

Ляпина Ирина Юрьевна, Лебедева Светлана Орестовна, Соколов Роман Васильевич
**СУЩЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭЛЕКТОРАЛЬНЫХ КОГОРТ КАНДИДАТОВ В
ПРЕЗИДЕНТЫ РОССИИ НА ВЫБОРАХ 2012 ГОДА (АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В ГОРОДЕ ВОЛЖСКОМ ВОЛГОГРАДСКОЙ
ОБЛАСТИ)**

Статья посвящена анализу существенных характеристик электоральных когорт кандидатов в Президенты России на выборах 2012 года в рамках прикладного социологического исследования, проводившегося в городе Волжском Волгоградской области и посвященного предвыборной тематике. В статье основное внимание уделено рассмотрению социально-демографических характеристик электоратов кандидатов, а также выявлению современных электоральных тенденций.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2012/6/33.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2012. № 6 (61). С. 102-105. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2012/6/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

Наиболее частотные слова-ассоциаты: *сила* (9), *коррупция* (4), *управление* (4), *зло* (2), *закон* (2), *деньги* (2), *несправедливость* (2), *президент* (2).

Среди прецедентных феноменов выявлены следующие результаты: «Властелин колец» (10%), «Царь» (9%), «Власть огня» (6%), «Абсолютная власть» (5%), «Брат-2» (5%). На вопрос «Назовите книги, связанные с понятием “власть”» чаще всего респонденты называли либо конституцию, либо уголовный кодекс, оставляя без внимания художественный дискурс.

Таким образом, расхождение между концептами «власть» и *authority* в русской и английской лингвокультурах носит скорее ценностный, чем понятийный характер.

Список литературы

1. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. М.: Рус. яз., 1989. Т. 1. 699 с.
2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. 390 с.
3. Крячко В. Б. Имя и именуемое // Вопросы филологических наук. 2011. № 6. С. 57-60.
4. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.
5. Прохоров А. М. Советский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1987. 1600 с.
6. Longman Dictionary of Contemporary English. М.: Русский язык, 1992. Т. 1. 626 с.
7. Oxford Advanced Learner's Dictionary. New York: Oxford University Press, 2004. 1541 p.
8. Webster's School Dictionary. Massachusetts, USA: Merriam-Webster, Inc.; Springfield Publishers, 1986. 1167 p.

УДК 342.8

Политология

Статья посвящена анализу существенных характеристик электоральных когорт кандидатов в Президенты России на выборах 2012 года в рамках прикладного социологического исследования, проводившегося в городе Волжском Волгоградской области и посвященного предвыборной тематике. В статье основное внимание уделено рассмотрению социально-демографических характеристик электоратов кандидатов, а также выявлению современных электоральных тенденций.

Ключевые слова и фразы: город Волжский; избиратели; кандидаты в Президенты; электоральные когорты; сторонники; социальное самочувствие; социально-демографические характеристики.

Ирина Юрьевна Ляпина, к. соц. н.

Светлана Орестовна Лебедева, к. филос. н., доцент

Роман Васильевич Соколов

Кафедра социально-гуманитарных дисциплин

*Волжский политехнический институт (филиал) Волгоградского государственного технического университета
irina-lyasina@mail.ru; lebedeva.vlz@mail.ru; Jacobson_r@mail.ru*

СУЩЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭЛЕКТОРАЛЬНЫХ КОГОРТ КАНДИДАТОВ В ПРЕЗИДЕНТЫ РОССИИ НА ВЫБОРАХ 2012 ГОДА (АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В ГОРОДЕ ВОЛЖСКОМ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)[©]

Результаты прошедших президентских выборов в России не однозначно оцениваются сегодня исследователями, публицистами, простыми избирателями и мировым сообществом. Предвыборные баталии, результаты голосования, нарушения в ходе выборов, надолго стали центральной темой обсуждения в общественном мнении. Мифы и реальность переплетаются здесь самым замысловатым образом.

Анализ особенностей электората кандидатов позволяет понять причины, которые определили выбор одного из пяти кандидатов той или иной группой избирателей. Кроме того, результаты такого анализа частично могут объяснить, почему голоса избирателей распределились именно так, а не иначе, а также выявить тенденции в общественных настроениях и отношениях населения к социально-политической реальности в стране.

На сегодняшний день единственным достоверным источником информации об электоральных когортах кандидатов являются результаты социологических исследований, проводимых как на федеральном, так и региональном уровнях.

Социологической группой Волжского политехнического института (филиала) ГОУ ВПО «ВолгГТУ» в феврале 2012 года в городе Волжском было проведено прикладное социологическое исследование на тему: «Уровень социальных настроений и оценка промышленной политики власти жителями города Волжского». Основными целями данного исследования были: определение предвыборных настроений волжан,

электоральных предпочтений различных социально-демографических групп, особенностей электоральных когорт кандидатов.

Опрос населения проводился методом телефонного опроса (*CATI*-опрос), по инструментарию, подготовленному социологической исследовательской группой ВПИ. Полевой этап исследования проводился в городе Волжском Волгоградской области со 2 по 5 февраля 2012 года. При опросе населения использовалась районированная квотная выборка (расчетный объем выборки 500 человек), обеспечивающая репрезентативность полученных результатов по полу, возрасту и месту жительства респондентов. В качестве объекта данного исследования рассматривалось взрослое (в возрасте 18 лет и старше) население г. Волжского.

С целью получения информации об электоральных когортах кандидатов, помимо социально-демографических характеристик оценивались ответы на следующие вопросы:

1. Если бы выборы Президента России состоялись в ближайшее воскресенье, за кого из кандидатов Вы отдали бы свой голос?

2. Какое из утверждений отражает Ваше отношение к сложившейся сегодня социально-политической ситуации в России?

3. Как изменилась Ваша жизнь и жизнь Вашей семьи за последний год?

4. На решение каких, наиболее острых социальных проблем, должна обратить внимание областная и местная власть? (респондент мог выбрать не более 3-х вариантов ответа).

5. Намерены ли Вы принять участие в предстоящих выборах Президента Российской Федерации?

6. Вспомните, пожалуйста, за какую политическую партию Вы голосовали на выборах в Государственную Думу в декабре 2011 года?

7. Из каких источников Вы предпочитаете получать информацию о ситуации в стране, области и городе?

Образ политика понимается как многомерное представление, существующее на уровне сознания и подсознания электората, который функционирует как интегральное образование, включающее в себя когнитивную, наглядно-образную, семиотическую, аффективную компоненты и проявляет себя как неравновесная система, устойчивость и изменения которой определяются как характеристиками политика, так и социальным самочувствием и социальным настроением электората, а также спецификой социально-событийного фона.

Рассмотрим характеристики электоральных когорт отдельных кандидатов. Так, у сторонников кандидата В. Путина уровень социального самочувствия несколько выше, чем у всех опрошенных. Более половины (58,5%) его избирателей склонны оценивать ситуацию в стране как «стабильную, но с множеством нерешенных проблем» (в общем распределении таких избирателей 46,7%). Кроме того, у 53,2% респондентов данной группы за последний год не произошло существенных изменений в их жизни, а у 29,3% за последний год жизнь «несколько улучшилась».

Среди проблем, которые считают наиболее актуальными избиратели В. Путина, первое место занимают «высокие тарифы на услуги ЖКХ» - 54,6%, второе (53,2%) - «высокий уровень цен на товары первой необходимости и лекарства», «нехватка мест в детских дошкольных учреждениях» - 42%.

На прошедших 4 декабря 2011 года выборах в Государственную Думу (далее ГД) большинство сторонников В. Путина (59%) отдали свои голоса за партию Единая Россия. В то же время 8,3% голосовали за Справедливую Россию, 6,8% за КПРФ, а 17,6% не участвовали в выборах. Таким образом, партийные предпочтения избирателей В. Путина не однородны, а существенная часть его электората проявила в декабре 2011 года политическую пассивность. Очевидно, что часть сторонников других партий приняли решение голосовать за данного кандидата, не руководствуясь его партийной принадлежностью.

Следует отметить, что на момент опроса заявленная электоральная активность сторонников В. Путина оказалась одной из самых высоких. Подавляющее большинство (83,4%) данных избирателей были намерены прийти на участки в день голосования (вопрос о намерении участвовать в выборах задавался ранее вопроса о кандидате). Такие высокие показатели потенциальной электоральной активности могут свидетельствовать как о том, что сторонники В. Путина были уверены в его победе, так и о том, что выбор кандидата данной группой респондентов на момент опроса был окончательным.

Полученные результаты исследования позволяют выявить следующие социально-демографические характеристики избирателей В. Путина. Как и в демографическом составе города, женщин среди его сторонников больше, чем мужчин (63,4%). Наиболее крупными возрастными когортами сторонников В. Путина были: респонденты старше 64 лет - 21,5% и 55-64 лет - 19%. Пенсионеры наиболее крупная социально-профессиональная категория среди сторонников В. Путина (29,8%); ИТР/служащие составили 16,1%, рабочие 15,6%. Уровень дохода в данной категории не превышает 10 тыс. рублей на одного члена семьи у 63,9% респондентов. Образовательный статус большинства респондентов данной группы средний, у 41% из них среднее специальное образование.

В качестве каналов информации сторонники В. Путина используют преимущественно телевидение и электронные СМИ - 71,2%, газеты и печатные СМИ - 48,8%, а также 40,5% пользуются интернет-источниками.

Таким образом, социально-демографические характеристики электората В. Путина, позволяют сделать вывод о том, что эти люди в силу возраста ценят стабильность, консервативны, боясь перемен, доверяют традиционным источникам информации и воспринимают в целом позитивно, сложившуюся ситуацию в России и в их собственной жизни.

Характеристики электората Г. Зюганова несколько отличаются от особенностей электората В. Путина. Так, они острее других воспринимают сложившуюся в стране ситуацию. Больше половины из них (54,1%) считают, что ситуация в стране «нестабильная, кризисная». В том что «ситуация напряженная, все плохо» заявили 24,4% опрошенных. Таким образом, сумма негативных оценок ситуации в стране в рассматриваемой электоральной когорте составила 78,4%. Это самые высокие негативные оценки среди электоральных когорт всех кандидатов. При этом у 73% избирателей Г. Зюганова их личная жизненная ситуация за последний год никак не изменилась.

Среди социальных проблем, которые важны для сторонников Г. Зюганова на первые места вышли: «высокие цены на тарифы ЖКХ» - 56,8%, «коррупция в органах власти» - 54,1%, «рост цен на продукты и лекарства», а также «низкое качество услуг в сфере здравоохранения» набрали по 43,2% ответов респондентов.

На прошедших выборах депутатов ГД, сторонники Г. Зюганова в большинстве своем, по понятным причинам, проголосовали за партию КПрФ (67,6%). Однако среди избирателей данного кандидата есть и сторонники партий ЛДПР (8,1%), и Справедливой России (5,4%). Потенциальная электоральная активность сторонников Г. Зюганова на момент опроса также оказалась высокой, 81,1% из них заявили о намерении прийти на выборы. При этом всего 8,1% респондентов данной группы не участвовали в выборах депутатов ГД, это самый низкий показатель среди электоральных когорт всех кандидатов.

Социально-демографические характеристики сторонников Г. Зюганова также имеют свои особенности. Так, в числе его избирателей преобладают мужчины (64,9%); самая многочисленная возрастная категория: избиратели в возрасте старше 64 лет 27%, кроме того избиратели в возрасте 45-64 лет составили 32,4%. Необходимо отметить, что среди сторонников Г. Зюганова представлены в меньших, но равных долях все молодежные группы. Пенсионеров среди избирателей Зюганова больше, чем в электорате других кандидатов (35%), на втором месте рабочие - 24%. Больше половины респондентов данной группы имеют среднее специальное образование (54,1%). Уровень дохода в данной группе невысок, у подавляющего большинства (73%) на одного члена семьи приходится до 10 тыс. рублей.

Информацию о ситуации в стране и событиях местного уровня данная когорта избирателей получает по телевидению, электронных СМИ (62,6%), газеты читают - 46%, интернет-источниками пользуются 43,2%.

На основе полученных данных можно сделать следующие выводы: электорат Г. Зюганова в основном люди зрелого и пожилого возраста, с невысоким уровнем дохода, активно участвующие в выборах, склонные оценивать ситуацию в стране крайне негативно, доверяющие при этом традиционным источникам информации.

Необходимо отметить, что в электорате В. Путина и Г. Зюганова преобладают представители старших возрастных когорт, однако они различаются по уровню социального самочувствия, и имеют гендерные различия.

Особой электоральной когортой являются сторонники кандидата М. Прохорова. Примечательно, что социальные настроения его избирателей противоречивы. С одной стороны, 47,1% респондентов считают, что в стране «ситуация стабильная, но много нерешенных проблем»; в то же время 32,4% уверены, что ситуация «напряженная, кризисная». С другой стороны, половина (50%) сторонников М. Прохорова не отметили изменений в своей жизни за последний год, а у 26,7% личная жизненная ситуация даже улучшилась.

Наиболее актуальными проблемами для данной категории респондентов оказались: «высокие цены на тарифы ЖКХ» - 58,8%, «коррупция в органах власти» - 50%, «низкое качество услуг в системе здравоохранения» - 41,2%.

Сторонники М. Прохорова на момент опроса проявили высокую потенциальную электоральную активность. 85,3% из них были намерены прийти на участки в день голосования. При этом только 8,8% не участвовали в прошедших выборах депутатов ГД.

Партийные предпочтения электората М. Прохорова также оказались не однозначны. Так 20,6% его сторонников на выборах в ГД голосовали за партию «Яблоко», по 17,7% за Единую Россию и КПрФ, по 11,8% за ЛДПР и Справедливую Россию. Такой разброс в партийных предпочтениях, во многом, на наш взгляд, объясняется половозрастными особенностями электората данного кандидата. Так, мужчин в этой группе больше, чем женщин (55,9%), молодежь в возрасте 25-34 лет представлена 26,5% опрошенных, а лица зрелого возраста 35-44 лет - 23,5%, почти столько же тех, кому 45-54 лет - 20,6%. При этом у избирателей М. Прохорова самый высокий уровень образования из электоральных когорт всех кандидатов, высшее образование у 73,5% его сторонников. Социально-профессиональный состав электората данного кандидата в основном состоит из ИТР/служащих (29,4%), рабочих (20,6%), и владельцев бизнеса (8,8%). Примечательно также и то, что уровень дохода в данной группе несколько выше среднего. На одного члена семьи у 44,1% сторонников М. Прохорова приходится по 5-10 тыс. рублей, а у 26,5% по 15-20 тыс. рублей на человека.

Самым популярным источником получения социально-политической информации для сторонников М. Прохорова является Интернет, им пользуются 61,8% его избирателей. При этом больше половины (52,9%) смотрят телевидение, а 38,2% читают газеты.

Анализ электората М. Прохорова позволяет сделать следующие выводы: сторонники М. Прохорова в большинстве своем образованные разновозрастные мужчины, со средним уровнем дохода, с различными партийными предпочтениями и противоречивым уровнем социального самочувствия, отдающие предпочтение современным источникам получения информации. На наш взгляд, по своим основным характеристикам сторонники М. Прохорова могут быть идентифицированы как представители среднего класса.

Полученные данные позволили выявить и особенности электората кандидата В. Жириновского. Так, уровень социального самочувствия его потенциальных избирателей один из самых низких. При этом 47,8% его

сторонников оценивают ситуацию в стране как «стабильную, но с множеством нерешенных проблем», больше трети (34,8%) считают ее «напряженной, кризисной». В оценках собственной жизненной ситуации 47,8% респондентов данной группы не отметили никаких изменений в своей жизни за последний год, а 34,8% ответили, что их жизнь ухудшилась.

Ответы респондентов показали, что наиболее актуальными для сторонников В. Жириновского проблемами оказались: «цены на тарифы и услуги ЖКХ» - 69,8%, «неудовлетворительное состояние городских дорог» - 65,2%, «высокий уровень цен на товары первой необходимости и лекарства» - 52,2%.

Уровень заявленного участия в выборах в когорте избирателей В. Жириновского составил 60,9%, это самый низкий показатель среди электоратов всех кандидатов. При этом в прошедших выборах в ГД 13% данных избирателей не участвовали, это также самый высокий показатель среди всех электоральных когорт кандидатов.

Партийные предпочтения сторонников В. Жириновского, в большинстве своем, по вполне очевидным причинам, на стороне партии ЛДПР. На прошедших выборах в ГД этой партии отдали свои голоса 60,9% респондентов данной группы. Однако 8,7% избирателей данного кандидата голосовали также за партию «Яблоко», по 4,3% отдали свои голоса за Единую Россию, Справедливую Россию и Патриотов России.

Среди сторонников В. Жириновского мужчины меньше, чем женщин, 47,8% и 52,2%. Представители молодежи в возрасте от 18 до 24 лет составили 39,1%, лица 25-34 лет - 30,4%, те, кому от 35 до 44 лет - 21,7%. В сумме опрошенные в возрасте до 45 лет в электорате В. Жириновского составили 91,3%, это самый высокий показатель среди электоральных групп всех кандидатов.

Отметим также и то, что в данной категории избирателей высшее образование представлено в 34,8% случаев, средне специальное у 30,4% респондентов. Рабочие в числе сторонников В. Жириновского превышают по своей численности ИТР/служащих (30,4% и 26,1%). Причем третья по численности группа в электорате В. Жириновского, - студенты составили 13%, в таком количестве не представлена ни в одной из электоральных когорт кандидатов. Уровень дохода в данной когорте опрошенных не высокий. На одного члена семьи у 20,4% респондентов здесь приходится до 5 тыс. рублей, до 10 тыс. рублей на человека у 34,8%.

Главным источником получения информации для сторонников В. Жириновского являются Интернет (87%), на втором месте телевидение, электронные СМИ (69,6%), на третьем газеты, печатные СМИ (30,4%). Отметим, что данная электоральная когорта больше, чем электораты других кандидатов использует Интернет как источник получения социально-политической информации.

Рассмотренные характеристики сторонников В. Жириновского позволяют сделать следующие обобщающие выводы. Сторонники данного кандидата имеют невысокий уровень социального самочувствия, в основном это работающая молодежь, стойко голосующая за партию ЛДПР, с невысоким уровнем дохода и средним уровнем образования, отдающая предпочтение современным источникам информации.

К сожалению, количество респондентов, являющихся сторонниками С. Миронова, укладываются в рамки статистической погрешности, поэтому не может служить основой для достоверных оценок.

Таким образом, полученные в ходе исследования данные позволяют выявить следующие особенности электората города:

1. Избиратели, которые на момент опроса были готовы поддержать кандидатуру В. Путина, продемонстрировали наиболее высокий уровень социального самочувствия, что во многом и объясняет их выбор. Они заинтересованы в сохранении достигнутого равновесия и стабильности системы и связывают это с именем своего кандидата.

2. Кандидаты В. Путин и Г. Зюганов фактически боролись за голоса самой активной электоральной группы (респонденты старших возрастных групп), главным источником информации для которой является телевидение.

3. Выбирая кандидатуру на пост Президента России, избиратели руководствовались иными, нежели партийные, предпочтениями, что еще раз подтверждает тезис о слабости российских партий и незрелость партийных установок у избирателей.

4. Впервые участвовавший в выборах кандидат М. Прохоров сумел привлечь на свою сторону достаточно многочисленную, при этом весьма активную, самую образованную, и информационно искушенную когорту избирателей, непохожую по своим существенным характеристикам ни на одну из когорт кандидатов, участвовавших в выборах ранее. На наш взгляд, можно предположить, что на последних выборах проявилась новая электоральная когорта.

5. Электоральные когорты кандидатов Г. Зюганова и В. Жириновского, сохранили свои основные характеристики, которые были выявлены ранее различными предвыборными исследованиями предшествующих выборов, в том числе социологической исследовательской группой ВПИ.

Авторы исследования отдают себе отчет в территориальной ограниченности данного исследования, проводившегося в одном из средних российских городов. Тем не менее, с высокой долей вероятности, выявленные тенденции могут быть экстраполированы и на весь российский электорат. Отметим также, что электоральные исследования не только показывают распределение голосов избирателей и рейтинги кандидатов, но и отражают общественные настроения и отношение населения к социально-политической реальности в стране, к институту выборов. Такие исследования также могут служить инструментом для построения прогнозных моделей электорального поведения населения России.