В.Э. Бойков

ПОЛИТИЧЕСКАЯ САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ РОССИЙСКИХ ГРАЖДАН ПЕРЕД СТАРТОМ ВЫБОРОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Отношение населения к выборам Государственной Думы

Данные социологического опроса свидетельствуют, что предстоящие выборы депутатов Государственной Думы Федерального Собрания РФ представляют интерес для большинства потенциальных избирателей. За 6 месяцев до проведения выборов доля респондентов, в той или иной мере изъявивших желание участвовать в них, составила 66,6% от количества опрошенных. В частности, на этом этапе электоральная активность в различных группах избирателей выглядит следующим образом.

В возрастных группах до 30 лет она традиционно минимальна (57,6%), а в возрастных группах 50–59 лет, 60 лет и старше максимальна – 69,6 и 76,1 (среди пенсионеров – 77,6%). Это обстоятельство имеет существенное значение, связанное с межпоколенческими различиями ценностных ориентаций. Например, представители старших возрастных групп относительно острее переживают сложные социальные проблемы, которые будут находиться в эпицентре предвыборной борьбы партий. Кроме этого, старшему поколению избирателей в большей мере, нежели молодым людям, свойственны традиционные для российского менталитета чувства патриотизма, гражданского долга и т. д., что также существенно влияет на ход и итоги выборной кампании.

Сравнительно высокую заинтересованность в выборах проявили избиратели, занятые в сфере материального производства (в промышленности, сельском хозяйстве и др.), несколько меньший интерес к ним у занятых в сфере социального обслуживания (в торговле, жилищно-коммунальном хозяйстве и т. д.). Различия в уровне электоральной активности, коррелирующие с показателями социально-профессиональной дифференциации избирателей, также могут оказать влияние на результаты выборов. Имеются в виду

возможности политических партий вести пропагандистскую работу в крупных производственных организациях и использование административного ресурса, особенно в поселениях, имеющих градообразующие предприятия.

Наиболее высокий уровень электоральной активности присущ избирателям со средним достатком, а относительно реже заинтересованы участвовать в выборах избиратели с низким уровнем жизни. Доля последней категории составляет примерно четверть электората. В целом же налицо устойчивая тенденция: чем выше уровень жизни избирателей, тем чаще они намерены участвовать в выборах. Аналогично, потенциальная электоральная активность сравнительно выше в группах избирателей, которые низко оценивают степень своей материальной защищенности от возможных экономических потрясений. Таким образом вовлечение средне- и малоимущего населения в выборный процесс может существенно повлиять на результаты голосования.

Среди избирателей, проживающих в столичных, краевых и областных центрах, намерение участвовать в голосовании высказали 56,6% опрошенных; среди жителей средних и малых городов, сел и поселков, составляющих подавляющую часть избирателей, – около 74%. Это обстоятельство с учетом практики проведения прошлых выборов заслуживает особого внимания. Дело в том, что в провинциальных поселениях власти обладают большими возможностями использования стимулирующей роли посулов и попросту принуждения в воздействии на избирателей с целью получения желаемого для них результата голосования.

Значительный потенциал электоральной активности характеризует и ряд других материалов. Так, например, 83% опрошенных считают, что участие в выборах является их гражданской обязанностью, 56,2% в той или иной мере склонны считать, что участие граждан в выборах представляет собой возможность влиять на судьбу страны. Наличие такой позиции в электоральном сознании даже при условии, что многие люди не верят в честность выборов, позволяет прогнозировать высокий уровень электоральной активности на предстоящих парламентских выборах.

Вместе с тем не следует игнорировать тот факт, что, как показывает опыт социологического сопровождения выборных кампаний в прошлые годы, число людей, которые заявляют о своем желании участвовать в голосовании, на 10–15% больше реального количества тех, кто приходит на избирательные участки. Но и при этом допущении явка избирателей на участки для голосования в день выборов, вероятно, составит не менее 60–65% от числа зарегистрированных.

Какое значение это имеет в оценке предвыборной ситуации? Суть дела, как представляется, состоит в следующем.

Во-первых, отчетливо выраженная заинтересованность избирателей в выборах, среди которых многие еще не определили свои партийные предпочтения, является важнейшей предпосылкой для достижения успеха в пропагандистской кампании с целью привлечения их голосов в пользу той или иной партии.

Во-вторых, большинство избирателей склонны расценивать предстоящие выборы не столько как ритуальную формальность, сколько как возможность повернуть отчужденную от народа власть лицом к насущным проблемам населения. Умелая артикуляция этих проблем и убедительная аргументация партийных программных положений по их разрешению в предвыборной борьбе могут сыграть важную роль в завоевании доверия избирателей.

В-третьих, успех предвыборной борьбы зависит как от дифференцированного подхода с учетом особенностей разных групп избирателей, так и от воздействия на электорат в целом, ибо интерес к выборам достаточно развит во всех статистически значимых социально-демографических и социально-профессиональных группах избирателей.

Типы электорального сознания избирателей, выделенные по наличию у них партийных предпочтений

Партийные ориентации избирателей даже с учетом того, что лишь несколько процентов из их числа являются членами партий, оказывают весьма большое влияние на характер электорального волеизъявления. Их значение существенно возросло в связи с отказом от голосования по одномандатным округам. Именно в этом плане несомненный интерес представляет типологизация электорального сознания на основе партийных предпочтений и ее использование в анализе предвыборной ситуации.

Как и в ряде предыдущих исследований, данные опроса в июле 2007 г. показывают следующий спектр укрупненных типов электорального сознания.

Первый тип – около 15% избирателей. Они определили «свою» партию, которая, как они считают, отчетливо выражает их насущные интересы. Они склонны помогать «своей» партии в выборной кампании и, как правило, участвуют в голосовании не по принуждению, а по убеждениям или в связи с желанием получить выгоды при условии ее успеха на выборах. Эту категорию можно условно обозначить ***«партийные активисты»,*** которые составляют более-менее устойчи-

вое ядро электоральной базы политических партий. Таким ядром в настоящее время располагают лишь несколько хорошо известных политических партий, функционирующих достаточно продолжительное время и/или имеющих депутатские фракции в нынешнем составе Государственной Думы.

Отмечая этот факт, следует обратить внимание на одну особенность выявления ядра партийных активистов в социологических исследованиях. Проблема кроетсяв том, что многие избиратели, опасаясь быть непонятыми или по другим причинам, не желают раскрывать перед социологами свои партийные предпочтения. По полученным данным, 15,8% респондентов на вопрос о том, за какую партию они скорее всего проголосовали бы в ближайшее воскресенье, указали ответ: «Не хочу об этом говорить». Выявление их партийных предпочтений и вектора электоральных ориентаций возможно только на основе кластерного анализа скрытых факторов, обусловливающих присущие им доминирующие социально-политические ориентации. Как правило, эту группу составляет протестный электорат, то есть люди, не вполне согласные с политикой власти и поддерживающих ее партий. Такие респонденты нередко являются сторонниками КПРФ или партий, склонных к эпатажной риторике (типа ЛДПР).

Второй тип – примерно 25% избирателей, которые явно симпатизируют (доверяют) или, напротив, испытывают антипатию (не доверяют) тем или иным партиям или их лидерам на основе идеологической и политической самоидентификации. Их участие в избирательных кампаниях носит инерционный, стабильный характер, что в значительной мере определяет итоговые распределения голосующих по партийным спискам на предыдущих выборах.

Явка представителей второго типа на избирательные участки и характер волеизъявления на выборах в значительной мере определяются позитивным или, напротив, негативным восприятием имиджа партий и их лидеров (если, конечно, он имеется) – истинными или ложными представлениями об их влиянии на власть, о том, какие интересы они отстаивают и т. д. Эта статистическая группа избирателей в условиях ограниченного политического выбора может менять электоральные предпочтения. Но, как правило, это происходит в рамках одной и той же или смежной политической платформы, в пределах одного и того же сегмента электорального поля. Примерами сегментации является сочетание таких групп партий, как КПРФ и Аграрная партия России (прежде также «Родина»); СПС и «Яблоко»; «Единая Россия» и «Справедливая Россия» и т. д.

Избирателей, которые голосуют за партии, созвучные их идентичности, или по привычке голосующих так, а не иначе, можно охарак-

теризовать как ***«традиционалисты».*** Исследования прежних лет показали, что именно голоса традиционалистов имеют свойство перетекать от партии к партии в границах одного политического ареала, передаваться (и даже продаваться) при отказе определенной партии от самостоятельного участия в выборах или объединяться при слиянии однородных политических сил. Это произошло, например, на парламентских выборах 1999 г. при слиянии блоков «Единство» и «Отечество – Вся Россия», которые претендовали на поддержку одного и того же электората и на статус «партии власти».

Третий тип насчитывает приблизительно 40% избирателей, которые относятся ко всем политическим партиям безучастно или неопределенно. Их явка на выборы слабо прогнозируема, электоральное сознание амбивалентно. Характер голосования представителей этого типа зависит от несистемных обстоятельств, в том числе воздействия на их сознание пиар-акций, публикаций компромата, административного давления, различных посулов, подкупа, резкого изменения цен на потребительские товары и услуги, чрезвычайных ситуаций и других отклонений от повседневной нормы.

Их можно определить в качестве ***«политических маргиналов».*** Именно они составляют обширное так называемое политическое болото, освоение которого является одной из задач политических партий. Без этого их электоральная база будет ограничена относительно небольшой численностью активистов и традиционалистов. Как показали исследования прошлых лет, электоральные успехи ЛДПР в немалой мере обусловлены привлечением на финише выборных кампаний голосов именно политических маргиналов, которые и по социальным показателям являются обычно представителями маргинальных слоев населения.

Четвертый тип составляют примерно 10% избирателей, которые в острой форме испытывают политическое отчуждение от власти, то есть в силу разных причин неприязненно относятся ко всем партиям, чиновничеству, выборам и т. д. Они составляют группу ***«негативистов»,*** которые или не участвуют в выборах, или выражают в голосовании протестные настроения. На предшествующих выборах это фиксировалось в увеличении доли голосующих «против всех». Теперь, когда такая графа законодательно исключена из избирательных бюллетеней, некоторые представители указанного типа могут отдать свои голоса партиям, которые, по их мнению, составляют антипод «партии власти».

Рейтинг партий, претендующих на преодоление 7-процентного барьера на парламентских выборах 2007 г., и качество их электоральных баз

Для выявления рейтинга доверия избирателей в их отношении к политическим партиям респондентам был задан вопрос: *«Что преобладает в вашем отношении к следующим политическим партиям?»*. По методике опроса респонденты должны были выразить позитивное или негативное мнение, либо зафиксировать отсутствие интереса или мнения по поводу партий. Применение такой методики целесообразно для выявления полутонов в электоральной ситуации до начала выборной кампании и определения потенциальных резервов партий, которые следует оценивать с учетом настроений недоверия. Люди зачастую голосуют в пользу определенной партии не потому, что очень ее ценят, а лишь с той целью, чтобы ограничить возможности достижения успеха другой партией.

Распределение ответов на вопрос, характеризующий социально-психологическое отношение российского населения к партиям, представлено в таблице 1.

Таблица 1

Отношение избирателей к политическим партиям

(в % от количества опрошенных)

Политические партии	Симпатия	Равнодушие	Неприязнь	Трудно сказать
«Единая Россия»	38,7	29,0	12,6	19,7
КПРФ	16,6	41,8	21,2	20,4
«Справедливая Россия»	16,0	41,8	9,9	32,3
Аграрная партия России	12,4	47,7	5,6	34,3
ЛДПР	11,8	39,4	28,7	20,1
«Патриоты России»	7,4	45,8	6,1	40,7
«Яблоко»	5,2	43,5	21,2	30,1
Союз правых сил	3,8	43,8	18,7	33,7

Табличные данные лишь в общем виде отражают эскиз политической дифференциации избирателей, выражающейся в распределении ответов об их симпатиях и антипатиях к участникам парламентских выборов, входящих в первый эшелон политических сил. Его рассмотрение требует учета многих латентных факторов.

Так, например, сценарий парламентских выборов 2007 г. в значительной мере определяется появлением на политической авансцене «Справедливой России», возглавляемой руководителем верх-

ней палаты парламента С.М. Мироновым, с амбицией стать одной из партий власти. Она представляет собой своеобразного «троянского коня» как для КПРФ с ее претензией на роль главной оппозиции режиму власти, так и для «Единой России», уже являющейся партией власти.

По результатам исследования в июле 2007 г., «Справедливая Россия» в некоторой степени отвлекает электорат КПРФ, так как позиционирует себя в качестве ее оппозиции по социальной проблематике. Об этом свидетельствует то, что часть опрошенных симпатизирует обеим партиям. Электоральные отношения «Справедливой России» с «Единой Россией» представляются более сложными, так как обе претендуют на статус «партии власти» и в этом плане занимают один сегмент электорального поля, то есть являются конкурентами. Применительно к партиям правого толка «Справедливая Россия» на данном этапе создает серьезную преграду на их пути к преодолению 7-процентного барьера, необходимого для прохождения в Госдуму.

По количеству симпатизирующих избирателей «Справедливая Россия» делит второе место в рейтинге с КПРФ. А с учетом неприязненного отношения многих людей к партии коммунистов она даже имеет гипотетические шансы опередить ее. Однако надо иметь в виду, что КПРФ (в отличие от «Справедливой России»), наряду со стойким неприязненным отношением к ней пятой части электората, имеет и устойчивую часть избирателей, которые поддерживали ее многие годы.

Примерно в такой электоральной ситуации (как и КПРФ) находится ЛДПР с той лишь разницей, что в отношении к либеральным демократам в сравнении со всеми партиями наблюдается наибольшее количество недоброжелателей.

В настоящее время минимальны шансы на прохождение 7-процентного порога у СПС и «Яблока». Причем нет достаточных оснований предполагать, то эти партии существенно расширят свои электоральные базы. В общественном сознании сложился достаточно устойчивый стереотип восприятия этих партий и лидеров, который отталкивает от них даже избирателей, ориентированных на либеральные и прозападные модели развития общества (доля таковых среди опрошенных составляет около 20%). Шансы этих партий на преодоление 7-процентного порога прохождения в парламент представляются эфемерными также потому, что они не имеют подлинно инициативных опорных структур в провинциях. Кроме того, их предвыборные декларации, с точки зрения рядового избирателя, либо абстрактны, либо не соответствуют ментальности основной массы российского населения.

Непопулярны в обществе и реальные лидеры этих партий. На открытый вопрос (ответы получены без подсказок социологов), каким известным политикам избиратели не доверяют, А. Чубайс и Г. Явлинский соседствуют с М. Зурабовым, к деятельности которого отношение в обществе весьма критичное.

Стереотипное восприятие довлеет у основной массы избирателей в их отношении к КПРФ и ЛДПР. Это позволяет предполагать, что доли голосов, которые они смогут получить на предстоящих парламентских выборах в сравнении с предшествующими выборами, будут изменяться, но, во всяком случае, не в разы.

Как представляется, невелики шансы на достижение реального успеха у Аграрной партии России. Опыт показывает, что партии, связанные с профессиональными и социально-демографическими группами и сообществами, (как было с Партией промышленников и предпринимателей, движением «Женщины России» и др.) могут вызывать большое общественное сочувствие. Но в сознании людей они не ассоциируются с выражением их политических интересов.

Определенные предпосылки для завоевания голосов избирателей имеют «Патриоты России». Эта партия в рейтинге избирательских симпатий, несмотря на ее «детский возраст», делит 4–5 места с ЛДПР. Доверие ей выразили 7,4% общего количества опрошенных и 5,1% намеренных участвовать в голосовании. В составе электората она имеет лишь 6,1% потенциальных противников. Это меньше, чем у большинства партий, в том числе у «Единой России», которую не приемлют 12,6%.

Вторым тестом в выявлении рейтинга партий служит вопрос о том, за какую партию, скорее всего, проголосовали бы опрошенные избиратели, если бы парламентские выборы состоялись в ближайшее воскресенье. Полученное распределение ответов на этот вопрос изложено в таблице 2.

Таблица 2

Доли избирателей, склонных голосовать в пользу той или иной партии

Политические партии	В % от общего количества опрошенных
«Единая Россия»	31,4
КПРФ	10,2
«Справедливая Россия»	6,9
ЛДПР	5,2
«Патриоты России»	5,1
«Яблоко»	1,9
Аграрная партия России	1,4

Окончание табл. 2

Политические партии	В % от общего количества опрошенных
Союз правых сил	1,2
Другая партия	1,6
Не пожелали указывать	15,8
Затруднились ответить	19,3

Как отмечалось, в составе электората имеются различные типы избирателей, отличающиеся друг от друга степенью приверженности партийным идеям и, соответственно, уровнем активности поддержки своих партий. Одним из показателей приверженности может служить то, что избиратели заинтересованы в поддержке именно одной избранной ими партии и не распространяют свои симпатии на другие. По этому показателю в составе опрошенных избирателей распределение однозначных сторонников лидирующих партий выглядит так: «Единая Россия» – 16,6%; КПРФ – 4,8; ЛДПР – 4; «Справедливая Россия» – 3,1; «Патриоты России» – 3%. Остальной состав электората этих партий можно отнести к категориям «союзников» и «попутчиков», «перебежчиков» и «политических маргиналов», представляющих собой относительно неустойчивую часть их электоральной основы.

Обоснованность такого вывода подтверждают результаты кластерного анализа, отчетливо показывающие статистические различия, характеризующие распространенность политических ориентаций в сознании ***«партийных активистов»*** разных партий. Например, если в составе ядра электората КПРФ 52% исповедуют идеалы социализма, то в составе ядра других лидирующих партий таких только около 20%. Естественно, имеются и такие ориентации, которые разделяет основная масса избирателей, независимо от их партийных предпочтений.

Изучение обширных материалов социологических опросов показывает ярко выраженный эклектизм ценностной структуры в сознании большинства людей. Это объясняется как наличием в укладах жизни элементов двух разнородных образов жизни, так и отсутствием в обществе какой-либо объединяющей идеологии. В выборной кампании эклектизм – одно из условий неопределенности поведения значительной части избирателей, за голоса которых, собственно говоря, и идет борьба между конкурентами.

При дисбалансе ценностной структуры в индивидуальном массовом сознании в последнее время наметился процесс формирования интегрирующих российское общество ценностей. В их числе

две взаимосвязанные ценности – общенациональный патриотизм и укрепление российской государственности. В той или иной мере эти ценности разделяет подавляющее большинство опрошенных избирателей. Однако у разных людей представления о патриотизме и гражданской ответственности за состояние государства далеко не одинаковы. С учетом этого материалы исследования были подвергнуты кластерному анализу. Его смысл, упрощенно говоря, состоял в агрегировании ответов респондентов, характеризующих проявление различных патриотических и государственнических ориентаций для выявления статистических (кластерных) групп, выражающих к этим ориентациям положительное или отрицательное отношение.

В итоге были выделены группы **«патриотов»** и **«антипатриотов», «государственников»** и **«антигосударственников»** в зависимости от того, относят ли они себя к патриотам России, присуще ли им чувство долга в отношении к стране и государству, гордятся ли они достижениями России, считают ли они ее великой державой и др.

В результате величина полученных группировок оказалась следующей: «патриоты» – 16,9%; «антипатриоты» – 8,1; «государственники» – 9,1; «антигосударственники» – 7,6%. При всей условности выделения этих статистических групп многие черты их коллективных портретов значительно отличаются друг от друга. Например, почти каждому второму «антипатриоту» свойственны эмигрантские настроения, 66,4% «антигосударственников» не считают, что Россия является великой мировой державой и т. д.

Результаты кластерного анализа позволяют обнаружить следующие тенденции.

Во-первых, доля «патриотов» и «государственников» значительно (в 2–3 раза) больше, чем доля «антипатриотов» в электоральной базе «Единой России», КПРФ, «Справедливой России» и «Патриотов России». В электорате ЛДПР и «Яблока» ситуация диаметрально противоположная.

Во-вторых, избиратели с ярко выраженным патриотическим и государственническим настроением выразили повышенный интерес к предстоящим парламентским выборам. Однако их значительная часть пока не определила партийные предпочтения.

В-третьих, в российском обществе существенно актуализировался массовый интерес к патриотическим идеям, лозунгам и действиям, который до настоящего времени остается невостребованным и нереализованным. Убедительная артикуляция этого интереса в предвыборной борьбе – один из наиболее эффективных способов завоевания массовых симпатий избирателей.