

УДК 316.334.3:324

ББК 60.561.328

Д 29

Л.А. Делова,

кандидат социологических наук, ведущий научный сотрудник отдела философии и социологии Адыгейского республиканского института гуманитарных исследований им. Т. М. Керашева, г. Майкоп, тел.: 8-903-465-94-93

Т.Л. Пятакова,

научный сотрудник отдела философии и социологии Адыгейского республиканского института гуманитарных исследований им. Т.М. Керашева, г. Майкоп, тел.: 8-906-471-05-16

**Электоральные предпочтения жителей города Майкопа:
мониторинговые исследования выборов мэра
и депутатов городского Совета
(Рецензирована)**

Аннотация. Рассматриваются особенности электоральных предпочтений жителей города Майкопа на выборах мэра и депутатов городского Совета; анализируются результаты двух социологических исследований, проведённых в три этапа каждое; определяются общие закономерности предвыборных ситуаций и электорального поведения майкопчан.

Ключевые слова: электоральные предпочтения, респонденты, интервью, предвыборная ситуация, электоральное поведение, муниципальные выборы, электоральный потенциал, выборы депутатов, рейтинг, гражданская позиция.

L.A. Delova

Candidate of Sociology, Leading Researcher of the Philosophy and Sociology Department, Adyghe Republican Institute of Humanities named after T.Kerashev, Maikop, ph.: 8-903-465-94-93

T.L. Pyatakova

Researcher of the Department of Philosophy and Sociology of Adyghe Republican Institute of Humanities named after T.Kerashev, Maikop, ph.: 8-906-471-05-16

**Electoral preferences of residents of the city of Maikop:
monitoring studies of elections
of Mayor and deputies of the City Council**

Abstract. The features of electoral preferences of citizens of Maikop in elections of the mayor and members of the City Council are considered. An analysis is made of the results of two sociological studies conducted in three phases each. The general laws of preelectoral events and electoral behavior of citizens of Maikop are determined.

Keywords: electoral preferences, respondent, interview, pre election situation, electoral behaviour, municipal elections, electoral potential, deputies elections, rating, civic position.

Предвыборная ситуация, как и сами выборы всех уровней, традиционно являются объектом исследовательского интереса. Выборы — показатель оценки общественно-политической и социальной ситуации в любом регионе.

Однако предвыборная ситуация на общероссийском и региональном уровнях, а также факторы, влияющие на её результативность, изучены достаточно серьёзно. Но ситуация на муниципальных выборах изучена мало.

В Республике Адыгея особенности предполагаемого электорального поведения на муниципальном уровне изучены недостаточно. Актуальность темы исследования обусловлена её слабой изученностью.

Выборы кандидата на должность мэра г. Майкопа были назначены на 26 мая, выборы депутатов городского Совета Майкопа — на 8 сентября 2013 года. Перед нами, работниками отдела философии и социологии республиканского института гуманитарных исследований им. Т.М. Керашева, была поставлена задача — дать вероятностную оценку электорального поведения населения города на текущий момент времени (три мониторинговых замера), включая явку на выборы и поддержку кандидатов.

Политическая ситуация в стране и республике в настоящее время отличается стабильностью в отличие от предыдущих десятилетий кризиса. Научный интерес состоял в том, чтобы выявить особенности электоральных предпочтений горожан в такой ситуации.

Как отмечают исследователи электорального поведения, с точки зрения социально-инженерного подхода, избирательная кампания и выборы вообще являются, выражаясь терминологией К. Поппера, «поэлементной» социальной технологией [1]. Выделяют два направления использования социальных технологий в избирательных кампаниях: 1) воздействие на общественное мнение избирателей; 2) изучение электоральных предпочтений (социологическое обеспечение избирательных кампаний).

Мы в своем исследовании использовали второе направление — детальное изучение электоральных предпочтений.

Была определена цель — выявить иерархию электоральных предпочтений населения Майкопа в условиях относительной стабильности. Таким образом, необходимо было решить следующие задачи:

— определить степень информированности избирателей о деятельности органов власти и политических партий;

— установить электоральные предпочтения жителей города;

— определить уровень узнаваемости кандидатов жителями города;

— выявить электоральный потенциал кандидатов;

— определить рейтинг каждого кандидата (% граждан, решивших проголосовать за того или иного кандидата);

— антирейтинг каждого кандидата.

Изучение мнения избирателей г. Майкопа, х. Гавердовского, ст. Ханской проводилось в три этапа, тремя мониторинговыми опросами, начиная с так называемой «холодной фазы»: 31 марта — 5 апреля, затем 25—27 апреля 2013 г. и заканчивая «горячей фазой»: 14 — 16 мая 2013 г. (за 10 дней до проведения выборов мэра города) и в три этапа в течение августа 2013 г.: «холодная фаза»: 6-12 августа, затем 2-й этап 18-24 августа и «горячая фаза» 25-27 августа 2013 г. (за 10 дней до проведения выборов народных депутатов городского собрания Майкопа).

Опрос проводился по месту жительства респондентов, использовалась квотная маршрутная выборка по полу, возрасту и национальности, единицей анализа в данных исследованиях был избирательный участок. Опрошено более 1000 человек из числа постоянно проживающих в г. Майкопе (в разных районах города), ст. Ханской и х. Гавердовском: 500 — для определения электоральных установок горожан перед выборами мэра, 500 — перед выборами депутатов.

При проведении обоих исследований применялись анкеты, специально разработанные для целей каждого из них.

Метод исследования — формализованное интервью. Респондентам на каждом этапе опроса был предложен свой текст анкеты, исходя из цели и задач исследования.

В опросе по выборам мэра на первом этапе в анкету были включены вопросы о деловых и нравственных качествах предполагаемого кандидата на пост мэра г. Майкопа, задавались вопросы и об актуальных проблемах

города. Тексты анкет для второго и третьего опроса практически не отличались. Они были сориентированы на снятие информации: узнаваемость кандидатов, рейтинг («За кого Вы собираетесь голосовать» — выбрать одного из кандидатов), «мягкий рейтинг» или второй выбор («За кого Вы проголосуете, если Ваш кандидат по каким-либо причинам не будет участвовать в выборах?»), «антирейтинг» («За кого из кандидатов Вы никогда не проголосуете?»), электобилити («Кто, по Вашему мнению, выиграет выборы?»).

Респондентам предлагались анкеты, несколько отличавшиеся по своей структуре. Опросы проводились методом интервью, что послужило трудностью для интервьюеров, т.к. требовало уделить до 15 минут времени на каждого опрашиваемого. Затрудненность заполнения анкеты самим респондентом приводила к искажению логики заполнения анкеты, что и имело место: люди терялись в вопросах, за кого они будут голосовать в первую очередь, и, «если нет», — во вторую. Постановка последнего вопроса, а именно «второго выбора», на наш взгляд, по этой причине сработала очень низко и задавать его необходимости не было.

Второй и третий вид анкет, сконцентрировав внимание респондентов на конкретном предлагаемом выборе, несколько лишил общего человеческого подхода к ним, не были заданы вопросы, имеющиеся в первой анкете, о проблемах города. Респондентов лишили возможности выразить своё мнение о личности мэра, дав понять, что от них требуется только одно: прийти и проголосовать за кого-либо. Мы предполагаем, что это явилось одной из причин проявлений усталости от опроса, декларируемого спада интереса к выборам мэра. Во время 3 этапа опроса по выборам мэра часто получаемые ответы были: «Пишите сами, кого хотите».

В опросе по выборам в городской Совет депутатов г. Майкопа, как и при выборе мэра, избирателям на втором и третьем этапе были предложены несколько видоизменённые по сравнению с первым этапом анкеты.

Результаты опросов выявили: на 1-м этапе исследования по выборам депутатов Городского Совета далеко не все жители города (лишь 51%) опрошенных были информированы о предстоящих выборах. Проведённое исследование показало, что анкетирование помогает информировать избирателей о предстоящих выборах. Так, на 3-м этапе изучения мнения жителей по выборам депутатов уже 90% опрошенных жителей города знали о предстоящих выборах в Городской Совет депутатов. Таким образом, мы убедились в том, что анкетирование имеет функцию не только снятия текущей информации, но и оповещения избирателей о выборах — их сроках, о кандидатах в депутаты.

Полевой этап исследования осуществлялся работниками отдела и института. Интервьюерами фиксировались как ответы на вопросы, так и эмоциональный настрой респондентов, что учитывалось при подведении итогов каждого этапа и результатов исследования в целом.

РЕЗУЛЬТАТЫ, ОСОБЕННОСТИ ИССЛЕДОВАНИЙ, ВЫВОДЫ

Выборы мэра

На время проведения первого этапа исследования по выборам мэра десять кандидатов заявили о своем желании баллотироваться на пост мэра столицы республики. В список входили представители двух национальностей, что вызывало удивление у многих респондентов, так как на протяжении нескольких десятилетий, уже традиционно, этот пост занимал представитель русской национальности.

Вторая неожиданность — большое количество претендентов и, кроме нескольких узнаваемых лиц, совершенно новые в политике люди, неизвестные большинству жителей города. Особенностью этой предвыборной кампании была достаточно низкая осведомленность потенциальных избирателей о кандидатах в мэры города.

На втором и третьем этапах в список вошли уже 8 кандидатов на пост главы администрации города, М.Х. Тхаркахов был отстранен решением Избиркома, а Л.И. Афанасьев,

Н.М. Бурхайло, Т.А. Калакуток, А.М. Леонтьев сняли свои кандидатуры. В то же время добавились кандидатуры А.М. Блягоза, Ю.А. Напсо и А.Д. Зеушева.

На первом этапе предложенный вопрос «С кем из нижеперечисленных кандидатов Вы знакомы по их деловым и человеческим качествам?» носил разведывательный характер. В качестве кандидатов были названы:

- 1) Л.И. Афанасьев
- 2) Н.М. Бурхайло
- 3) А.Е. Джаримок
- 4) Т.А. Калакуток
- 5) В.И. Каратаев
- 6) А.М. Леонтьев
- 7) А.В. Наролин
- 8) С.А. Поляков
- 9) М.Х. Тхаркахов
- 10) З.Ю. Шу

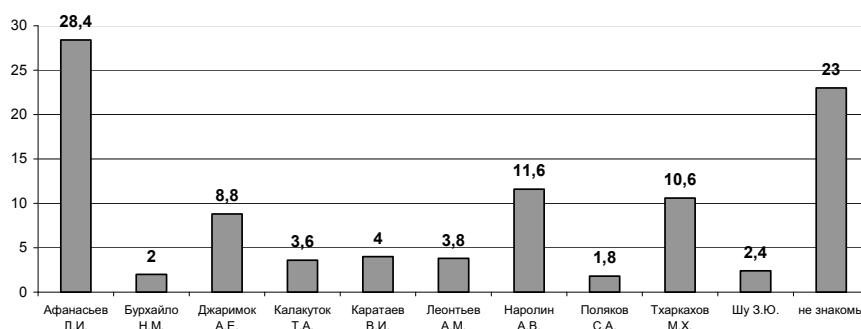


Диаграмма 1. Распределение кандидатов в зависимости от степени узнаваемости (в %)

По данным анкет части опрошенных (28,4%) было знакомо имя предпринимателя Афанасьева Л.И. Это был наиболее известный жителям города кандидат на должность мэра.

23% респондентов не знали ни одного из кандидатов в мэры.

Исполняющий обязанности мэра, А.В. Наролин, на первом этапе исследования был по уровню узнаваемости у жителей города на 3-м месте — 11,6% горожан.

На 4-м месте по узнаваемости в рейтинге был М.Х. Тхаркахов — 10,6%, известный жителям города по своей прежней работе на посту Премьер — Министра Республики Адыгея.

Но в течение небольшого промежутка времени ситуация изменилась, что показали результаты 2-го (25 — 27 апреля 2013 г.) и 3-го (14 — 16 мая

2013 г.) этапов исследования. Так, узнаваемость Наролина А. В. резко возросла: он вышел на первое место по уровню узнаваемости — 74,3% (на втором этапе) и 89,9% (на третьем этапе).

После первого этапа опроса стало очевидно, что эти выборы станут выборами «сити — менеджера», а не всенародного избранника, что, по-видимому, и неплохо. Что плохого в том, что в городе появится профессиональный градоначальник?

Данные по рейтингу поддержки конкретных кандидатур были несколько ниже, чем «мягкий» рейтинг кандидатов, еще называемый рейтингом доверия. Так, «мягкий» рейтинг Наролина А.В. на втором этапе исследования был 49,8%, а рейтинг среди «голосующих» — 46,2%, на третьем этапе — 55,0%, рейтинг среди «голосующих» — 50,5%.

Таблица 1. Рейтинг среди голосующих (в %) Второй этап

	«Мягкий рейтинг» (за кого вы допускаете возможность проголосовать, в сумме возможно более 100%)	Рейтинг среди голосующих
А.В. Наролин	49,8	46,2
А.М. Блягоз	21,7	17,4
А.Е. Джаримок	24,5	11,7
В.И. Каратаев	14,9	8,0
С.А. Поляков	12,5	8,0

	«Мягкий рейтинг» (за кого вы допускаете возможность проголосовать, в сумме возможно более 100%)	Рейтинг среди голосующих
З.Ю. Шу	12,2	4,7
Ю.А. Напсо	4,8	3,3
А.Д. Зеушев	8,05	0,7

**Таблица 2. Рейтинг среди голосующих (в %)
Третий этап**

	«Мягкий рейтинг» (за кого вы допускаете возможность проголосовать, в сумме возможно более 100%)	Рейтинг среди голосующих
А.В. Наролин	55,0	50,5
А.М. Блягоз	14,8	5,6
А.Е. Джаримок	23,5	9,0
В.И. Каратаев	10,7	6,2
С.А. Поляков	27,2	13,9
З.Ю. Шу	19,7	8,4
Ю.А. Напсо	6,5	2,5
А.Д. Зеушев	10,1	4,0

Были и кандидаты, за которых опрашиваемые категорически отказывались голосовать. В этом списке лидировали: Ю.А. Напсо (16,9% — на втором этапе, 25,2% — на третьем этапе), В.И. Каратаев (23,9% — на втором и третьем этапах).

На втором и третьем этапах исследования было получено больше информативных ответов, для чего были сужены альтернативы при ответе на вопрос: «Кто из кандидатов на должность главы города вам известен?»

Таблица 3. Рейтинг среди голосующих (в %)

	Узнаваемость (второй этап)	Узнаваемость (третий этап)
А.В. Наролин	74,3	89,9
А.М. Блягоз	45,8	43,8
А.Е. Джаримок	48,6	48,5
В.И. Каратаев	45,0	52,7
С.А. Поляков	38,6	57,8
З.Ю. Шу	29,3	49,5
Ю.А. Напсо	25,7	44,0
А.Д. Зеушев	22,5	34,7

Однако в этой ситуации те респонденты, которые и в самом деле не знали многих кандидатов, не найдя альтернатив: «Не знаю», «Затрудняюсь ответить», часто отвечали вслепую. Мы ещё раз убедились в том, что респондентам было очень тяжело определиться с выбором, т.к. в списке кандидатов на пост мэра города преобладали совершенно новые, неизвестные большин-

ству жителей города лица.

Необходимо отметить, что респонденты отличались толерантностью. По отношению к кандидатам на должность мэра города: большинство голосов, независимо от национальности опрошенных, было отдано А.В. Наролину. В то же время можем отметить некоторый приоритет в выборе представителей своей национальности.

За кого Вы проголосуете на выборах города Майкопа? (в %)								
	Блягоз	Джаримок	Зеушев	Каратаев	Напсо	Наролин	Поляков	Шу
Адыгейцы	9,3	22,0	11,0	4,9	8,2	25,8	3,8	14,8
Русские	2,3	0,9	0,5	7,9	0	66,4	20,6	1,4

Выборы депутатского корпуса

Результаты опросов по выборам депутатов Городского Совета выявили: на 1-м этапе исследования далеко не все жители города были информированы о предстоящих выборах (лишь 51% респондентов слышали об этом). Фамилии большинства кандидатов были неизвестны избирателям — кандидаты были неизвестны. Проведённое исследование показало, что анкетирование помогает информировать избирателей о предстоящих выборах. Так, на 3-м этапе изучения мнения жителей города уже 90,4% опрошенных знали о предстоящих выборах в Городской Совет депутатов. Об этом свидетельствуют и ответы на вопрос: «Вы лично планируете принять участие в предстоящих выборах депутатов в Городской Совет в сентябре 2013 г.?»: на 3-м этапе количество избирателей, решивших принять участие в выборах, возросло до 56,8%. Это дало возможность избирателю города сориентироваться о положительной явке на выборы. Таким образом, мы убедились в том, что анкетирование имеет функцию не только снятия текущей информации, но и оповещения избирателей о выборах — их сроках, о кандидатах в депутаты.

Считаем необходимым отметить: по результатам обоих исследований наибольшее доверие у избирателей города вызывает партия «Единая Россия» (её рейтинг самый высокий) и кандидаты, представляющие её. Несмотря на личные предпочтения — на выбор кандидатов, представляющих самые разные партии — горожане собираются голосовать именно за представителей «Единой России» (37,6% избирателей). Это даёт основание сделать вывод, что партия «Единая Россия» на сегодняшний день — самая заметная и организующая политическая партия.

Второе место по уровню доверия у избирателей у КПРФ (17,5%), что неудивительно, т.к. Адыгея в течение многих лет входила в «красный пояс».

Результаты исследований позволили выявить, наряду с электоральными предпочтениями населения, и «болевые точки», проблемы города, наиболее

беспокоящие жителей Майкопа (хотя это не являлось целью нашего опроса), что позволит новому главе администрации и вновь избранным депутатам Городского Совета сконцентрировать на них свои усилия.

Исследования показали, что мэру и членам депутатского корпуса Майкопа необходимо, по мнению жителей города, обратить внимание на следующие проблемы:

- ЖКХ (58,2% опрошенных жителей Майкопа);
- экология города (14,6% респондентов);
- на безопасность (9,6%);
- на плохое состояние тротуаров и дорог; (8,2%);
- на отсутствие мест в детских садах (3,4%);
- на недостаточность рабочих мест в городе (4%);
- на межнациональные отношения (2,6%).

Социально-экономической ситуацией в городе довольны лишь 9,6% горожан, ответ «нет» дали 88,8% майкопчан.

Известно, что электоральная активность зависит от таких параметров, как возраст, пол, социальный статус. К примеру, доля определившихся со своими электоральными предпочтениями среди мужчин больше, чем среди женщин.

Успешные люди с высоким экономическим и социальным статусом, высоким образовательным цензом, как правило, проявляют устойчивый интерес к выборам, имеют взвешенную и продуманную позицию. Такие люди часто входят в референтную группу для своих знакомых и родственников.

Доля политически активных граждан растёт с изменением возрастных показателей. Молодежь до 24 лет, в основном это учащаяся молодежь, более инертна и в то же время более всего подвержена влиянию радикальных идей. Работающая молодежь более сознательно относится как к выбору своих политических предпочтений, так и к процедуре голосования.

Самое активное участие в выборах принимают пенсионеры. Кроме этого, пенсионеры показали себя ещё и активными респондентами: обращаясь к ним, анкетеры почти не получали отказа. Люди старшего поколения чаще демонстрировали выраженную гражданскую позицию, доверие к власти и веру в то, что к ним прислушиваются, если ещё их спрашивают.

Нами была прогнозируема низкая явка избирателей в день выборов. Интервьюеры отмечали среди респондентов довольно высокий удельный вес электоральных абсентеистов — лиц, не участвующих в выборах. Среди них сравнительно много молодежи, безработных, людей с низким уровнем доходов. Причинами абсентеизма являются недоверие к институтам власти; отсутствие электоральной культуры; убежденность в том, что выборы не повлияют на изменение ситуации; сомнения в правильности подсчета голосов и подведения итогов голосования. Так, например, интервьюеры отмечали, что представители молодого поколения не видят того, что они — часть населения, к которому прислушиваются, их доверие власти значительно менее выражено, хотя многие проявляют интерес к самим выборам.

Кроме того, накануне выборов мэра — начало сессии у студентов, разгар дачных работ — все это говорило о том, что реально явка на избирательные участки будет намного ниже, что и подтвердилось итогами выборов 26 мая 2013 г.

Выборы депутатов были назначены на 8 сентября 2013 года — период выхода из отпусков, дачных заготовок, начала учебного года, что вызывало опасение о явке избирателей.

Прогноз подтвердился результатами голосования. Итоги прошедших муниципальных выборов показали, что нами была достигнута довольно высокая степень точности прогноза не только явки на выборы, но и окончательного распределения голосов.

Таким образом, опора на совокупность имеющихся методик, на опыт предшествующих исследований дали возможность построения достаточно точных прогнозных выкладок относительно исхода голосования и определения числа избирателей, принявших участие в выборах. Настоящие исследования изучения электоральных предпочтений жителей Майкопа дали возможность применить несколько исследовательских методик, проверить их эффективность, выявить их сильные и слабые стороны.

Примечания:

1. Везиницына С.В. Социальные технологии на выборах в органы местного самоуправления // Социально-экономическое и политическое развитие общества: актуальные проблемы. Саратов, 2001. С. 167.

References:

1. Vezinitsyna S.V. Social technologies at elections to bodies of local self government // Social, economic and political evolution of society: Actual problems. Saratov, 2001. P.167.