

ЭЛЕКТОРАЛЬНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ЖИТЕЛЕЙ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

К.В. Малов

ИЭОПП СО РАН

Аннотация

Выявлено существенное различие позиций партий по основным политическим и экономическим вопросам, что дает возможность визуализировать факторное пространство электоральных предпочтений и оценить электорат той или иной партии. Выделено два фактора и в соответствии с ними три вектора политической направленности электората, показана устойчивость электоральных предпочтений. Установлено, что в каждом муниципальном образовании присутствуют электоральные группы, которые по своим электоральным предпочтениям могут быть отнесены к той или иной партии.

Ключевые слова: электорат, поведение, предпочтения, местное самоуправление, партия, выборы, электоральное ядро, потенциальный электорат, социальный портрет электората

Abstract

The study shows the significant difference in political parties' positions on basic economic issues that allow visualizing a factor space of their electorate's preferences and identifying the electorate of each party. We identify factors and relative vectors of electorate's political orientation; and show the stability of electoral preferences. We can state that our knowledge of people's electoral preferences allows identifying those groups of the population in each municipal unit which may vote for some or other party.

Keywords: electorate, behavior, preferences, local self-government, party, election, electoral core, potential electorate, electorate's social portrait

Политические партии в современной России, то появляясь, то исчезая, оставляют свой след на электоральном поле. В отдельные периоды истории нашей страны, особенно на протяжении последних десятилетий, можно было наблюдать смещение основной массы электората с одного фланга на другой. Такая подвижность электората порождает необходимость постоянного изучения электорального поведения в целом и электоральных предпочтений в частности.

Первые попытки исследования электорального поведения были предприняты в начале XX в., и родоначальником этого направления считают А. Зигфрида. Он предложил первую аналитическую модель так называемой «избирательной географии», объясняющую поведение людей при голосовании. Анализируя результаты выборов и сравнивая их с экономическими и социальными показателями за тридцатилетний период, исследователь сделал вывод, что определяющими электоральное поведение являются три взаимосвязанных фактора: характер ландшафта, тип поселения и отношения собственности. Электоральные факторы, в свою очередь, тесно связаны между собой и детерминируют социальную структуру, непосредственно влияющую на голосование.

Впоследствии модель, предложенная А. Зигфридом, трансформировалась в социологическую, в которой акцентируется влияние группового фактора и групповой принадлежности к голосованию. Особенность социологической модели состоит в том, что в ней делается попытка дополнить территориальный аспект социальными факторами. Согласно такому подходу, детерминантой формирования электоральных предпочтений является социальная дифференциация. Основная работа, раскрывающая положения этого направления исследований, – статья американских социологов С. Липсета и С. Роккана, посвященная анализу влияния социально-групповых различий на идеологическую и партийную дифференциацию. Они выделили несколько таких различий (социальных расколов): классовый раскол (между собственниками и рабочими), религиозный раскол, а также различие между центром и периферией.

Разумеется, социологический подход был сформулирован для обществ с устоявшимися, хорошо изученными связями между социаль-

ными структурами, а также с предсказуемыми связями между социальным положением индивида и его политическими установками. Как показывают исследования, в России эти связи носят весьма непредсказуемый характер. Неустойчивость связей между социальным положением индивидов и их электоральными предпочтениями позволила некоторым аналитикам сделать заключение о том, что во многих новых демократиях известные социальные факторы не оказывают существенного влияния на голосование, а выбор делается исходя как из соображений идеологического характера, так и из персональных качеств кандидата.

Тем не менее современные исследователи электорального поведения и его территориального аспекта говорят о том, что даже если состав участников электоральной гонки существенно меняется от выборов к выборам, электорат каждой из «политических семей» характеризуется территориально-политической устойчивостью, т.е. электоральные предпочтения избирателей остаются относительно неизменными. «Такая неизменность обусловлена действием разнообразных социально-экономических, политических, географических и психологических факторов, определяющих поведение избирателей на выборах. Высокая и стабильная поддержка в городе определенной партии свидетельствует о формировании там центра устойчивого влияния этой партии. ...Степень урбанизации относится к числу важнейших факторов территориальной дифференциации электоральных предпочтений. Контраст между городскими и сельскими районами – одна из главных закономерностей географии выборов в России. Дело в том, что новые политические идеи чаще всего возникают в городских центрах и уже оттуда распространяются дальше. Поэтому крупнейшие города гораздо активнее голосуют за выражающие такие идеи политические силы, нежели периферия» [1, с.71–72].

Именно муниципальные образования являются фундаментальной основой федеративного устройства государства и залогом эффективного функционирования системы децентрализованного принятия решений в современной экономике [2]. Таким образом, изучение поведения электората и его предпочтений в территориальном разрезе, в частности на уровне сравнения электората различных муниципаль-

ных образований, представляет особый интерес. Тем более, что отказ от мажоритарной избирательной системы, введение голосования исключительно по партийным спискам не только на федеральном, региональном, но даже уже и на местном уровне обуславливают актуальность такого исследования.

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ ЭЛЕКТОРАЛЬНЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

Для анализа электоральных предпочтений и поведения электората на выборах были взяты три муниципалитета, различающихся между собой как по типу муниципального образования, так и по социальной структуре населения.

Город **Бердск** представляет собой городской округ (с 1944 г.) областного подчинения с населением около 85 тыс. чел. На его территории расположены электромеханический завод, завод биопрепаратов, хлебокомбинат, швейная фабрика и другие крупные промышленные предприятия.

Рабочий поселок **Кольцово** представляет собой городской округ (с 2005 г.), имеющий статус наукограда Российской Федерации с населением около 10 тыс. чел. Основой научно-производственного комплекса Кольцово является Государственный научный центр вирусологии и биотехнологии «Вектор», который ведет фундаментальные научные исследования в этих областях.

Поселок городского типа **Краснообск** представляет собой городское поселение с численностью жителей более 17,5 тыс. чел. Основан в 1970 г. как поселок для работников тогда же образованного Сибирского отделения Всесоюзной академии сельскохозяйственных наук им. Ленина (ВАСХНИЛ).

В каждом из этих муниципалитетов летом 2005, 2007 и 2008 гг. был проведен репрезентативный опрос населения в возрасте от 16 до 80 лет. В Бердске в опросе приняли участие 435 респондентов, в Кольцово – более 600, в Краснообске – около 400. Все три обследования были проведены по сопоставимой методике, в каждой из анкет был представлен блок вопросов об электоральном поведении и его взаи-

мосвязи с электоральными предпочтениями. Следует отметить, что вопросы об электоральном поведении были идентичными в каждом из опросов, что позволило проанализировать и сравнить электорат муниципальных образований.

Первой задачей было поставлено выделение *электорального ядра* партии в каждом из обследуемых муниципальных образований. Под ним понимается устойчивая, голосующая только за определенную партию совокупность лиц. По мере развертывания предвыборной кампании происходит обрастание электорального ядра оболочкой: свой выбор в пользу партии делают и ее менее последовательные сторонники. Поэтому вторая задача – выделение *потенциального электората*, т.е. того круга избирателей, на голоса которых партия может рассчитывать, за чьи голоса ей следует бороться. Он объединяет все те электоральные группы, у которых данная партия пользуется политическими симпатиями. Потенциальный электорат партий, соседствующих в политическом спектре страны, представляет собой пересекающиеся множества, поскольку включает в себя людей, чьи политические симпатии распространяются на несколько партий одновременно. Численная мощность потенциального электората сама по себе характеризует не столько возможности какой-то конкретной партии, сколько потенциал того более общего политического течения, к которому эта партия принадлежит и в русле которого реализует свою предвыборную стратегию.

Стоит отметить, что выделять потенциальный электорат партии можно разными способами, и от этого выбора во многом зависит получаемый результат. Так, например, ответ на вопрос: «За какую партию вы бы проголосовали, если бы выборы в Государственную думу состоялись в ближайшее воскресенье?» – дает возможность выделить так называемый *условно реальный электорат* и оценить вербальное, а не реальное поведение граждан. Поэтому в нашем случае была предложена методика измерения потенциального электората на основе его предпочтений. В ряде предыдущих исследований, проведенных в 2004–2006 гг. в г. Новосибирске [3] и новосибирском Академгородке [4], было показано, что электоральные предпочтения в условиях рационального выбора являются доминантой электорального по-

ведения. Принадлежность человека к тому или иному крылу электората во многом зависит от его устойчивых политических и экономических позиций. Последние «как по своей природе, так и по функциям более других эмпирически измеряемых параметров близки к некоторым комплексным доминантам, определяющим направленность политического выбора» [5, с. 66].

Поиск этих индикаторов политических и экономических позиций был произведен на основе политических программ партий и выступлений их представителей в СМИ. В 2005 г. были выбраны шесть партий и один блок, в 2007 и 2008 гг. – по шесть партий. Поскольку блок «Родина» с конца 2006 г. преобразовался, объединившись с Российской партией пенсионеров и Российской партией жизни, в партию «Справедливая Россия» (СР) и программа «Родины» легла в основу программы этой новой партии, представляется возможным сравнивать показатели «Родины» 2005 г. и показатели СР 2007 и 2008 гг. Уже на этом этапе исследования выявилось существенное различие позиций партий по основным политическим и экономическим вопросам. Причем экономические составляющие в платформах партий могут кардинально различаться (особенно это касается таких вопросов, как роль государства в экономике, налоговая и ценовая политика, борьба с инфляцией и безработицей и т.п.).

Оценка того, на какую партию наиболее сильно ориентирован индивид, конструировалась через выявление электоральных предпочтений индивида по определенным политическим и экономическим позициям (методологически это осуществляется с помощью шкалы суммарных оценок Лайкерта). Затем делается оценка того, насколько население разделяет позиции той или иной партии. Стоит отметить, что респондент не знает, какой партии принадлежит то или иное высказывание (лозунг).

Считается, что если индивид поддерживает более двух третей высказываний партии, то он является потенциальным сторонником этой партии и входит в ее потенциальный электорат. Это достаточно условная оценка исследователя, но сравнение потенциального электората с условно реальным, а также с электоральным ядром дает возможность как описать общую структуру электората, так

и оценить *эффективность работы* партии. Эффективность работы оценивается как соотношение условно реального электората (который планирует голосовать за данную партию) с потенциальным электоратом (поддерживающим большинство лозунгов и установок этой партии). Именно таким образом можно оценить, насколько эффективно партия доносит до избирателя свои идеи, с тем чтобы он за нее проголосовал.

ЭЛЕКТОРАЛЬНОЕ ЯДРО И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ЭЛЕКТОРАТ

Как видно из данных, приведенных в табл. 1, вне зависимости от года и муниципального образования партии выходят на близкие показатели. Рассмотрим их более подробно по каждой партии.

Таблица 1

Оценка электората партий, % от всей совокупности респондентов

Партия	Бердск, 2005				Кольцово*, 2007			Краснообск, 2008			
	Элект. ядро	Усл. реал. электорат	Потенц. электорат	Эффектив-ть работы**	Усл. реал. электорат	Потенц. электорат	Эффектив-ть работы**	Элект. ядро	Усл. реал. электорат	Потенц. электорат	Эффектив-ть работы**
КПРФ	7,80	11,60	45,70	25,38	7,10	28,30	25,09	13,00	14,00	33,30	42,04
СР	0,90	5,80	57,50	10,09	6,00	35,20	17,05	2,20	3,70	40,70	9,09
ЛДПР	2,80	7,90	47,00	16,81	5,30	26,50	20,00	3,90	6,10	24,50	24,90
ЕР	12,00	24,60	25,00	98,40	42,00	42,10	99,76	35,00	42,40	45,80	92,58
СПС	1,80	2,70	3,30	81,82	2,50	2,80	89,29	0,70	1,70	0,70	242,86
«Яблоко»	2,50	4,20	3,80	110,53	3,40	2,30	147,83	1,20	1,70	4,40	38,64

* В 2007 г. в Кольцово вопрос о том, за какую партию голосовал респондент на выборах в Государственную думу в 2003 г., не задавался. Поэтому электоральное ядро не оценивалось.

** Рассчитывается как соотношение условно реального электората с потенциальным.

Электоральное ядро, устойчиво голосующее за **КПРФ**, достаточно четко выражено в каждом их муниципалитетов. Оно составляет от 7 до 13% всего электората и является значимым относительно общей массы электората, планирующего голосовать за эту партию. Вместе с тем наблюдается некоторое отклонение величины потенциального электората коммунистов в Бердске (45,7%) от его величины в Кольцово (28,3%) и Краснообске (33,3%).

«Справедливая Россия» во всех муниципалитетах имеет очень большой потенциальный электорат, который, однако, использует слабо. Эффективность работы – от 9 до 17%. Это означает, что лозунги партии в целом нравятся избирателям, существенная часть электората эти лозунги поддерживает. Но отсутствие у СР харизматичного лидера, плохая трансляция ее лозунгов сводят практически на нет усилия этой партии. Электоральное ядро, особенно в начале становления СР, было очень неустойчивым, однако есть предположение о его стабилизации на уровне 4–5%.

ЛДПР достаточно стабильно работает с избирателями с эффективностью на уровне 20–25%, набирая, в зависимости от муниципального образования, 5–8% голосов. Около половины из этого количества голосов принадлежит электоральному ядру партии. Единственным отклонением можно считать показатель потенциала в Бердске – 47% против 25–27% в других муниципалитетах.

Что касается **«Единой России»** (ЕР), то здесь видны явная тенденция становления партии и эффективность работы с электоратом. Растут электоральное ядро и потенциальный электорат. Можно сделать вывод, что партия выбрала абсолютно правильную тактику ведения избирательной кампании (особенно на выборах в Государственную думу 2007 г.). Удачное сочетание использования лозунгов и харизмы лидера ведет к победе над другими партиями. В результате более 42% жителей муниципальных образований стабильно голосуют за единорогов.

Союз правых сил и **«Яблоко»** практически везде демонстрируют эффективную работу с потенциальным электоратом. Исключением является лишь Краснообск, где партия «Яблоко» «притянула» лишь 39% потенциального электората. Возможно, здесь имела место конкуренция

с СПС, который добился более значимых результатов (условно реальный электорат существенно превышает потенциальный). Вместе с тем этот результат – не главный в работе указанных партий. Даже при всем желании с такими позициями и лозунгами они не смогли бы преодолеть барьер в 7%, для того чтобы попасть в Государственную думу. Это говорит о том, что необходимо использовать другие механизмы привлечения избирателя, не столько оперировать лозунгами, сколько акцентировать внимание, например, на харизме лидера.

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ЭЛЕКТОРАЛЬНЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

Для выделения факторного пространства электоральных предпочтений был использован факторный анализ. Он направлен на сжатие поля признаков, представленного шестью переменными, характеризующими суммарное количество совпадений политической позиции индивида с позицией определенной политической партии. Проведенный анализ данных опроса выявил два (и только два в каждом из муниципалитетов) фактора электоральных предпочтений. Для лучшей интерпретируемости факторов путем увеличения контрастности матрицы факторных нагрузок также была проведена процедура вращения факторов Varimax, которые обеспечивают более 82% объясненной дисперсии по данным каждого опроса (табл. 2). Причем первый фактор (условно назовем его фактором лево-правой ориентации, или просто лево-правым) берет на себя от 63 до 71% объясненной дисперсии, а второй (назовем его фактором центризма, или просто центристским) – от 15 до 20%. Но вместе они обеспечивают от 82% объясненной дисперсии в Краснообске, 84% – в Кольцово и почти 87% – в Бердске.

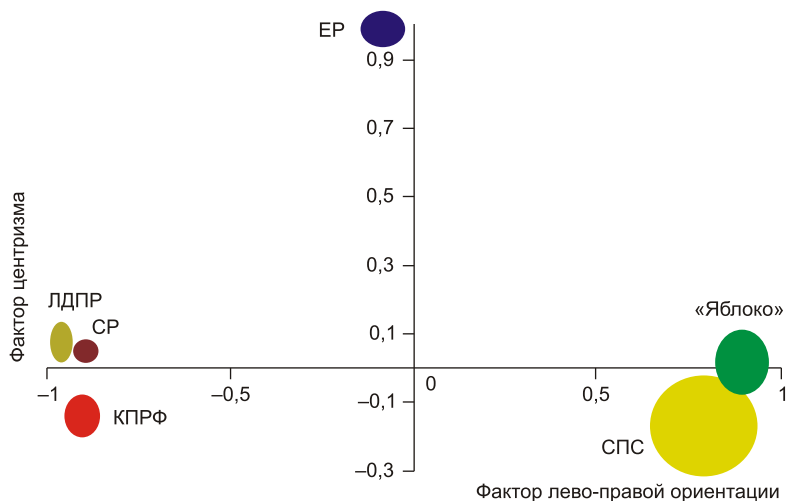
Поскольку факторы практически ортогональны, это дает возможность представить факторное пространство в виде пересекающихся осей координат. Для наглядности на рисунке приведено зеркальное отображение данных по всем муниципальным образованиям в целом. Факторные нагрузки по партиям представлены в виде областей. Тот факт, что во всех муниципальных образованиях получилась похожая

Таблица 2

Матрица факторных нагрузок после вращения факторов

Партия	Бердск, 2005		Кольцово, 2007		Краснообск, 2008	
	Фактор лево-правой ориентации	Фактор центризма	Фактор лево-правой ориентации	Фактор центризма	Фактор лево-правой ориентации	Фактор центризма
ЕР	0,027	0,993	0,058	0,994	0,062	0,966
КПРФ	0,932	-0,136	0,887	-0,135	0,893	-0,278
СР	0,863	0,166	0,885	0,126	0,893	0,061
ЛДПР	0,918	0,011	0,900	0,123	0,914	0,138
СПС	-0,946	-0,031	-0,880	-0,108	-0,734	-0,346
«Яблоко»	-0,936	0,063	-0,901	-0,038	-0,884	-0,133

картина, выделяются два фактора и каждая партия на пространстве электоральных предпочтений представлена в определенной области (достаточно ограниченной, как показывают данные, поскольку коле-



Факторное пространство электоральных предпочтений

бания факторных нагрузок незначительны), говорит о том, что сама по себе территория проживания (тип муниципального образования) не является значимым признаком. В каждом из муниципалитетов присутствуют электоральные группы, которые по своим электоральным предпочтениям могут быть отнесены к той или иной партии.

Двухфакторная модель формирует факторное пространство с тремя основными направлениями движения. Это полностью соответствует модели электоральных предпочтений в России на теоретическом уровне («левые», «правые» и «между ними») [6]. В правое направление вошли политические позиции таких партий, как Союз правых сил и «Яблоко». В направление, условно названное левым, вошли КПРФ, «Справедливая Россия» и ЛДПР. Второй фактор – фактор центризма определяют позиции партии «Единая Россия», которая и составляет «центральное» направление влияния этого фактора.

СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО ЭЛЕКТОРАТА

В таблице 3 представлены основные характеристики потенциального электората той или иной партии, выделенные на основе объединенного массива данных. Близость результатов факторных решений во всех муниципальных образованиях и абсолютная идентичность методик опроса дают нам возможность провести такое слияние данных. Сразу бросается в глаза резкая поляризация потенциального электората по ряду характеристик партий правого и левого толка. В таблице приведены доли лиц с определенными социальными характеристиками (образование, вид деятельности, оценка ситуации, степень уверенности и т.п.). Очевидны социальные расколы по таким характеристикам, как возраст, образование, материальное положение (как объективная, так и субъективная оценка), которые, в свою очередь, отражаются на оценке итогов преобразований 90-х годов, оценке современной ситуации и степени уверенности в завтрашнем дне. Эти данные подтверждают гипотезу о детерминантном влиянии социально-экономических факторов на электоральное поведение [7].

Значимые характеристики потенциального электората

Характеристика	ЕР	КПРФ	ЛДПР	СПС	СР	«Яблоко»
Средний возраст, лет	42	50	48	36	47	33
Доля лиц с высш. образованием, %	51,9	39,1	39,5	60,0	45,7	64,6
Доля пенсионеров, %	15,2	25,6	21,6	4,0	25,1	4,6
Доля лиц со среднедуш. доходом ниже соврем. прожит. минимума (менее 5 тыс. руб.), %	31,2	53,3	44,7	21,9	44,8	24,4
Доля лиц с высокой самооценкой мат. положения, %	28,8	13,4	17,7	38,0	20,7	49,3
Доля лиц с отрицат. оценкой итогов преобразований 90-х годов, %	8,9	25,7	22,6	11,4	18,7	8,5
Доля лиц, удовлетворен. жизнью в целом (полностью и скорее удовлетворен), %	85,9	70,5	76,2	90,0	75,1	92,2
Доля лиц с оценкой соврем. ситуации «Все очень плохо, терпеть невозможно», %	2,4	10,9	7,8	2,0	7,6	1,5
Доля лиц, уверенных в завтрашнем дне, %	54,9	37,6	38,4	66,0	40,4	60,0

В принципе, среди всех партий можно указать те, у которых потенциальный электорат явным образом отличается от электората других (в табл. 3 соответствующие данные выделены жирным шрифтом). Прежде всего это потенциальный электорат КПРФ как яркого представителя партии левого толка и СПС – партии правого толка (хотя по некоторым признакам у партии «Яблоко» потенциальный электорат отличается еще больше). Не будем останавливаться на описании потенциального электората каждой из представленных партий, но заметим, что подобные социальные расколы электората наблюдаются во всех рассматриваемых муниципальных образованиях (Бердске, Кольцово и Краснообске) с достаточно близкими показателями. Это дает

возможность предполагать устойчивость электоральных предпочтений определенных социальных групп вне зависимости от муниципального образования.

Социальные расколы достаточно явным образом определяют присутствие потенциального электората партий в соответствующих им областях, практически не пересекающихся между собой. У СПС и «Яблока» это один электорат, с определенными социальными характеристиками, у партий левого направления – совершенно противоположный. Примечателен потенциальный электорат «центристов», который также нашел свою нишу в социальной структуре. Такое деление вне зависимости от муниципального образования дает основание полагать, что в электоральном поведении социально-экономические факторы преобладают над территориальными.

* * *

Таким образом, проведенный анализ программ партий и высказываний их лидеров в СМИ показал существенное различие позиций партий по основным политическим и экономическим вопросам, что дало возможность визуализировать факторное пространство электоральных предпочтений и оценить электорат той или иной партии. Было выделено два фактора (лево-правый и центристский) и в соответствии с ними – три вектора политической направленности электората. Политические позиции таких партий, как ЛДПР, «Справедливая Россия» и КПРФ, которые открыто заявляют о себе как об оппозиции «Единой России», не являются полным антиподом позиций партии власти. Скорее эти партии оппозиционны правым партиям («Яблоко» и СПС), и уже на этом противостоянии «Единая Россия» строит свои лозунги, образуя собственное направление. Обобщая результаты оценки электората партий на уровне политических направлений, можно говорить о том, что потенциал левого направления достаточно велик и теоретически может составить достойную конкуренцию центристам. Однако эффективность работы левых партий с их потенци-

альным электоратом крайне низкая. Обратная ситуация с правым направлением: политические лозунги этих партий максимально эффективно привлекают соответствующий электорат, однако сам потенциальный электорат правых партий достаточно мал.

Проведенный факторный анализ электоральных предпочтений и анализ социального портрета потенциального электората партий показали определенную устойчивость электоральных предпочтений вне зависимости от муниципального образования. В каждом из обследованных муниципалитетов присутствуют электоральные группы, которые по своим политическим и экономическим предпочтениям могут быть отнесены к потенциальному электорату той или иной партии. Более того, эти электоральные группы обладают особыми социально-экономическими характеристиками, по которым можно определить соответствующий социальный раскол.

Литература

1. **Колосов В.А., Бородулина Н.А.** Электоральные предпочтения избирателей крупных городов России: типы и устойчивость // *Полис*. – 2004. – № 4. – С. 70–79.
2. **Клисторин В.И.** Российский федерализм: региональная политика, направленная на поддержку муниципальных образований // *Регион: экономика и социология*. – 2009. – № 3. – С. 41–54.
3. **Малов К.В.** Политическая идентичность как фактор электорального поведения // *Новые направления социально-экономического развития и инновации: взгляд молодых ученых* / Под ред. В.Е. Селиверстова, В.И. Марковой, Е.С. Гвоздевой. – Новосибирск: Изд-во ИЭОПП СО РАН, 2006. – С. 239–247.
4. **Малов К.В.** Социальный портрет электората Академгородка // *Труды конференции «Социально-экономические трансформации в России: взгляд в будущее»* / Под ред. В.Е. Селиверстова, В.И. Марковой, Е.С. Гвоздевой. – Новосибирск: Изд-во ИЭОПП СО РАН, 2007. – С. 247–255.
5. **Гавра Д.П., Соколов Н.В.** Исследование политических ориентаций // *Социс*. – 1999. – № 1. – С. 66–77.
6. **Бызов Л.Г.** Политическое сегментирование электората и идентификация участников избирательного процесса // *Дайджест-Маркетинг*. – 1999. – № 2. – С. 63–81.
7. **Малов К.В.** Влияние социально-экономических факторов на электоральное поведение // *Регион: экономика и социология*. – 2007. – № 2. – С. 226–238.