взглядов, связанных друг с другом в форме взаимозависимости. Некоторые ученые дополнительно подчеркивают общий характер идеологии. То есть идеология сообщает об общем способе, которым определенная группа или сообщество смотрит на мир и считает, что он должен быть структурирован[5].

Групповой характер идеологии часто подчеркивался в литературе по политическим наукам, причем большинство ученых рассматривали идеологию не как набор убеждений, а как мировоззрение, разделяемое многими. Традиционно лево-правое или либерально-консервативное измерение обеспечивало меру индивидуальных предпочтений в отношении изменений. Вопросы идеологии важны так как приводят к вопросам в какой степени необходимо сохранить или изменить существующие иерархические структуры? Во-вторых, предпочтение в отношении роли государства в экономике. Какова адекватная степень государственного вмешательства в экономику? Несмотря на то, что спектр левых и правых состоит из предпочтений в этих двух разных областях, исследования показывают, что для политической элиты и наиболее политически информированных и вовлеченных граждан они сильно коррелируют друг с другом, так что некоторые утверждают, что они стремятся к единому измерению. Таким образом, политическая идеология представляет собой набор взаимосвязанных убеждений, которых придерживается группа людей, что объясняет их предпочтения по отдельным политическим вопросам, которые варьируются в рамках одного измерения[6].

Обсуждение. Изучая идеологию как массовых общественных, так и политических элит, Конверс исследовал две характеристики установок в системах убеждений: центральность установок и диапазон. Он утверждал, что в системах политических взглядов некоторые взгляды более сильны, а количество политических взглядов варьируется. Конверс использовал концепцию ограничения, чтобы связать эти характеристики вместе и определить идеологическое мышление. Ограничение — это идея о том, что установки связаны и взаимозависимы, так что соблюдение одного убеждения должно сопровождаться соблюдением другого убеждения. Например, человек, который поддерживает увеличение расходов на образование, должен также выступать за увеличение расходов на пенсионное обеспечение, потому что оба взгляда указывают на либеральную веру в усиление роли социальной поддержки населения правительством. Таким образом, люди придерживаются некоторых центрально важных убеждений, которые связаны с другими установками в широкой системе.

Используя повторные измерения, сравнивающие политическую элиту с массовой общественностью, Конверс обнаружил, что подавляющее большинство населения неидеологично в своих политических взглядах. Во-первых, он рассмотрел вопрос о том, воспринимает ли массовая общественность политику в идеологических терминах. Общественность терпит неудачу на этом высшем уровне идеологического мышления, поскольку Конверс обнаружил, что люди не упоминают идеологию в своих политических мнениях и оценках, а скорее используют социальные группы или политических кандидатов в качестве ориентира. Затем Конверс рассмотрел возможность того, что, хотя представители массовой общественности не используют идеологические термины, они могут распознавать и понимать концепции. И здесь общественность снова потерпела неудачу, поскольку большинство из них не смогли распознать идеологическую ориентацию различных кандидатов или партий.

Получив доказательства того, что общественность не смогла использовать, признать или понять идеологическое мышление, Конверс затем рассмотрел, были ли, по крайней мере, коррелированы мнения отдельных лиц таким образом, который указывал на идеологическое ограничение. И снова

исследования Конверса показали на отсутствие идеологического мышления среди населения. Глядя на связь между связанными вопросами, Конверс обнаружил, что массовая общественность имеет гораздо меньшую корреляцию по сравнению с выборкой людей из политической элиты. Что еще более тревожно, мнения массовой общественности обладали очень низкой устойчивостью во времени. Хотя их партийная принадлежность была стабильной, казалось, что люди выбирали мнения почти случайно. Таким образом, для Конверса, независимо от того, как был сформулирован вопрос, последовательный и постоянный ответ заключался в том, что у подавляющего большинства масс населения отсутствовала какая-либо форма идеологической системы убеждений или мышления.

Хотя точка зрения Конверса, выраженная в «Природе систем убеждений в массовой публике», стала общепринятой в политической науке, в течение следующих нескольких десятилетий возникли три альтернативные теории, бросившие вызов идее неидеологичной публики. Одна из теорий сосредоточена на политическом контексте в Соединенных Штатах, когда Конверс проводил свое исследование. Авторы книги «Меняющийся американский избиратель» утверждают, что идеологическое мышление в обществе значительно расширилось по сравнению с рекордно низким уровнем в 1950-х годах, когда Конверс проводил свое исследование[7]. Используя аналогичные меры, они обнаруживают повышенный уровень идеологической стесненности среди избирателей. Они объясняют этот рост изменением политического контекста. Политика 1950-х годов, сразу после Второй мировой войны, была гораздо более согласованной, с большой степенью политического согласия между сторонами. Начиная с 1960-х годов между партиями стали возникать более серьезные разногласия, что привело к усилению идеологического мышления части избирателей.

Эту первую критику продолжает Абрамовиц, который утверждает, что идеологическое мышление быстро растет среди населения США в последние годы[8]. Из-за изменений как в географическом, так и в демографическом составе страны Абрамовиц видит свидетельство того, что американское общество становится все более и более поляризованным в своем голосовании и отношении к политике государства. Абрамовиц идет дальше в своих поисках массовой идеологии, измеряя связанность политических взглядов общественности. По данным выборов 2008 г., большинство избирателей показывали значительно отличающиеся ответы. Кроме того, мнения по этим вопросам, как правило, были тесно связаны. Используя в качестве примера изменение климата, Абрамовиц показывает, что количество сторонников крайних взглядов превышает количество сторонников центристских взглядов на 41-28% (2010 г., стр. 599-600). Кроме того, те, кто занимал либеральную позицию в отношении изменения климата, с большой долей вероятности заняли либеральную позицию в отношении здравоохранения, причем аналогичная модель проявлялась у консерваторов. Это свидетельство является убедительным признаком того типа идеологического ограничения, которое Конверс искал, но не нашел в своем первоначальном исследовании.

Еще одна альтернатива теории Конверса появилась у профессора Р.Лейна. Вместо того, чтобы использовать опросы, Р.Лейн использовал подробные интервью с небольшим количеством мужчин из рабочего класса в одном районе, чтобы исследовать глубокую структуру политического мышления. Р.Лейн, среди прочего, утверждал, что ученые не должны делать предположений о том, как должны выглядеть системы убеждений. Например, работа Конверса исключила личность и социальную структуру, два важнейших для Р. Лейна фактора, из систем убеждений[9]. Хотя идеология в массах не похожа на идеологию, используемую политическими элитами, это свидетельство не обязательно означает, что идеология отсутствует среди общественности. В своих интервью Лейн обнаружил, что у многих людей действительно есть форма идеологического мышления, но их идеология не ограничена стандартной либерально-консервативной идеологической структурой, которая характеризует элиты характерной для западных стран.

Многие данные свидетельствуют о том, что группы интересов не только реагируют на общественное мнение, но и пытаются повлиять на него. Еще в 1950-х годах ученые пришли к выводу, что заинтересованные группы «постоянно прилагают усилия для того, чтобы направлять и контролировать» общественные настроения. Отмечалось, что «почти всегда одним из первых результатов формальной организации группы интересов является запуск программы пропаганды, направленной на то, чтобы повлиять на мнения, касающиеся интересов и требований новой группы». Почти полвека спустя исследования обнаружило, что для 56% заинтересованных групп «общественность» была основной целью их кампаний. Эти результаты вносят ключевой вклад в литературу, изучающую влияние деятельности групп по интересам на общественное отношение.

Группа интересов, которая решительно поддерживает конкретную политику, но не может убедить лиц, принимающих решения (политическая элита), в достоинствах этой политики, может попытаться косвенно повлиять на процесс принятия решений путем мобилизации и формирования

общественного мнения. Это можно сделать, используя как новые, так и традиционные средства массовой информации, рассылая листовки по домам или проводя митинги. Действительно ли эти усилия меняют общественное мнение в том смысле, что люди более или менее поддерживали определенную политику? Если да, то через какой механизм такое внешнее лоббирование влияет на общественное мнение?

Многие исследования показывают, что политические элиты действительно могут формировать индивидуальные установки[9]. Данная литература строится на предпосылке, что большинство людей «погрязли в невежестве» в вопросах политики. Недостаток информации у граждан может позволить политическим элитам формировать общественное мнение с помощью проблемных фреймов (также называемых «акцентными фреймами»), которые подчеркивают конкретную интерпретацию события.

В исследованиях влияния политических партий на общественное мнение обсуждается относительная важность проблемных рамок и исходных сигналов в формировании индивидуальных установок. Это обсуждение может быть перенесено на случай групп интересов как исходных сигналов. Утверждается, что некоторые «группы интересов будут убедительны именно потому, что у них нет репутации, а их политические мотивы неясны»[12]. Более того, некоторые группы интересов очень хорошо известны даже людям плохо осведомленным политически.

После падения коммунизма господство неолиберализма кажется обеспеченным. Демократическое правительство и свободный рыночный капитализм стали универсальными, и любые серьезные альтернативы им исчезли. Неолиберализм является не концом идеологии, а последней версией западной идеологии, провозглашающей универсальные ценности и современность в форме либерального глобального порядка и глобализации. К сожалению необходимо отметить. Что западная идеология все сильнее воздействует, что естественно, поднимает волну критики по всему миру. Критики утверждают, что неолиберализм в основном ассоциируется с Соединенными Штатами и Великобританией и лучше всего понимается как форма гегемонии, связанная с распространением западных ценностей, политики и институтов по всему миру, включая определенную модель капитализма и военное вмешательство и особое представление о Западе. Это в свою очередь встречает огромное сопротивление и протест обществ, западные ценности которым чужды. Падение коммунизма привело к взрыву празднования и триумфа на Западе. Это подтвердило долгую борьбу и риски холодной войны, и победа, когда она пришла, казалась полной и безоговорочной. Капитуляция Советского Союза была скорее идеологической капитуляцией, чем капитуляцией, вызванной военным поражением, но, тем не менее, это была капитуляция, ознаменовавшая закат самого сильного соперника либеральному мировому порядку после поражений Германии и Японии в начале века. Фрэнсис Фукуяма запечатлел этот момент, заявив, что Гегель был прав с самого начала, хотя и преждевременно, и что теперь история определенно закончилась; под этим он подразумевал, среди прочего, что долгая идеологическая гражданская война на Западе закончилась и что либерализм победил.

Однако западная идеология не победила и, в основном, используется развитыми странами, это подтверждает также большое количество примеров стран, где подобную идеологию пытались внедрить, но результатом внедрения западной идеологии в неподготовленных обществах стал непредсказуемый и привел к печальным последствиям.

Здесь нас интересует политическая идеология, а значит, мы должны различать(с одной стороны) того, что можно было бы считать идеологией в более общем смысле, и (с другой) от неидеологических политических убеждений. Хотя некоторые теоретики могут утверждать, что всякая идеология по своей природе является политической. В большинстве стран это означает ориентацию на политические партии, поскольку они являются организациями, которые возникли, чтобы преследовать политическую идеологию.

Большинство социологов полагали, что если идеология отделима от некоторых других политических убеждений или мнения, это потому, что идеология по своей сути нормативна. Классический пример внутренне нормативного определения идеологии можно найти «Мы определяем идеологию как словесный образ хорошего общества и главного средства построения такого общества»[2].

Ключевое влияние на управление и регулирование может оказать идеология отдельных лиц, принимающих решения. Стиль правления, степень регулирования и его тип, общее восприятие роли государства и его желаемого размера, а также понимание того, что представляет собой справедливость, могут находиться под влиянием идеологии лиц, принимающих политические решения в стране. Тем не менее ожидается, что некоторые ветви власти, обладающие широким спектром руководящих и регулирующих полномочий, не будут испытывать на себе влияние со

стороны государственной идеологии. Особенно это касается судебных органов и лиц, принимающих судебные решения. В то время как судьи являются политиками почти во всех смыслах этого слова, ожидается, что решения в судебной системе будут лишены какого-либо идеологического влияния. Тем не менее литература указывает, что в некоторых странах влияние идеологии может быть значительным, особенно на самых высоких уровнях судебной иерархии. То есть даже судебная система обязанная быть беспристрастной в некоторых случаях подвержена влиянию идеологических установок.

Позитивные политические теоретики стремятся объяснить политическое поведение и предсказать политические результаты. С этой целью они строят модели теории рационального выбора (ТРВ) с конкретными предположениями о поведении политических агентов. Чем адекватнее эти предположения, тем лучшие результаты они дают. Позитивные политические теоретики часто предполагают, что политические агенты действуют как стандартный *homo economicus*; то есть агенты преследуют свои узкие корыстные интересы и пытаются максимизировать предпочтения в отношении богатства и власти. Но в политике широко присутствует идеология в обществе. В идеале, модели политики РСТ должны учитывать идеологическое поведение. Тем не менее, идеологическое поведение часто отсутствует в их поведенческих предположениях, обычно на том основании, что политика, по сути, связана с экономическими или материальными интересами, как чисто инструментальный, а не как мотивационный фактор сам по себе. Они предполагают, что избиратели преследуют непримиримые интересы и просто используют идеологию в качестве коалиционного посредника для достижения таких интересов. В целом, эти теоретики упускают из виду альтернативную гипотезу о том, что люди искренне верят в общее благо, убеждения, которые движут политическими агентами.

Примечательно, что позитивные политические теоретики сталкиваются с особыми проблемами при интеграции идеологии в модели рационального выбора личных интересов. Если они предполагают, что идеология движет политическими действиями и часто вытесняет узкие личные интересы, им следует отдавать предпочтение широким личным интересам. Эта широкая версия допускает индивидуальное преследование бесчисленных целей, включая альтруистические цели. Она может приспособить идеологическую мотивацию людей к стремлению к общему благу общества.

Материальный эгоизм имеет место, когда индивидуальное действие направлено на материальное благополучие «либо непосредственно через эффект дохода или богатства, либо косвенно, предоставляя что-то, что может быть легко преобразовано в доход или богатство, или что заменяет то, что нужно было бы купить».

Несмотря на озабоченность по поводу невежества и иррациональности среднего гражданина, все большее количество недавних работ показывает, что средний гражданин может быть более информированным о политике, чем предполагалось изначально. Это не означает, что средний гражданин очень много знает о политике, но накапливаются свидетельства того, что люди могут быть способны к базовым, рациональным политическим суждениям. Более того, даже перед лицом индивидуального невежества совокупные предпочтения часто разумно реагируют на тенденции реального мира[8]. Общественность реагирует как на события реального мира, так и на политику как на термостат; то есть общественность регулирует свои предпочтения в пользу «большой» или «меньшей» политики в ответ на изменение политики, отдавая предпочтение меньшей (большей) политике вслед за повышением (уменьшением) политики, при прочих равных условиях. Эта концептуализация хорошо согласуется с классическими функционалистскими моделями политического процесса, в которых результаты политики зависят от общественного вклада в процесс разработки политики[5].

Эмпирический анализ показывает, что общественная реакция, как и политическое представительство, варьируется в зависимости от сферы политики и политических институтов. Это представительство, вероятно, будет больше в существенных областях, в значительной степени является продуктом представителей, реагирующих в областях, в которых сама общественность отслеживает и реагирует, например, на изменение политики. Существенные домены характеризуются более высокой степенью репрезентативности и отзывчивости; точнее, общественное реагирование и политическое представительство несовместимы. Однако это не одинаково верно для разных контекстов. Основопологающим элементом общественной реакции является получение точной информации о том, что делают политики, и поэтому реакция будет ниже, когда получение информации будет затруднено.

Правительства предпочитают более активную роль с государственным вмешательством, уделяя больше внимания сокращению неравенства в доходах, одновременно способствуя росту с помощью

фискальной и экспансионистской политики. Следовательно, правительства апеллируют к рабочей силе и избирателям с низкими доходами и связаны с более высокими расходами. С другой стороны, предполагается, что правые правительства больше озабочены снижением инфляции и больше обращаются к владельцам капитала. В результате ожидается, что экономический рост будет выше при левых правительствах, поскольку они проводят более экспансионистскую фискальную и денежно-кредитную политику. Между тем недавние эмпирические исследования показывают, что левые правительства связаны с большими расходами. Более того, правые правительства более активно продвигают приватизацию, экономическую свободу и дерегулирование по сравнению с левыми правительствами. Таким образом, государственная идеология может оказать глубокое влияние на экономическую политику, которая может повлиять на экономический рост.

В то время как ряд предыдущих исследований показал, что левые правительства связаны с более высоким ростом, доказательства государственной идеологии роста далеко не убедительны. Таким образом, это исследование предоставляет новые эмпирические данные о том, зависит ли влияние государственных расходов от государственной идеологии. Кроме того, исследование дополняет литературу о неубедительной связи между государственными расходами и экономическим ростом, подчеркивая важность государственной идеологии для понимания динамики между ними.

Изучение идеологии зависит от нескольких важных характеристик. Во-первых, термин «идеология» может означать для избирателей разные вещи. Для некоторых это указывает на предпочтение «консерватизма» над «либерализмом»; другие придерживаются более тонкой точки зрения, определяя идеологию как «либертарианство», «энвайронментализм» и «популизм» (среди прочего). Некоторые считают, что это личность. Термин «консервативный» может сигнализировать о социальной ориентации, лишь слабо связанной с философскими принципами консерватизма (например, ограничение размера и масштабов правительства). «Либерализм» или «прогрессивизм» сигнализируют об ином мировоззрении, которое также, возможно, слабо связано с философскими характеристиками либерализма (например, «расширение сети социальной защиты»). Идеология также является средством организации познания; он используется, чтобы понять часто сложную государственную политику. Люди организуют политические убеждения вокруг организационных принципов, таких как предпочтение сокращения размера правительства. Учитывая эту неоднородность, важно использовать этот термин с точностью, чтобы лучше понять, как избиратели полагаются на идеологию в своих расчетах решений. Во-вторых, идеология является центральной характеристикой в общей структуре политических убеждений. Он действует как линза, через которую интерпретируется политический и социальный мир. В-третьих, идеология носит функциональный характер. Идеологические предпочтения часто соответствуют уникальным психологическим, мотивационным и личностно-ориентированным характеристикам избирателя. Наконец, идеология имеет уникальные последствия в современной политике, о чем свидетельствует возрастающая политическая поляризация, партийно-идеологическая сортировка и идеологически раскольническая риторика.

Идеология является горячо оспариваемой концепцией в социальных науках. В систематическом и исчерпывающем обзоре литературы не только отвергает это понятие как «расплывчатое», но также приходит к выводу, что его различные концептуализации обычно заключают в себе откровенно противоречивые черты.

Наиболее широко цитируемое определение популизма за последнее десятилетие было сформулировано Касом Мудде который провозглашает его «идеологией, рассматривающей общество в конечном счете разделенным на две однородные и антагонистические группы: «чистые народа» против «коррупцированной элиты», и в котором утверждается, что политика должна быть выражением (общей воли) народа». Популизм, подчеркивает Мудде (2004), является «тонкоцентрированной» идеологией, поскольку конкретные идеи, которыми он управляет, имеют ограниченный масштаб, сложность и амбициозность по сравнению с «полноценными» идеологиями.

Совершенно очевидно, что популизм не соответствует статусу идеологии. В литературе все еще существует рефлекторная ассоциация популизма с идеологией, обычно основанная на ссылке на специфическую идеологическую составляющую популизма. Это заслуживает более тщательного изучения.

Политическая идеология может быть определена как набор представлений о надлежащем устройстве общества и о том, как его можно достичь [9]. Традиционно в результате исследования различий между этими наборами убеждений выделяются две основные политические идеологии: консерваторы и либералы. Эти различия в политической идеологии могут отражать различия в том, как люди взаимодействуют с другими.

Результаты показывают, что общественное мнение – это больше, чем внутренний фактор, влияющий на принятие политики. Вместо этого общественное мнение является потенциальным рычагом, ускоряющим процесс распространения; он также объясняет географические закономерности принятия политики. Ученым и политикам рекомендуется подумать о том, как изменения в общественной поддержке влияют на распространение идей, особенно связанных с решениям.

Государственные политики могут иметь дополнительные стимулы для рассмотрения политических предпочтений в других местах, которые имеют мало общего с реакцией на предпочтения избирателей. Вместо этого избранные должностные лица могут обратиться к государствам с аналогичными идеологическими или партийными взглядами, чтобы узнать, как обработать свою политическую позицию и завоевать общественную поддержку того, чего они желают. Согласно этой точке зрения, политики не уверены в общественном мнении, но считают, что оно восприимчиво к изменениям и достаточно податливо, чтобы поддерживать их предпочтительные позиции. Избранные должностные лица полагаются на три метода изменения общественного мнения, включая отслеживание общественного мнения, управление освещением в прессе и подготовку общественности к поддержке определенной политики. Разумно предположить, что государственные чиновники используют схожие стратегии для продвижения политических решений и что внешний мониторинг подобных государств является частью этой стратегии.

Независимо от того, является ли механизм изучения мнений результатом искренних или стратегических мотивов, мы можем ожидать, что выборные должностные лица будут уделять наибольшее внимание внешним изменениям во мнениях относительно политики, которая особенно важна. Если изучение мнений является искренним, то у политиков может быть больше неуверенности в том, как их избиратели отреагируют на следующие выборы на политические решения по важным вопросам. Если изучение общественного мнения имеет стратегическое значение, то именно вопросы сугубо пристрастной направленности усиливают конкуренцию среди политиков, которые затем продвигают свои привилегированные позиции с помощью кампаний и контркампаний.

Результаты исследования. Скорее, идеология в обществе ограничена тем, как люди думают о себе и обществе. Эта идеология включает в себя идеи о том, кто должен править, моральные кодексы и основные личные ценности, а также отношение к равенству, свободе и демократии. Люди, которые твердо верят в личные свободы, считают, что многое должно быть разрешено. Хотя эти установки могут рассматриваться как несовместимые в соответствии с общепринятыми идеологическими определениями, они представляют собой естественную комбинацию, если рассматривать индивидуальные идеологические измерения. Выводы исследования подверглись критике за то, что их нельзя обобщить на более широкую популяцию из-за его небольшой, неслучайной, специализированной выборки. Глубокое исследование показало о том, как небольшое количество людей рассуждает о вопросах, связанных с гражданскими свободами, является еще одним примером исследования в этой традиции[10]. Его результаты показывают, что обычные граждане могут разобраться в сложных проблемах, связанных с гражданскими свободами и конституционными правами, но не делают этого, используя традиционные идеологические рассуждения.

Существует третья альтернативная теория по которой подходит к выводам Конверса со статистической точки зрения [11]. Он утверждает, что люди придерживаются неустойчивых политических взглядов и взглядов, которые кажутся колеблющимися не потому, что у них нет политических взглядов или потому, что их мнения слабо связаны друг с другом, а из-за характера вопросов опроса. Чтобы проверить эту возможность, Эйхен разработал модель, предназначенную для разделения идеологических ограничений на два разных источника: нестабильность отношения избирателей и низкую надежность вопросов опроса. Цель Эйхена состояла в том, чтобы показать, что расплывчатые и меняющиеся вопросы опроса в основном виноваты в нестабильности общественного мнения. Когда эта ошибка была исправлена в анализе, Эйхен обнаружил более высокие уровни стабильности между индивидуальными установками. Более того, как только эта ошибка измерения принимается во внимание, ограничение пространственного положения также увеличивается. Дальнейшие исследования расширили работу Эйхена, применив известные процедуры оценки надежности к наблюдаемым корреляциям предпочтений респондентов по вопросам, продемонстрировав, что после того, как наблюдаемые показатели были скорректированы на ненадежность, предпочтения оказались достаточно стабильны и жестко ограничены[12].

Д.Заллер предлагает более теоретически обоснованное объяснение отсутствия установок. Предполагая, что большинство граждан не придерживаются фиксированных и надежных политических взглядов, Д.Заллер вместо этого предлагает модель ответа, когда люди часто придерживаются противоположных и двойственных политических взглядов. В зависимости от

формулировки и порядка вопросов опроса эти ответы могут быть изменены, при этом амбивалентные люди легко подталкиваются в ту или иную сторону в зависимости от того, какие соображения опроса наиболее сразу приходят на ум. Хотя Д. Заллер и дает объяснение обнаружению неотношений, он не находит доказательств идеологического мышления, а скорее наоборот[13].

Наука об идеологии сформировалась в результате дебатов не только об уровне идеологии, существующей в общественности, но и о последствиях идеологического мышления. Исследования показали, что идеология влияет на индивидуальное политическое поведение и неполитические взгляды. Как и следовало ожидать, идеологически настроенные личности дают положительные оценки кандидатам, которые, по их мнению, разделяют их идеологию. Либералы придерживаются левоцентристской политики, тогда как консерваторам нравится правоцентристская. Такие результаты не удивительны, учитывая концептуальные основы идеологии. Но недавние исследования усложняют эту картину, утверждая, что влияние идеологии на поведение смягчается двумя другими важными переменными индивидуального уровня: политическим опытом и мотивацией оценивать политические объекты. Это исследование принимает вывод о том, что идеология, по-видимому, находится за пределами понимания многих граждан. Но это новый шаг в объяснении того, как люди могут сделать скачок к использованию идеологии в качестве инструмента оценки.

Только когда граждане мотивированы оценивать политические объекты в результате либо личности, либо контекста (например, голосования), ученые будут наблюдать последствия идеологического мышления[14]. Сюда входят идеологически мотивированные оценки политики и кандидатов. Довольно интересно, что ученые должны ожидать последовательного обнаружения идеологического мышления только у людей, которые обладают опытом мыслить идеологически и постоянно мотивированы делать это. В противном случае идеологическое мышление будет найдено только в периоды, когда потребность в оценке политических объектов высока, например, вокруг выборов.

Другие ученые нашли доказательства того, что идеологическое мышление предсказывает ряд неполитических убеждений и ценностей среди людей. Либералы, например, не только поддерживают левоцентристскую политику, но также склонны придерживаться ценностей эгалитаризма и защиты прав национальных меньшинств[15]. Это исследование интересно указывает на политическую идеологию как на мощный инструмент, который формирует то, как люди думают не только о политике, но и о мире в целом. Мы обсудим эти результаты более подробно и зададимся вопросом, является ли причинно-следственная связь, которую некоторые описывают, правильной интерпретацией. Кроме того, значение этого вывода зависит от продолжающихся споров о том, насколько широко идеологическое мышление распространено среди широкой публики[16].

Растущая идеологическая поляризация, наблюдаемая за последние четыре десятилетия в развитых и развивающихся странах, стимулировала множество исследований и дискуссий об идеологии в целом. Но в то время как исследования элитарной идеологии привели к единому мнению ученых — действительно, некоторые беспокоятся о последствиях роста идеологического экстремизма среди элит. Некоторые текущие исследования показывают, что средние граждане на самом деле способны к идеологическим концепциям политики. Однако спор об идеологии не исчерпан. Другие продолжают представлять доказательства того, что неидеологическая публика является реальностью[17]. Некоторые приписывают недавнюю поляризацию общества все более поляризованным политическим элитам [18]. По мере того как политические кандидаты становились все более и более идеологически настроенными, избиратели занимали все более крайние позиции в поддержку поляризованных кандидатов.

Сам Конверс признавал, что изменения в политике и обществе, возможно, привели к более существенной роли идеологии в электорате, но он утверждает, что общая картина остается неизменной. Многие из приведенных выше критических замечаний не опровергали напрямую выводы Конверса, а просто пытались их переинтерпретировать. Массовая общественность, изображенная в «Меняющемся американском избирателе», хотя и демонстрирует некоторое улучшение по сравнению с изображением Конверса, все еще имеет ограниченные идеологические возможности, особенно по сравнению с элитой. Работа Р.Лейна не может показать, что общественность имеет твердо структурированную идеологию, такую как элиты, а только то, что каждый человек может обладать некоторым идеологическим мышлением.

Мы считаем, что недавние исследования в области идеологии предложили два интересных пути выхода для решения данной проблемы путем изменения условий дебатов. Первая повестка предполагает важную роль не политической идеологии массовой общественности, а ее политических ценностей и принципов. Хотя некоторые исследования предполагают, что идеология играет роль в

определении общих ценностей, мы подвергаем сомнению причинно-следственную связь этой связи. Мы считаем возможным, что идеология на самом деле структурирована верой в общие ценности. Таким образом, политическая идеология является нисходящим следствием определенных личных ценностей.

Вторая повестка дня предполагает переосмысление того, как выглядит идеология и как ее следует измерять. Хотя эта критика берет свое начало в предыдущих исследованиях, только недавно ученые нашли доказательства того, что публика является идеологической во многих отношениях, отличных от простого либерально-консервативного спектра, обсуждавшегося выше. Вместо простого, единственного измерения, на которое опирается элита, мы рассматриваем типологию идеологии в двух измерениях, что создает четыре различные идеологии, а не две большие.

Ценности – это общие убеждения, которые указывают на желательное поведение, но могут быть применены ко многим различным ситуациям для руководства конкретными действиями или убеждениями[19]. Ценности понимаются интуитивно благодаря их использованию в повседневном взаимодействии человека с другими людьми и в восприятии мира. Примеры ценностей включают мнения о равенстве возможностей, экономическом индивидуализме и системе свободного предпринимательства. Экономический индивидуализм – это идея о том, что люди должны продвигаться вперед благодаря упорному труду. Поддержка системы свободного предпринимательства – это общее недоверие к участию государства и предпочтение свободно-рыночным решениям проблем.

Исследование Фельдмана (1988) показало, что большинство людей придерживаются различных политических ценностей и что эти ценности эмпирически связаны со многими политическими мнениями. Например, вера в равенство возможностей тесно связана с поддержкой политики социального обеспечения или поддержки населения. Р.Лейн применил аналогичный подход к пониманию основы политических мнений общественности, но Фельдман исследовал использование ценностей среди большой и репрезентативной выборки с помощью стандартизированных вопросов опроса, что позволило сделать более общие выводы. Исследования Фельдмана были расширены другими учеными, изучающими различные аспекты ценности и их влияние на общественное мнение[20].

Хайт утверждает, что либеральные идеологи отличаются тем, что полагаются на два из измерений: справедливость и заботу. Консерваторы, с другой стороны, чувствительны ко всем пяти из моральных аспектов. Это разнообразие объясняет акцент, который обе идеологии придают определенной политике (например, важность, которую отдельный человек придает фонду ухода, будет связано с сильной поддержкой политики социального обеспечения), но также дает консерваторам политическое преимущество, говорит Хайт. Консерваторы смогут заручиться большей поддержкой своей идеологии, поддерживая политику, учитывающую более широкий спектр моральных аспектов, чем либералы, которые даже не пытаются конкурировать по трем основным морали.

Работа Хайта и общие исследования, связывающие ценности с политическими убеждениями, обнадеживают в объяснении того, как люди, не имеющие никакого политического понимания, могут формировать ответы на политические объекты. Однако парадигма не лишена недоброжелателей. Некоторые недавние исследования показали, что ценности имеют небольшую дополнительную силу в объяснении мнений по проблеме по сравнению с влиянием идеологии. Но это исследование рассматривает довольно небольшое количество значений, а не большее число, обнаруженное в более поздних исследованиях[21].

Дэниел Белл утверждал, что идеологические дебаты как средство понимания общества находятся в упадке. Общества настолько изменились, что «старые идеологические» формы анализа этих обществ, особенно марксизм, практически бесполезны. Современное общество озабочено неидеологическим решением проблем. Они стали более нравственными, более либеральными и лишь отдаленно связанными с классовым анализом общества. На анализ Белла большое влияние оказала борьба времен холодной войны и необходимость показать, что марксизм перестал существовать как концептуальный инструмент, так и для политических действий[22].

Белл, Фукуяма и другие авторы «конца идеологии» оказали большое влияние. Но есть обоснованная критика по отношению к данным ученым за то, что они пропагандируют западное экономическое и политическое господство. Они также подвергались нападкам за то, что у них есть идеи, которые на самом деле являются в высшей степени идеологическими сами по себе, и за систематическое игнорирование доказательств, ставящих под сомнение их тезис. Есть много народов и процветающих государств, которые придерживаются идеологических систем, которые прямо противоположны «западному» пути развития или что либеральная демократия является ответом на

их социальные и экономические проблемы. Результатом многих современных государств, пытавшихся применить данную модель развития стало лишь глубокие политические кризисы.

Заключение. Политическая идеология вновь привлекла внимание политологов в последние годы. Политическая идеология является важной частью государственного управления. В то время как когда-то казалось, что идеологически ориентированные системы верований недоступны для понимания рядовых граждан, поскольку они слишком абстрактны, широкомасштабны и взаимосвязаны, новые направления исследований привели к переосмыслению роли идеологического мышления в массовой общественности. Самое главное, недавние исследования показали, что ценности и принципы лучше отражают реальное мышление и рассуждения обычных граждан, чем идеологические соображения. Кроме того, стандартная концептуализация и измерение политической идеологии как самоидентификации в одном измерении оказались ограниченными при описании политических взглядов большинства граждан.

Однако это не означает, что идеологическое мышление невозможно для рядовых граждан. Напротив, недавние исследования политических ценностей и принципов, а также многомерных концепций идеологии предполагают, что в основе политического мышления граждан находятся принципы и понимание идеологий, отличное от той, которую используют политические элиты. Это новое исследование предполагает, что политическое мышление общественности является сложным, многомерным, ценностным и основанным на глубоко укоренившихся принципах.

Список использованных литератур:

1. Conover P, Feldman S. 1981. *The origins and meaning of the liberal-conservative self-identifications.* *Am. J. Polit. Sci.* 25:617–45.
2. Converse, P. E. (1964). *The Nature of Belief Systems in Mass Publics.* In D. E. Apter (Ed.), *Ideology and Discontent* (pp. 206-261). New York: The Free Press.
3. Layman GC, Carsey TM. 2002. *Party polarization and “conflict extension” in the American electorate.* *Am. J. Polit. Sci.* 46:786–802.
4. Campbell A, Converse PE, Miller WE, Stokes DE. 1960. *The American Voter.* Chicago: Univ. Carmines EG, Ensley MJ, Wagner MW. 2012a. *Political ideology in American politics: one, two, or none?* *Forum* 10:1–18.
5. Denzau AT, North DC. 1994. *Shared mental models: ideologies and institutions.* *Kyklos* 47:3–31.
6. Poole KT, Rosenthal HL. 2007. *Ideology and Congress.* Piscataway, NJ: Transaction Publishers.
7. Nie NH, Verba S, Petrocik JR. 1976. *The Changing American Voter.* Cambridge, MA: Harvard Univ. Press.
8. Abramowitz A. 2010. *Transformation and polarization: the 2008 presidential election and the new American electorate.* *Elect. Stud.* 29:594–603.
9. Lane RE. 1962. *Political Ideology: Why the American Common Man Believes What He Does.* Glencoe, IL: Free Press of Glencoe.
10. Chong D. 1993. *How people think, reason, and feel about rights and liberties.* *Am. J. Polit. Sci.* 37:867–99.
11. Achen CH. 1975. *Mass political attitudes and the survey response.* *Am. Polit. Sci. Rev.* 69:1218–31.
12. Ansolabehere S, Rodden J, Snyder JM Jr. 2008. *The strength of issues: using multiple measures to gauge preference stability, ideological constraint, and issue voting.* *Am. Polit. Sci. Rev.* 102:215–32.
13. Zaller J. 1992. *The Nature and Origins of Mass Opinion.* Cambridge, MA: Cambridge Univ. Press.
14. Federico CM, Schneider MC. 2007. *Political expertise and the use of ideology: moderating effects of evaluative motivation.* *Public Opin. Q.* 71:221–52.
15. Rokeach M. 1973. *The Nature of Human Values.* New York: Free Press.
16. Jost JT, Blount S, Pfeffer J, Hunyaday G. 2003. *Fair market ideology: its cognitive-motivational underpinnings.* *Res. Organ. Behav.* 25:53–91
17. Feldman S. 1988. *Structure and consistency in public opinion: the role of core beliefs and values.* *Am. J. Polit. Sci.* 32:416–40.
18. Fiorina MP, Abrams SJ, Pope JC. 2010. *Culture War? The Myth of a Polarized America.* Boston: Longman.
19. Schwartz SH. 1992. *Universals in the content and structure of values.* In *Advances in Experimental Social Psychology*, ed. MP Zanna, pp. 1–65. New York: Academic.
20. Feldman S. 2003. *Values, ideology, and the structure of political attitudes.* In *The Oxford Handbook of Political Psychology*, ed. D Sears, L Huddy, R Jervis, pp. 477–508. New York: Oxford Univ. Press.

21. Haidt J. 2012. *The Righteous Mind: Why Good People Are Divided by Politics and Religion*. New York: Pantheon Books.
22. Kinder DR. 2006. *Belief systems today*. *Crit. Rev.* 18:197–216.

References:

1. Conover P, Feldman S. 1981. *The origins and meaning of the liberal-conservative self-identifications*. *Am. J. Polit. Sci.* 25:617–45.
2. Converse, P. E. (1964). *The Nature of Belief Systems in Mass Publics*. In D. E. Apter (Ed.), *Ideology and Discontent* (pp. 206-261). New York: The Free Press.
3. Layman GC, Carsey TM. 2002. *Party polarization and “conflict extension” in the American electorate*. *Am. J. Polit. Sci.* 46:786–802.
4. Campbell A, Converse PE, Miller WE, Stokes DE. 1960. *The American Voter*. Chicago: Univ. Carmines EG, Ensley MJ, Wagner MW. 2012a. *Political ideology in American politics: one, two, or none?* *Forum* 10:1–18.
5. Denzau AT, North DC. 1994. *Shared mental models: ideologies and institutions*. *Kyklos* 47:3–31.
6. Poole KT, Rosenthal HL. 2007. *Ideology and Congress*. Piscataway, NJ: Transaction Publishers.
7. Nie NH, Verba S, Petrocik JR. 1976. *The Changing American Voter*. Cambridge, MA: Harvard Univ. Press.
8. Abramowitz A. 2010. *Transformation and polarization: the 2008 presidential election and the new American electorate*. *Elect. Stud.* 29:594–603.
9. Lane RE. 1962. *Political Ideology: Why the American Common Man Believes What He Does*. Glencoe, IL: Free Press of Glencoe.
10. Chong D. 1993. *How people think, reason, and feel about rights and liberties*. *Am. J. Polit. Sci.* 37:867–99.
11. Achen CH. 1975. *Mass political attitudes and the survey response*. *Am. Polit. Sci. Rev.* 69:1218–31.
12. Ansolabehere S, Rodden J, Snyder JM Jr. 2008. *The strength of issues: using multiple measures to gauge preference stability, ideological constraint, and issue voting*. *Am. Polit. Sci. Rev.* 102:215–32.
13. Zaller J. 1992. *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge, MA: Cambridge Univ. Press.
14. Federico CM, Schneider MC. 2007. *Political expertise and the use of ideology: moderating effects of evaluative motivation*. *Public Opin. Q.* 71:221–52.
15. Rokeach M. 1973. *The Nature of Human Values*. New York: Free Press.
16. Jost JT, Blount S, Pfeffer J, Hunyaday G. 2003. *Fair market ideology: its cognitive-motivational underpinnings*. *Res. Organ. Behav.* 25:53–91
17. Feldman S. 1988. *Structure and consistency in public opinion: the role of core beliefs and values*. *Am. J. Polit. Sci.* 32:416–40.
18. Fiorina MP, Abrams SJ, Pope JC. 2010. *Culture War? The Myth of a Polarized America*. Boston: Longman.
19. Schwartz SH. 1992. *Universals in the content and structure of values*. In *Advances in Experimental Social Psychology*, ed. MP Zanna, pp. 1–65. New York: Academic.
20. Feldman S. 2003. *Values, ideology, and the structure of political attitudes*. In *The Oxford Handbook of Political Psychology*, ed. D Sears, L Huddy, R Jervis, pp. 477–508. New York: Oxford Univ. Press.
21. Haidt J. 2012. *The Righteous Mind: Why Good People Are Divided by Politics and Religion*. New York: Pantheon Books.
22. KinderDR.2006.*Beliefsystemstoday*.*Crit.Rev.*18:197–216.