



№29 2021
International independent scientific journal

ISSN 3547-2340

Frequency: 12 times a year – every month.
The journal is intended for researches, teachers, students and other members of the scientific community. The journal has formed a competent audience that is constantly growing.

All articles are independently reviewed by leading experts, and then a decision is made on publication of articles or the need to revise them considering comments made by reviewers.

Editor in chief – Jacob Skovronsky (The Jagiellonian University, Poland)

- Teresa Skwirowska - Wrocław University of Technology
 - Szymon Janowski - Medical University of Gdańsk
 - Tanja Swosiński – University of Łódź
 - Agnieszka Trpeska - Medical University in Lublin
 - María Caste - Politecnico di Milano
 - Nicolas Stadelmann - Vienna University of Technology
 - Kristian Kiepmann - University of Twente
 - Nina Haile - Stockholm University
 - Marlen Knüppel - Universität Jena
 - Christina Nielsen - Aalborg University
 - Ramon Moreno - Universidad de Zaragoza
 - Joshua Anderson - University of Oklahoma
- and other independent experts

Częstotliwość: 12 razy w roku – co miesiąc.
Czasopismo skierowane jest do pracowników instytucji naukowo-badawczych, nauczycieli i studentów, zainteresowanych działalnością naukową. Czasopismo ma wzrastającą kompetentną publiczność.

Artykuły podlegają niezależnym recenzjom z udziałem czołowych ekspertów, na podstawie których podejmowana jest decyzja o publikacji artykułów lub konieczności ich dopracowania z uwzględnieniem uwag recenzentów.

Redaktor naczelny – Jacob Skovronsky (Uniwersytet Jagielloński, Poland)

- Teresa Skwirowska - Politechnika Wrocławska
 - Szymon Janowski - Gdański Uniwersytet Medyczny
 - Tanja Swosiński – Uniwersytet Łódzki
 - Agnieszka Trpeska - Uniwersytet Medyczny w Lublinie
 - María Caste - Politecnico di Milano
 - Nicolas Stadelmann - Uniwersytet Techniczny w Wiedniu
 - Kristian Kiepmann - Uniwersytet Twente
 - Nina Haile - Uniwersytet Sztokholmski
 - Marlen Knüppel - Jena University
 - Christina Nielsen - Uniwersytet Aalborg
 - Ramon Moreno - Uniwersytet w Saragossie
 - Joshua Anderson - University of Oklahoma
- i inni niezależni eksperci

1000 copies

International independent scientific journal
Kazimierza Wielkiego 34, Kraków, Rzeczpospolita Polska, 30-074
email: info@iis-journal.com
site: <http://www.iis-journal.com>

CONTENT

AGRICULTURAL SCIENCES

<i>Kravchenko N., Podgaetsky A., Butenko E.</i> DARKENING OF COOKED TUBERS OF POTATO VARIETIES FOR TESTS IN THE CONDITIONS OF THE NORTH-EASTERN FOREST STEPPE OF UKRAINE	3
---	---

BIOLOGICAL SCIENCES

<i>Horban D.</i> CHANGES OF CAPILLARY BLOOD FLOW DURING THE LOCAL HYPEREMIA	9
---	---

ECONOMIC SCIENCES

<i>Anev G.</i> THE NATURE AND THE SCOPE OF THE MODERN E- COMMERCE	13
<i>Lavrenko E.</i> COMPETITIVENESS OF LABOR RESOURCES OF THE REGION	17

JURISPRUDENCE

<i>Kovaleva J.</i> LEGAL TECHNIQUE AS AN IMPORTANT ASPECT OF LAW MAKING, LAW IMPLEMENTATION, LAW ENFORCEMENT AND LEGAL EDUCATION	20
---	----

MEDICAL SCIENCES

<i>Hontsariuk D., Ribak V.</i> ROLE OF METHOD OF SURFACE MULTINEEDLE MATERNAL APPLICATION AND PHYSIOTHERAPYTHETIC PROCEDURES IN REHABILITATION PROGRAM OF GASTROENTEROLOGICAL PATIENTS.....	24
<i>Zaslavskaya R., Kelimberdiyeva E., Tejblum M.</i> CHRONOSENSITIVITY TO COMBINATION OF HYPOTENSIVE DRUG - VISCALDIX FOR PATIENTS WITH HYPERTENSIVE DISEASE STAGE 2	27

PEDAGOGICAL SCIENCES

<i>Atamanyuk S., Semenikhina O., Shyshenko I.</i> POSSIBILITIES OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN TRAINING OF SPECIALISTS OF PHYSICAL CULTURE AND SPORT FOR THE USE OF INNOVATIVE TYPES OF MOTOR ACTIVITY	34
--	----

POLITICAL SCIENCES

<i>Kaliev I., Polomarchuk B.</i> SOCIOCULTURAL BASES ELECTIRAL PREFERENCES ...	38
---	----

TECHNICAL SCIENCES

<i>Boyarshinov A., Boyarshinov R.</i> STUDY OF CHILD ROAD TRAFFIC INJURIES IN THE CITY OF YAKUTSK FOR 2016-2020.....	43
<i>Goltsova.E.</i> IMPROVEMENT OF THE WATER TREATMENT SYSTEM AT THE FACILITIES OF «AVTOGRAD VODOKANAL LLC»	47
<i>Ismailov G., Slobodenyuk A., Nevinitsyna V., Osipkina Yu., Matevosyan T.</i> SCIENTIFIC WORKS OF LEONARDO EULER ON MECHANICS.....	49
<i>Homyakov V., Savchuk V., Krat D.</i> MATHEMATICAL MODEL OF TAKING INTO ACCOUNT THE CONFIGURATION OF THE HOLD WHEN COMPILING THE CARGO PLAN OF THE VESSEL TYPE «COSTER»	52

POLITICAL SCIENCES

SOCIOCULTURAL BASES ELECTORAL PREFERENCES

Kaliev I.,

Institute for Social and Political Research, NJSC «Toraighyrov University», Republic of Kazakhstan

Polomarchuk B.

NJSC «Toraighyrov University», Republic of Kazakhstan

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ ЭЛЕКТОРАЛЬНЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

Калиев И.А.,

Институт социально-политических исследований, НАО «Торайгыров Университет»,

Республика Казахстан

Поломарчук Б.В.

НАО «Торайгыров Университет», Республика Казахстан

Abstract

At present, the developed approaches and methods for analyzing electoral preferences open up the possibility of a sufficiently qualified scientific explanation of voting. This analysis is based on the results of a scientific search by geographers, sociologists, political scientists, economists, who during the XX century studied the importance of factors for voting of the factors of social belonging of individuals, social position, identity in what is called electoral orientation. Numerous researchers have analyzed the influence of context and voting rates on the content of the election campaigns themselves and on the decisions of voters.

The paper analyzes the important elements of political culture - electoral behavior and electoral culture, as well as identifies trends in changes in the electoral activity of voters.

Аннотация

В настоящее время разработанные подходы и методы анализа электорального предпочтения открывают возможность достаточно квалифицированного научного объяснения голосования. Этот анализ опирается на результаты научного поиска географов, социологов, политологов, экономистов, которые на протяжении XX века изучали значение для голосования факторов социальной принадлежности индивидов, социальной позиции, идентичности в том, что называется электоральной ориентацией. Многочисленные исследователи анализировали влияние контекста и ставок голосования на содержание самих избирательных кампаний и на решения избирателей.

В работе проведен анализ важных элементов политической культуры – электорального поведения и электоральной культуры, а также выявлены тенденции изменения электоральной активности избирателей.

Keywords: electoral behavior, electoral culture, electoral preferences, elections, electoral system, voting, voters

Ключевые слова: электоральное поведение, электоральная культура, электоральные предпочтения, выборы, избирательная система, голосование, избиратели

Появление исследований непосредственно электоральных процессов можно отнести к началу эпохи современных выборов в Европе и Северной Америке. Одно из первых исследований избирательной системы и роли электоральных предпочтений в ней можно найти у французского политического деятеля Алексиса де Токвиля в его книге «Демократия в Америке». Данный труд посвящен анализу нового для девятнадцатого века явления – демократическому государственному устройству в его конкретно-историческом проявлении в Соединенных Штатах Америки. В рамках данного исследования этот труд интересен тем, что это первое описание страны, где уже к 40-м годам XIX века было принято избирательное право для всего взрослого населения. Непосредственно А. де Токвиль не использует современную терминологию политической науки и не заостряет свое внимание на институте выборов, тем не менее там присутствуют рассуждения француз-

ского исследователя об интеллектуально-нравственных настроениях американских граждан, которые, по мнению Токвиля, как раз и являются основой американской демократии.

В течение XIX века в Америке и в странах Европы развиваются избирательные системы, они становятся общепринятыми и начинают существенно влиять на политический процесс, возникает необходимость их научного описания и изучения.

Многие эксперты начальной точкой в эмпирическом исследовании выборов считают так называемые «соломенные опросы». Эти опросы мало походили на современные, не были тщательно спланированы и научно подготовлены. Поэтому их называли «соломенными» (Straw-Polls). Автором термина «соломенные опросы» считают английского политика и учёного XVII века Джона Селдена. Он писал: «...возьмите солому и подбросьте её в воздух – вы сможете увидеть, куда дует ветер»

[1]. Невозможно точно определить, когда этот термин стал распространяться на предвыборные опросы, т.е. на определение направления политических «ветров», но уже к середине XIX века «соломенные опросы» стали очень популярными. Главным образом такие опросы проводились редакциями газет. Разработкой опросников и организацией сбора данных занимались журналисты, которые в большинстве своем были не знакомы с техникой выборки. Акцент делался на получении большого количества заполненных документов, вопросы репрезентации электората даже не ставились. Часто опросные документы печатались непосредственно на страницах газет или раскладывались в активно посещаемых магазинах. Обычно возврат заполненных опросных документов растягивался на несколько недель, причём никто особо не стремился контролировать сбор информации. В настоящее время, говоря о «соломенных опросах», обычно имеют в виду опросы, проводимые по упрощённым схемам, нерепрезентативным выборкам, при которых не учитывается воздействие многих факторов. Тем не менее, в XIX веке такие опросы выполняли важные социальные и культурные функции, и стали отправными точками для развития «научных» приёмов изучения общественного мнения.

По-настоящему систематическими эти исследования стали только к началу 20 века, когда были осуществлены первые работы по политической географии, фактическим основателем которой считается французский географ А. Зигфрид, который предложил первую аналитическую модель, объясняющую голосование. Взяв за основу электоральную статистику, он провел сравнение географических, экономических и социокультурных переменных с результатами выборов. Согласно его выводам, определяющими электоральное поведение являются три взаимосвязанных фактора: характер ландшафта, тип поселения и отношения собственности, которые, в свою очередь, тесно связаны между собой и определяют социальную структуру и религиозный климат, непосредственно влияющие на голосование [2].

Электоральные предпочтения избирателей очень тесно связаны с политической культурой, ожиданиями и установками, существующими в обществе [3]. При этом политическую культуру рассматривают как некий синтез политических ориентаций, знаний и поведения, а электоральные предпочтения – это факторы восприятия действительности и деятельности граждан, создающие основания для того, чтобы в момент голосования избиратель принял то или иное решение.

Предпочтения, являясь продуктом коммуникации, определяются не только идеологией, господствующей в обществе, но и аудиторией, воспринимающей эту идеологию. Выявление социокультурных оснований, отображающих электоральные предпочтения в сознании, позволяют понять скрытые механизмы, действующие при выборе гражданами лидеров, партий и их программных установок в течение электорального процесса.

Восприятие электоральных предпочтений обусловлено рациональными требованиями, интересами, но еще в большей степени – воспринимаемыми неосознанно социокультурными схемами, стереотипами, установками массового сознания. Под социокультурными основаниями восприятия электоральных предпочтений следует подразумевать глубоко укорененные причины, принципы, связанные с особенностями места обитания, жизни, быта, исторического опыта, культурного предметного мира, поведения, характера, идеалов и ценностей избирателей [4].

Для более ясного и полного понимания электоральных предпочтений необходимо изучение идеальных образов в массовом сознании, на которые реагируют различные слои населения. Речь идет о глубинных пластах общественного сознания, религии, мифологии, истории народа, а также об архетипах и этностереотипах.

Архетипы – это неосознанные базовые схемы представлений, общие для всех людей. Они всегда тесно переплетаются с этностереотипами – схематизированными моделями, программами поведения, упрощенными устойчивыми эмоционально окрашенными образами этнической группы. Они зависят от:

- географических условий (места обитания);
- культурных ценностей и идеалов, сформулировавшихся в ходе исторического развития людей и закрепленных в мифах, религии, искусстве, традициях, обрядах, в нормах обыденной жизни;
- социально-политических и экономических условиях развития электората;
- обстоятельств и степени взаимодействия с представителями других этнических общностей.

Устойчивые стереотипы выражают идеалы этноса в отношении самого себя, подчеркивают оригинальные национальные черты своего народа, а также задают особенности восприятия других наций. Они напрямую связаны с этническими особенностями, возникшими в результате длительного исторического пути этноса, или того, что принято называть менталитетом, национальными чувствами и предпочтениями.

Ситуация, складывающаяся в том или ином государстве, или регионе государства относительно электоральных предпочтений, во многом связана с закрепившимися стереотипами, с образом жизни населения, складывающимся в течение долгого времени под влиянием определенных географических и климатических условий, структуры и позиций центральной власти, уровня развития местного самоуправления. Важный вклад в формирование электоральных предпочтений в настоящее время вносит не только менталитет нации, но и современная социально-экономическая и политическая обстановка в стране или регионе [5]. Она оказывает воздействие на политические предпочтения тех или иных установок различными группами избирателей в зависимости от типа и уровня этих установок.

Основной, фундаментальный уровень электоральных предпочтений составляют жизненные позиции людей, отражающие так называемые социальные онтологии и общее отношение человека к миру, в котором он живет. Например, жизненная позиция оптимиста или пессимиста, прогрессивного человека или консерватора. Второй слой установок и предпочтений связана с воздействием на людей социетальных размежеваний и формированием социально-статусных диспозиций. Они отражают комплекс установок, формируемый у человека под влиянием социального статуса и его субъективного восприятия. Третий слой – это идеологические предпочтения, представляющие собой попытки рационального обоснования социально-статусных диспозиций. Они существуют в виде более или менее целостной системы ценностей, в которых отражается сущность общественных проблем и способов их решения. Они определяются также условиями политической социализации личности, типом политической культуры. Четвертый слой – это субъективные мнения и суждения, возникающие под влиянием краткосрочных факторов, в первую очередь, как эмоциональная реакция на них.

Разные категории населения в зависимости от собственных представлений о путях и направлениях развития государства, своего экономического положения, реализации личных планов демонстрируют разные политические и электоральные предпочтения. Но, в конце концов, они сходятся на необходимости создания условий для укрепления экономической стабильности и функционирования сильного государства, гарантирующего гражданам порядок и защиту.

В настоящее время выделяют обычно несколько концептуальных моделей электоральных предпочтений, объясняющих природу электорального выбора влиянием долгосрочных факторов. Каждая модель, делая упор на каком-либо долгосрочном факторе электорального выбора, не отрицает полностью влияния других факторов, но в силу их второстепенности не уделяет им должного внимания.

Социологическая модель электоральных предпочтений. Это одна из «классических» моделей электоральных предпочтений, которая долгое время во многом определяла направление исследований и содержание работ по этой теме. Ее авторы проводили анализ партийно-политического соревнования и поведения избирателей, учитывая фактор социальной дифференциации. Основное для этой модели – это зависимость электоральных предпочтений индивида от интересов различных социальных групп, фактическое игнорирование индивидуалистической трактовки формирования электорального выбора. Сторонники данного направления пытались ответить не на вопрос, как избиратель голосует, а пытались выяснить, почему он голосует за ту или иную политическую силу.

По мнению экспертов, потенциальную основу для разнообразных политических предпочтений создают различия между социальными группами,

продуцируя одновременно проблемное пространство политики и социальную базу партий. Эти различия сформулированы у исследователей в виде социальных расколов, некоторые из которых применимы и в случае, и с Казахстаном: классовый (между собственниками и рабочими), религиозный, поселенческий раскол (между городом и деревней), а также различие между центром и периферией.

В рамках социологической модели голосования существуют различные точки зрения относительно субъективных факторов голосования, таких как политические установки. Ряд экспертов считает, что установки необходимо учитывать в процессе анализа влияния социальных факторов, поскольку они являются своеобразным механизмом, связывающим социальные позиции и электоральный выбор. Эта точка зрения во многом сближается с позицией представителей социально-психологической модели голосования.

Другие авторы отрицают серьезное влияние политических установок избирателей, а также интерактивного взаимодействия между индивидами в первичных группах на электоральное поведение. Вместе с тем даже эти исследователи признают некоторое влияние субъективного фактора.

Социально-психологическая модель электоральных предпочтений

Наличие взаимосвязи между институтами политического представительства и политическими ориентациями избирателей послужило одной из предпосылок данной классической модели электорального предпочтения, представители которой считали голосование инструментом демонстрации избирателями своей политической идентификации, длительного чувства преданности, которое избиратели испытывают к отдельным политическим партиям.

Представители данного направления исходили из следующих суждений:

- для большинства избирателей характерно ощущение близости к какой-либо партии (партийная идентификация);
- главным агентом формирования партийной идентификации является семья, где формируется партийная лояльность;
- функция партийной идентификации – помочь избирателю справиться с политической информацией и выяснить, за какую партию голосовать;
- исключая некоторые периоды, изменения в партийной идентификации являются сугубо индивидуальными; чаще всего они отражают изменение принадлежности к группе, возникающее вследствие географической или социальной мобильности.

В соответствии с социально-психологической моделью электоральный выбор формируется под влиянием установок избирателей к трем аспектам политического процесса: кандидатам, политическим курсам и связям между партиями и социальными группами. Каждая из этих установок имеет относительно независимое влияние на электоральный выбор, особенно в краткосрочной перспективе.

Несмотря на то, что влияние социальных параметров на политические предпочтения не отрицается, однако, оно опосредуется главным фактором – партийной идентификацией. Партийная идентификация играет роль своеобразного фильтра, через который пропускается информация, относящаяся к трем названным аспектам (кандидатам, политическим курсам, связям между партиями и социальными группами). В долгосрочной перспективе эти установки являются своеобразными каналами, через которые осуществляется влияние партийной идентификации на электоральный выбор [6]. Например, ощущая себя коммунистом, избиратель склонен верить, что коммунистическая партия наилучшим образом защищает интересы его социальной группы по сравнению с другими партиями. В данном случае срабатывает партийная идентификация, в то время как рационализации на уровне конкретных проблем или кандидатов не происходит.

Различные эмпирические исследования свидетельствуют о том, что социально-психологический подход в целом работает. Эта модель успешно использовалась при изучении поведения и предпочтений избирателей Западной Европы и США, а термин «партийная идентификация» стал одним из самых распространенных в исследованиях электорального поведения. Вместе с тем постепенно выявились ограничения и недостатки данной модели.

В частности, основным вопросом, на который пытались ответить представители этого направления, был вопрос, как избиратель голосует (как воздействует на его голосование партийная идентификация и различные установки). При этом вопрос, почему избиратель делает тот или иной выбор, остается недостаточно проработанным в рамках данного направления. Слабоизученным оставался вопрос о влиянии социальных факторов на голосование, так как, говоря о групповой принадлежности, представители социально-психологической модели большее внимание уделяли ее психологическому значению, нежели позиции группы в социальной структуре.

Данная модель продемонстрировала свою относительную пригодность для изучения электорального поведения в условиях бинарного политического раскола. Однако простой бинарный политический раскол отсутствует не только в государствах с мультипартийной системой, но и в странах с двухпартийной системой, например, в США. Например, значительная часть американских избирателей относит себя к независимым даже в том случае, если респондентам в ходе опроса предлагается отнести себя к демократам или республиканцам с помощью бинарной шкалы.

Еще сложнее обстоит дело в странах с мультипартийными системами, где существует несколько значимых расколов (левый – правый, религиозный – светский, либеральный – авторитарный и т.п.). В этом случае влияние партийной идентификации на электоральный выбор становится еще более неоднозначным.

Модель рационального выбора. Представители этого направления при анализе политического поведения людей исходят из двух основных моментов. Во-первых, индивид эгоистичен, то есть стремится к достижению собственных целей. Во-вторых, индивид рационален, то есть он сопоставляет получаемый им результат и затраты, стараясь максимизировать свою выгоду при минимизации результатов. Сторонники этой модели считали, каждый гражданин голосует за ту партию, которая, как он полагает, предоставит ему больше выгод, чем любая другая. Обычным гражданам не надо знать в деталях внутреннюю и внешнюю политику действующей администрации, чтобы судить об этой политике, реально они располагают лишь одним видом данных: они знают, как им жилось при данной администрации. Иными словами, существует прямая связь между положением в экономике и результатами выборов, и при голосовании избиратель исходит из того, что именно правительство несет ответственность за экономическое состояние страны. Если уровень жизни на достаточно хорошем уровне – голосуй за действующее правительство (действующего президента, представителей партии власти), если нет – за оппозицию.

В рамках теории рационального выбора существует и теория «избирателя как потребителя» английского эксперта Х. Химмельвейта, делающего акцент на процессе индивидуального и инструментального выбора избирателя в зависимости от набора конкретных существующих проблем и предложений политических сил (по сути, теория Химмельвейта является теорией «перспективного голосования») [7].

В модели рационального голосования выделяются две оси голосования: «эгоцентричное-социотропное голосование» и «ретроспективное перспективное голосование». При эгоцентричном голосовании избиратель основывает свой выбор на оценке собственного экономического положения, тогда как при социотропном голосовании он смотрит на экономическое положение страны и результаты функционирования экономики в целом. При выборе ретроспективного основания – избирателю важнее оценка прошлой деятельности администрации, при выборе перспективного основания важны ожидания по поводу того, насколько успешно в будущем будет работать выбираемая партия или кандидат.

Таким образом, социологический подход обращает внимание на различия в политических предпочтениях и поведении отдельных социальных групп, определяет существующие между ними идеологические размежевания; социально-психологический подход раскрывает значение установок, прежде всего – партийной идентичности, в позиции избирателя; модель рационального выбора отличается тем, что превращает человека из «пленника» структурных факторов и политических установок в актора, осознанно принимающего решения.

В настоящее время в научной литературе фактически формируется новый теоретико-методологический подход к объяснению электоральных

предпочтений и, в более широком плане, политического действия. В его основе лежит принцип интеграции информационного влияния окружающей среды и когнитивных способностей индивида, поэтому его можно определить, как когнитивный, т.е. описывающий индивидуальные механизмы восприятия, оценки, обработки поступающей из внешней среды информации. Эта модель базируется на трех положениях.

1) Человек может делать электоральный выбор только в информационной среде, в которой представлены различного рода сообщения (о приближающихся выборах, о дате их проведения, о степени их значимости, о вступающих в конкурентную борьбу кандидатах, их предвыборных заявлениях и т.п.). Эта среда, создаваемая различными коммуникаторами, формирует объективное смысловое, символическое поле, влияющее на находящиеся в нем индивидов.

2) Человек должен обладать определенной «внутренней информацией» – интериоризированными в ходе политической социализации знаниями и представлениями, позволяющими ему ориентироваться в политической символической реальности, распознавать информацию о ведущейся предвыборной кампании, различать представленных на политической арене кандидатов, партии и выражать свое отношение к происходящему.

3) Существуют особые когнитивные механизмы «стыковки» внешней и внутренней информации, которые обеспечивают восприятие, понимание, оценку поступающей информации, дают человеку возможность интерпретировать ожидания других людей, создают ощущение необходимости реагировать, принимать решения. В таких механизмах соединяются до конца не осознаваемые ментальные процессы и активная, контролируемая сознанием мыслительная деятельность.

Таким образом, когнитивная модель позволяет рассматривать электоральные предпочтения как результат последовательности ментальных реакций и мыслительных актов индивида, обеспечивающих восприятие социальной информации, ее понимание, осознание и принятие на этой основе определенного решения. Выражением же всех этих процессов является агрегированный результат сложения индивидуальных мнений – то есть итоги голосования по представленным альтернативам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Селден Джон // Большая советская энциклопедия: в 30 т. / под ред. А.М. Прохорова – 3-е изд. М.: Советская энциклопедия, 1969
2. Siegfried A. Tableau politique de la France de l'Ouest sous la III République. A. Colin, 1980
3. Малинова О.Ю. Исследования политической культуры в России: особенности национального академического дискурса и интернациональные проблемы // Политическая наука в России. М., 2008. С. 192
4. Багновская Н.М. Социокультурные особенности модернизационных процессов в России // Проблема модернизации российской государственности: стратегии, институты, акторы: сб. науч. трудов. Саратов, 2010. С. 48
5. Отчет о результатах социологического исследования по одномандатным избирательным округам Саратовской области (28 августа – 7 сентября 2007 г.). Саратов, 2007
6. Campbell A., Converse P., Miller W., Stokes D. The American Voter. N.Y., 1960
7. Himmelweit H.T., Humphreys P., Jaeger M. How Voter Decide. Milton Keynes, 1985