

Избиратели Путина: один год после победы

*Аналитические опыты по материалам
опросов общественного мнения*

Весна. Пора электоральной любви

*Пробирается медведь
Сквозь густой валежник,
Стали птицы песни петь,
И расцвел подснежник.*

*(из раннего коллективного и
несознательного)*

Весна. Просыпается природа. Теплеет и на политическом поле. Дружно оживились политологи, эксперты, аналитики и пр. Благо и повод подходящий - годовщина выборов Президента Путина. Можно всласть подискутировать об итогах его первого президентского года, успехах и неудачах, о том, чего хотел Путин, и чего добился. Можно строго спросить за прошлое и мягко посоветовать на будущее.

Мы попробуем не говорить о Путине. Наша задача - рассказать о другом победителе прошлогодних выборов – путинском электорате, тех россиянах, кто 26 марта 2000 года, возможно и неосознанно, выбрал для себя и для страны определенные Условия жизни, называемые – Президент Владимир Путин. Мы постараемся предложить некоторые объяснения той электоральной симпатии (даже любви), которая так ярко проявилась в прошлую весну и несколько не угадала до весны настоящей. Этот рассказ не выдуман автором, а является пропущенным через социологический «анализатор» голосом самого российского населения. Естественно, что всю ответственность за искажения при переводе с народного языка на социологический несет только автор (пожалуй, вместе с Фондом «Общественное мнение» - ФОМ).

Исходным материалом для перевода («подстрочником») явились данные регулярных (еженедельных) всероссийских опросов ФОМ (период - с сентября 1999 г. по середину марта 2001 г. объем выборки каждого опроса – 1500 чел., около 60 населенных пунктов в 30 регионах страны)¹. Среди вопросов, постоянно

задаваемых респондентам, были выделены несколько, в той или иной степени связанных с показателями электоральной поддержки и общественного отношения к политикам, а также касающихся социального самочувствия.

Немного методики. Для измерения уровня электоральной поддержки того или иного политика среди населения страны обычно используется т.н. рейтинг предпочтения, который определяется как доля респондентов, выбравших данного политика в ответе на вопрос типа «Если в ближайшее воскресенье состоятся выборы Президента РФ, за кого Вы проголосуете?». Наряду с таким вопросом, требующим от респондента сделать жесткий (однозначный) выбор в пользу только одного политика, используются и вопросы, в которых можно выразить свое отношение сразу к нескольким персонажам, например, «Назовите тех современных российских политиков, к которым Вы относитесь положительно, с доверием» (альтернатива – «отрицательно, с недоверием»). Доля респондентов, назвавших при этом соответствующего политика, определяет его «мягкий» рейтинг доверия/предпочтения или объем максимально возможного на данный момент электората данного политика. Социальное самочувствие в узком смысле обычно измеряется через показатели «адаптации» (доля респондентов, утвердительно ответивших на вопрос типа «Скажите, удалось или не удалось Вам найти свое место в сегодняшней жизни») и «оптимизма/пессимизма» (доля респондентов, утвердительно или, наоборот, отрицательно отвечающих на вопрос «Как Вы думаете, Вы (Ваша семья) сможете или не сможете в ближайшие год-два повысить свой уровень жизни, жить лучше, богаче, чем сегодня»).

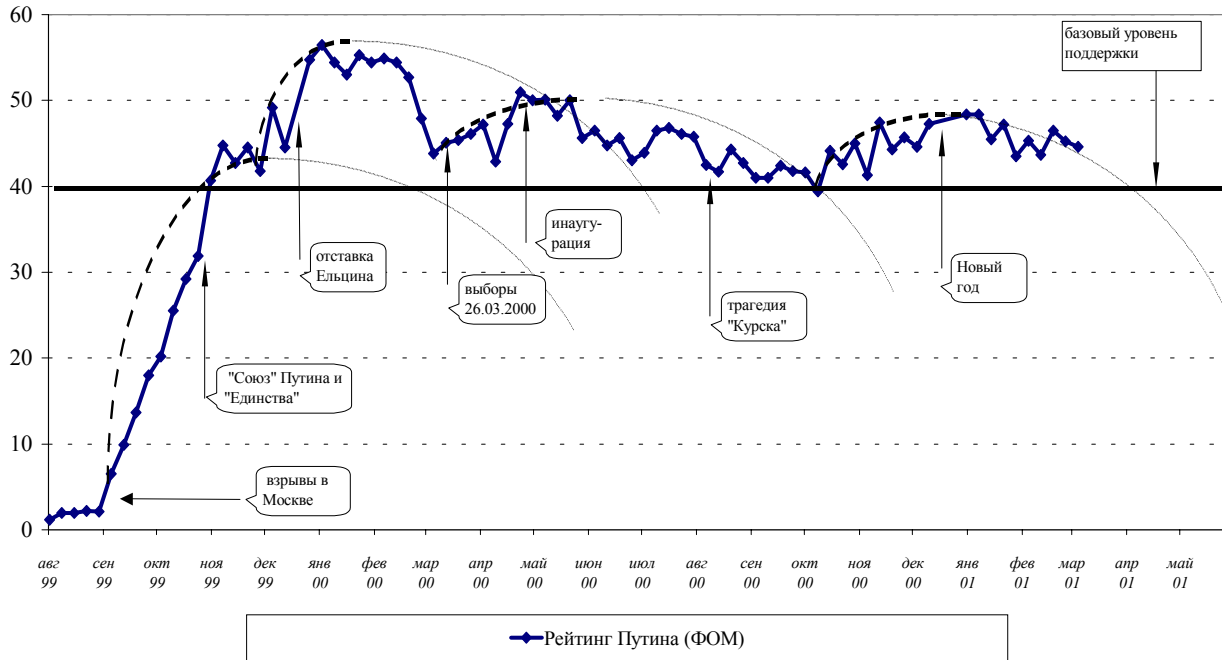
Электорат Путина: история становления

Прежде всего данные мониторинговых опросов ФОМ позволяют воссоздать историю формирования электората В.Путина, которую, как и любую другую «настоящую» историю, можно условно разделить на несколько периодов (см. рис.1).

¹ Автор выражает большую благодарность Д.Стребкову за помощь в обработке данных опросов.

Рисунок 1

Динамика электоральной поддержки В.В. Путина в 1999-2001 годах



Исходный («нулевой») период – с начала августа до середины сентября 1999г. («Узнавание»). Мало кто из российских граждан хоть как-то представлял В.Путина до его неожиданного назначения на пост премьер-министра. Поэтому неудивительно, что, когда ВВП² в августе 1999 года (после возведения в «преемники» действующего Президента) впервые появился в списке политиков, рейтинг которых измеряется ведущими социологическими службами России, ему были готовы отдать свои голоса лишь 1% избирателей. В течение еще четырех следующих недель рейтинг предпочтения ВВП оставался примерно на том же уровне: около 1,5-2%.

Первый период – с середины сентября по декабрь 1999г. включительно («Рождение электората»). Первый значительный рост электората Путина произошел в середине сентября: доля потенциальных избирателей ВВП сначала выросла до 6%, через неделю до 10%, а еще через неделю она составляла уже 14%.

Начало этого периода ознаменовалось редким соответствием событийного ряда (агрессия террористического псевдогосударства) и образа появившегося нового героя. Происшедшие события (взрывы и гибель

людей) вызвали смену основных устремлений населения (вместо тяги к стабильности и умиротворению - требование защитить и дать суровый отпор), и никто кроме немногословного, но решительного «военного» человека, четко выполняющего свой долг и обязанности главы исполнительной власти, не смог более точно соответствовать образу лидера нации.

Популярность Путина росла стремительно: к 16-17 октября он обогнал Зюганова и Примакова и с 20% вышел на первое место в рейтинге претендентов на президентский пост. 5-7 ноября объем электората увеличился до 32%, а через неделю – до 40%(!). В течение декабря рейтинг президентского предпочтения Путина стабилизировался на небывало высоком уровне - примерно 44-46%.

Второй период – январь-март 2000 г. («Вместе победим!»). После объявления Б.Н. Ельцина о своей отставке, возложении на Путина обязанностей и.о. Президента и переносе срока президентских выборов с июня на март 2000 года рейтинг Путина снова резко вырос до 54-55% и оставался на этом уровне до конца февраля. В марте в связи с обострением предвыборной борьбы и оттоком части «колеблющихся» избирателей произошло некоторое уменьшение электората до 44%. Тем не менее, этого с запасом хватило для победы уже в первом туре выборов.

² Употребляемое в документе сокращение ВВП (В.В.Путин) является именно сокращением, а не жаргоном.

Третий период – апрель-октябрь 2000 г. («*Первое испытание на верность*»). После избрания Путина Президентом России на выборах 26 марта 2000 года его рейтинг сначала снова вырос до 51% к майской инаугурации, а затем стал плавно снижаться до 40% к первой половине октября. Этот период характеризовался первой серьезной проверкой устойчивости избирателей Путина, когда на фоне начинающейся психологической усталости электората произошли трагические события августа (взрывы в Москве, гибель «Курска» и пожар на телебашне). Следует признать, что, несмотря на дискредитирующие атаки ряда СМИ, большинство избирателей Президента остались ему верны.

Четвертый период – с конца октября 2000 г. по настоящее время. («*Укрепление связи*»). С конца октября объем электората ВВП перешел в колебательный режим сменяющих друг друга плавных сжатий и расширений и к началу марта 2001 г. составлял около 45%. При благоприятном прохождении «планового» февральско-мартовского понижения рейтинга становится вполне оправданным предположение, что между лидером и его избирателями образовалась крепкая связь, устойчивая к кризисам и сезонным колебаниям.

Год после победы: смена механизма консолидации ?

Конечно, для полноценного понимания процесса становления любого электората мало только описания событийного контекста, который, естественно, может как способствовать, так и препятствовать консолидации избирателей вокруг лидера. Не менее важно выявить внутренний механизм этой консолидации, определить тип сплочения (объединения) сторонников данного политического деятеля, выражающегося в доверии к нему и готовности голосовать за него на выборах. В последние 5-6 лет мы в основном имели возможность наблюдать примеры «*лидерской консолидации*» (термин, заимствованный у В.Горяинова) двух серьезно различающихся между собой типов.

Вообще говоря, электорат любого политика или партии можно представить состоящим из «ядра» и «периферии». В «ядро» входят наиболее убежденные сторонники данного политического персонажа, которые голосуют за него всегда и не меняют своих предпочтений в течение достаточно длительных промежутков времени. Периферию же составляют те, кто колеблется, сомневается, не имеет четких политических пристрастий, а, следовательно, может относительно легко переходить из электората одного политика в электорат другого.

Если размер «ядра» в электорате политика достаточно велик (в абсолютном выражении и в процентах от общего числа его сторонников), то такую *лидерскую консолидацию* можно назвать консолидацией *организационного типа*. Примеры организационной консолидации демонстрируют электораты Зюганова, Жириновского, Явлинского. Присутствие этих политиков в информационно-политическом пространстве постоянно, четко позиционировано (идеологически и политически определено), наконец, обеспечено организационно (в т.ч. наличием партии и депутатской фракции в Государственной Думе). Уровень поддержки (объем электоратов) указанных политиков среди избирателей практически не менялся вот уже на протяжении 5-6 лет. Имели место лишь некоторые колебания вокруг определенного значения.

Если большинство электората составляет «периферия», то это пример консолидации *ситуационного типа*. В какой-то момент определенный политик становится публично «ярким» (как правило, с приобретением нового высокого социального статуса), уровень его популярности начинает быстро расти, достигает максимума, после чего наступает разочарование и спад популярности. За последние 5 лет российской истории такое явление имело место неоднократно: сначала с А. Лебедем, потом с Б. Немцовым и Е. Примаковым. Присутствие в информационно-политическом пространстве всех перечисленных персонажей было связано с определенным властным статусом (данный ресурс быстро таял вместе с потерей этого статуса - отставкой), позиционирование было идеологически и политически неопределенным (хотя поначалу это является преимуществом), и организационно не обеспечено (в момент формирования электората отсутствовали и поддерживающее политическое движение, и депутатская трибуна). Соответственно сначала происходил быстрый рост уровня популярности практически от нулевой отметки до 20-25%, а затем – такое же сравнительно быстрое снижение до 3-5%. Длительность «жизненного цикла» подобного электората, как правило, составляла от года до полутора лет.

Очевидно, что первоначальное становление электората Путина происходило по ситуационной модели «лидерской консолидации», когда привязанность к лидеру в основном базировалась на эмоциональном отношении избирателей. К осени 1999 года страна, (а точнее ее блуждающий электорат) уже в который раз ждала нового героя. И когда он появился, в его сторону направились избиратели отовсюду.

Понятно, что при ситуационной модели развития кривая рейтинга ВВП могла несколько раз перейти в фазу непрерывного спада (возможные варианты показаны на рис. 1 пунктирными линиями), связанным с наступающей «психологической усталостью» электората (привыкание к политику, потеря интереса, кризис несбывшихся ожиданий, разочарования и т.п.). Однако уровень предпочтения в 40%, достигнутый в декабре 1999 года после радикального

перераспределения российского электората, оказался базовым для ВВП. Ниже этого значения данный показатель практически не опускался в течение более года (с декабря 1999 года по настоящий момент). Более того, за это время рейтинг уже три раза демонстрировал определенное повышение: к базовому электорату добавлялся «блуждающий» электорат (примерно 10%). Конечно, два первых случая такого повышения можно объяснить удачно воспроизводимыми сменами статуса Путина (из премьер-министров в и.о. Президента и затем в Президенты), существенно продлевающими период «новизны» политического персонажа. Но последнее осенне-зимнее повышение, по всей видимости, должно объясняться уже другими причинами.

Можно ли сказать, что произошла смена механизма лидерской консолидации путинского электората? С одной стороны уже налицо многие свойства организационной модели: прежде всего властный ресурс лидера (самый мощный в стране), сильное информационно-пропагандистское поле, удерживающее избирателей вблизи лидера, и даже своя протопартия. Неясной остается идейно-политическая позиция электората. Непонятно, вокруг чего (не кого, а чего!) объединяется столько людей. Но может быть такое большое объединение и нельзя однозначно идентифицировать ни политически, ни идеологически?

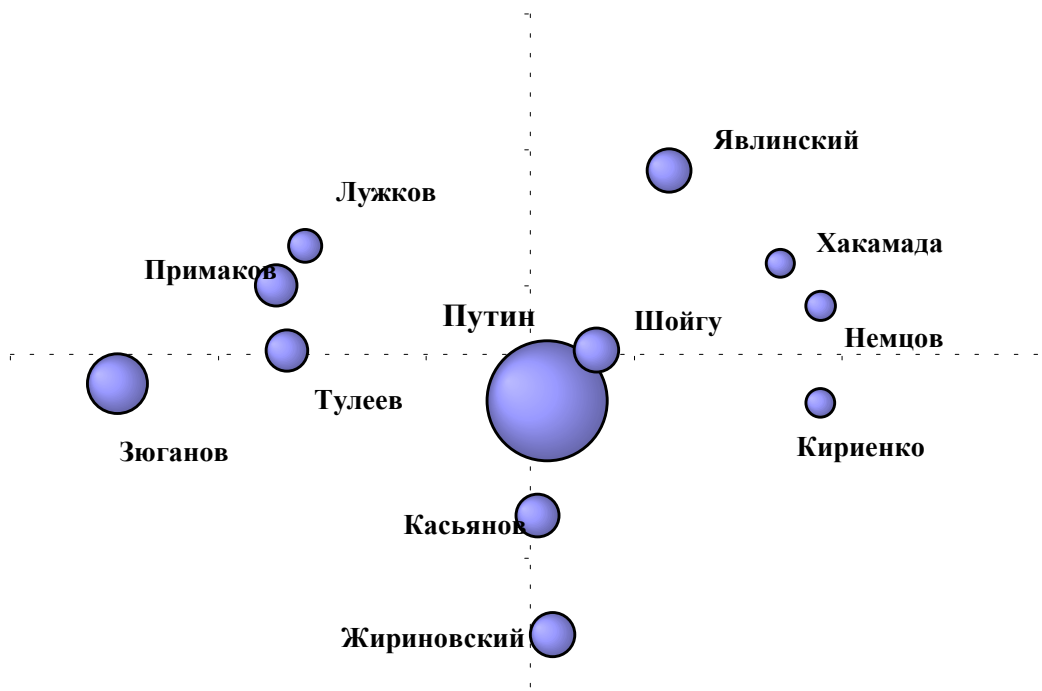
Who is mister Putin's electorate ?

Характерной чертой электората Путина, отличающей его от других групп сторонников ведущих политиков, является его замечательная представительность. Если об электоратах Зюганова, Явлинского, Жириновского, Лебеда, Немцова с определенной степенью точности можно было говорить как о преимущественно «молодых» или преимущественно «старых», по большей части «богатых» или «бедных», даже преимущественно мужских (напр., про электорат Жириновского) или женских, то электорат Путина является вполне репрезентативным для всего населения России. Избиратели Путина практически в одинаковой степени представлены во всех социально-демографических категориях: среди мужчин и женщин, старых и малых, образованных и не очень, горожан и селян и т.п. Особенно необычно то, что избиратели Путина весьма пропорционально представлены во всех группах населения, различающихся по доходу. В этом смысле Путин – действительно Президент всех россиян.

Более того, электорат Путина и в политическом смысле находится в центре, как

бы представляя серединную (нормальную в математическом смысле слова) часть политико-идеологического спектра массового сознания. Детальный анализ т.н. «мягких» электоратов (построенных на основе ответов на вопросы о доверии ведущим политикам) показал, что электорат Путина имеет определенные (порой существенные) пересечения практически со всеми другими электоратами (и правыми, и левыми). То есть среди респондентов, доверяющих Путину, есть и такие, кто доверяет Зюганову, и такие, кто доверяет Немцову. Если величину пересечения электоратов представить как меру близости между ними (чем больше людей одновременно доверяют двум политикам, тем два соответствующих электората будут считаться более близкими), то с помощью определенной математической процедуры (многомерного шкалирования) можно построить конфигурацию политического пространства России (см. рис. 2). Эта конфигурация в известной мере воспроизводит представления массового избирателя о политической равноценности (в смысле выбора) тех или иных политиков. Как легко заметить, россияне довольно далеко друг от друга разводят Зюганова и Немцова (неправда ли, довольно трудно представить себе респондента, одновременно выражающего доверие и тому, и другому). В то же время самый большой электорат Путина (площадь кружочка на диаграмме соответствует численности избирателей) имеет пересечения не только с электоратами Шойгу и Касьянова (что естественно), но и с электоратами других весьма разных политиков. Нам уже доводилось на заре стремительного формирования путинского электората писать об этом феномене идеологической разноцветности и неопределенности избирателей Путина как о явлении, связанном с позицией самого Путина (см. «Эксперт», 6.12.1999). Когда больше года назад все волновались по поводу того, «who is mister Putin», и требовали от последнего «определиться», уже было ясно, что отсутствие у Путина четко выраженных собственных политических и личностных интересов для массового сознания оказалось чрезвычайно привлекательным. Ведь «в этом случае каждый рядовой гражданин мог с большей легкостью приписать своему герою те интересы и цели, которые хотелось, чтобы они у того были». Правоориентированные граждане надеялись на то, что Путин будет надежным продолжателем реформ, а левоориентированные – на то, что при Путине «этих реформаторов» ждет та же участь, что и террористов (про сортир помните?). Неопределенность Путина не отвергала ни того, ни другого. И все дружно шли в его лагерь.

Пространство политических лидеров России и их электоратов



Анализ движения электоратов осенью-зимой 1999 года показывает, что путинский избирательный корпус во многом формировался не только из «блуждающих» избирателей, вечно ждущих очередного «спасителя» (12-14%), и не только из тех, кто всегда голосует за Власть безотносительно персоны, ее представляющей (5-7%), но во многом за счет оттока избирателей из «чужих» электоратов (в т.ч. Зюганова, Жириновского, Примакова, Лужкова, Кириенко – в сумме около 20-22%). Встав в политическом центре Путин изрядно потрепал социальную базу своих конкурентов, еще более отодвинув их на периферию общественных предпочтений. Кстати, по нашим наблюдениям представленная конфигурация политических субъектов в массовом сознании сохраняется практически без изменений уже довольно продолжительное время.

Теперь можно смело утверждать, что принятая в разгар предвыборной кампании стратегия «не определяться как можно дольше» (позже, по-моему В.Никонов, назвал ее «сознательной неопределенностью» Путина) сыграла положительную роль и в последующем удержании набранного электората. И сегодня электорат Путина включает в себя людей и с разной политической ориентацией и с полным отсутствием таковой. И сегодня, судя по опросам различных социологических центров,

разные избиратели ждут от Президента весьма разных (порой противоречащих друг другу) действий.

Вместе с тем, *ожидания* – этот главный мотив ситуационного электората – уже не являются, на наш взгляд, самым значимым фактором, притягивающим российских граждан к Президенту. По всей видимости, не является таковым и *личностный образ* Путина. Трудно найти харизму в довольно скромном человеке, который, похоже, еще до сих пор стесняется неожиданно свалившегося на него всеобщего поклонения, вполне свойственного для такого высокого поста. Что же тогда так крепко удерживает очень многих россиян в рядах самого многочисленного в современной России электората? Рискнем предположить, что главные причины этой связи следует искать не в Путине. Но рядом с ним.

Электорат Путина: три источника устойчивости

Давайте подумаем, а что вообще приводит среднестатистического гражданина к мысли о необходимости «заменить» Президента страны? На наш взгляд, логика такого «политического» решения может быть выражена в трех последовательных вопросах. Стал ли я жить

лучше или хуже при нынешней власти? Если хуже, то виноват ли в этом действующий Президент? Если виноват, то есть ли ему достойная замена? Вопросы простые и ясные, и мы попытаемся воспроизвести ответы.

365 дней – полет нормальный. Чувствуем себя хорошо

Избиратели стран «развитой демократии» уже привыкли к ситуации, когда политики на очередных выборах предлагают им перед голосованием задаться вопросом, стали ли они жить лучше за прошедшие четыре года, подразумевая, что избиратели чувствуют связь между деятельностью выборного властного лица (органа) и качеством своей жизни. Стали жить лучше – значит, действующая власть работает хорошо, и ее можно поддержать, переизбрав на очередной срок, стали жить хуже

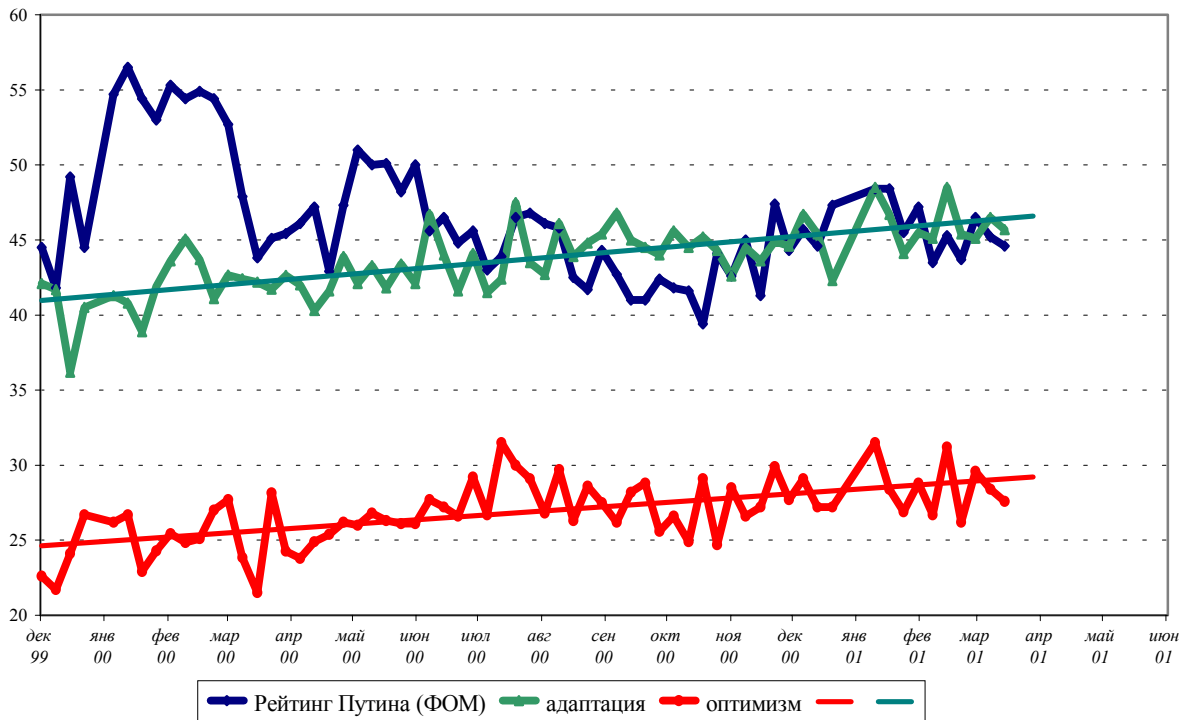
(или просто остановились в развитии) – пора менять власть на новую.

Россиянам таких вопросов не задают. Российские политики привыкли сразу предлагать готовые и хорошо известные ответы. Тем интереснее узнать - стали ли мы жить лучше - не из «объективных» показателей экономического роста и прочей госстатистики, а из субъективных ощущений народа.

Так вот, по данным всех известных нам социологических опросов, 2000 год оценен россиянами как один из самых благоприятных за последние 10 лет. В течение года показатели *адаптации* населения к условиям сегодняшней жизни и показатели *оптимизма* медленно (с колебаниями) росли и, в конце концов, выросли на 5-7% (см. рис. 3). Значительно (на 6-7%, по информации ВЦИОМ) снизился и протестный потенциал (доля респондентов, готовых участвовать в акциях протеста).

Рисунок 3

Динамика электоральной поддержки В.В. Путина и показателей социального самочувствия населения России



Вообще говоря, значение роста показателей социального самочувствия на 5-7%, несмотря на кажущуюся его малость, на наш взгляд, сопоставимо (если не более важно) со значением аналогичного экономического роста. Заметим также, что к осени 2000 г. значения показателя адаптации достигли уровня текущей электоральной поддержки ВВП (см. рис. 3). Возможно, именно в этот момент многие

россияне (может быть, впервые) стали связывать улучшение уровня их благосостояния с деятельностью руководства страны, что, в свою очередь, вновь привело к увеличению численности сторонников Президента Путина. Таким образом, положительные тренды социального самочувствия стали (как сказали бы фондовики) своеобразными «уровнями поддержки» рейтинга Президента.

А тех, кто раньше с нами был, народ пока что не забыл

Итак, сами россияне в целом утверждают, что за прошедший год все-таки стали жить лучше (хотя и не намного). Естественно, что квалифицированное большинство населения страны (**60%-65%** по данным и ФОМ, и РОМИР, и Monitoring.Ru) положительно оценивает деятельность Путина на посту Президента РФ. При этом около 60% всех респондентов указывают на то, что их отношение к деятельности Путина не изменилось с момента избрания его на пост Президента РФ, а 25% опрошенных утверждают, что это отношение *изменилось в лучшую сторону*. Более того, по мнению **70%** россиян, Путин честно *пытается выполнить свои предвыборные обещания* (ВЦИОМ, февраль с.г.).

Что же такого героического совершил Президент, достигший столь огромной общественной поддержки? Ведь серьезных объективных доказательств значительного улучшения жизни людей вроде бы нет. Оказывается (по данным февральского опроса РОМИР), среди всех мероприятий, проведенных Путиным за год после выборов, большинство респондентов (**40%**) выделило как главное достижение *погашение задолженности по заработной плате и пенсиям* (заметим, что следующими по рейтингу идут *принятие государственной символики* – 11% - и *внешнеполитическая деятельность* – 10%). Выходит, верни долги, и люди будут благодарны так, будто для них сделали что-то необыкновенное.

Получается, что глубина развала страны и почти издевательское отношение власти к своему народу в предшествующий период привели к тому, что теперь даже просто приостановка социально-экономического падения и/или частичное возвращение отнятого расценивается как беспримерное благодеяние. То, что должно быть *нормой*, является огромным *достижением*. Нисколько не умаляя действительных заслуг нынешнего Президента и его Правительства (стабилизация после многих лет рецессии – наверное, почти подвиг), предположу, что вся их деятельность сегодня оценивается населением прежде всего не по критерию «что *должно быть*», а в сравнении с тем, *что было*. В этом смысле у Путина еще очень большой запас прочности. Точка отсчета его деятельности в массовом сознании находится в минусовой части шкалы. И любой факт хотя бы *удержания* ситуации (рубль, хоть и деревянный, но «стоит», предприятия, хоть и не на полную мощность, но работают, зарплату, хоть и маленькую, но платят), будет идти в плюс. По всей видимости, еще долго вину за

многие трудности сегодняшней жизни россияне будут возлагать не на Путина, а на тех, кто был до него.

Приведем в этой связи любопытные данные, касающиеся общественной оценки личностных качеств Президента. Большинство опрошенных РОМИР выделило следующие три достоинства Президента Путина: «*молодость*» (около 50%), «*физическое здоровье*» (36%), «*активность*» (32%). Заметим, что «*профессионализм*» и «*порядочность*» (характеристики, которыми обычно в первую очередь наделяют респонденты полюбившегося им политика) набрали существенно меньше голосов (соответственно 25% и 20%). То есть получается, что одним из главных ресурсов поддержания высокой популярности Путина является наличие в его образе качеств, принципиально отличающих его от образа предыдущего Президента РФ. Пока в памяти народной не изменился образ Бориса Ельцина – Путин всегда будет в выигрыше. Некоторые наши коллеги даже утверждают, что Борис Ельцин – главный электоральный ресурс Владимира Путина.

Президент Путин: в политике, но вне конкуренции

Таким образом, большинство населения России не видит оснований для замены нынешнего Президента. Скорее, наоборот. Ну, а если бы такие основания были? Существуют ли в настоящее время на политическом поле фигуры, достойные с точки зрения избирателя сменить Путина?

Вообще говоря, динамика электоральных рейтингов в России в последние годы существенным образом зависит от периодического появления в публичном пространстве новых харизматических лидеров, способных быстро привлечь на свою сторону голоса избирателей, затрудняющихся с выбором, сомневающих в своем выборе, намеренных голосовать против всех или вовсе не желающих участвовать в выборах – так называемого «болота».

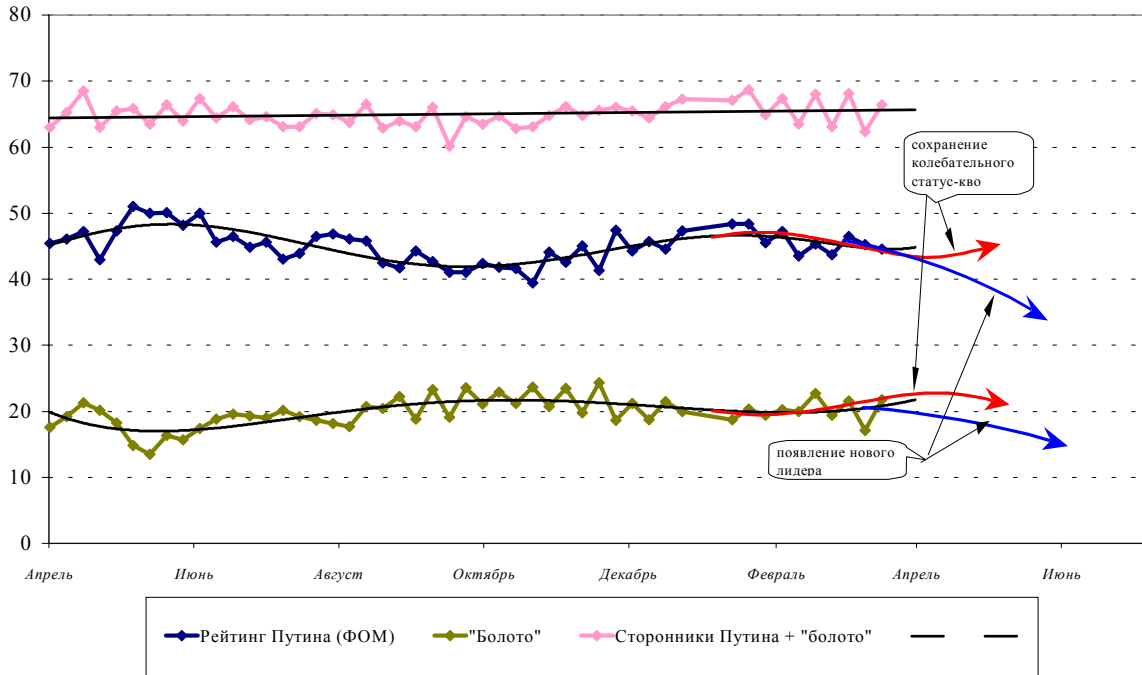
Сравнение динамических рядов доли респондентов, намеренных поддержать на выборах Путина, и доли тех, кто не имеет определенного политического выбора («болото»), показывает, что они имеют сильную отрицательную корреляционную связь (см. рис. 4), т.е. попросту колеблются в противофазе. Из этого можно предположить, что в определенные моменты часть «периферийного» электората Путина начинает сомневаться в правильности своего выбора и переходит в «болото». Но поскольку «нового выбора» не появляется, то через некоторое время эти «блудные» избиратели вновь возвращаются к Путину

(переход к другому политику, входящему в сегодняшний «листинг», для такого электората маловероятен), что и вызывает определенное повышение уровня электоральной поддержки ВВП.

Эта обнаруженная нами закономерность вкупе с некоторыми другими позволила Г. Павловскому еще в декабре 2000 г. заявить о возникновении механизма «самоподдержания рейтинга» Путина.

Рисунок 4

Электорат В.В. Путина и политическое «болото»



Замечено также, что в моменты снижения электоральной поддержки ВВП, тренд его рейтинга *предпочтения* имел чуть меньший угол падения, чем тренды показателей *отношения (доверия)* к ВВП (т.е. снижался медленнее). Обычно это свидетельствует об отсутствии у части избирателей (на уровне восприятия) альтернативы выбора: отношение к конкретному политику ухудшается, но выбирают все равно его, поскольку остальные еще менее предпочтительны.

Таким образом, становится очевидным, что текущее состояние явного доминирования ВВП в электоральном пространстве обусловлено еще и отсутствием в этом пространстве в течение уже довольно длительного времени нового яркого общественно-политического лидера, могущего стать достойным конкурентом действующего Президента. Население пока еще не находит для себя такого лидера, а старые его уже не привлекают. С одной стороны это является одним из важных факторов устойчивости электората Путина, с другой — явным сигналом для старожилов политических рейтингов ельцинской эпохи о том, что их век (XX) закончился.

Год прожили: что дальше ?

Что же будет дальше с избирателями Президента? Какое будущее у светлой электоральной любви (и верности) к Путину? Кстати, по статистике первый пик разводов приходится на семейные пары, прожившие вместе год. Да и вообще «от любви до ненависти — один шаг» — это для нас характерно.

Скажем прямо, сегодня «развода» не происходит. Спустя год после выборов подавляющее большинство (82%) избирателей, голосовавших за Путина 26 марта 2000 года, не разочаровались в своем выборе и *считают, что поступили правильно*. Лишь 3% путинских избирателей *сожалеют* о своем тогдашнем предпочтении (РОМИР, февраль 2001 г.).

А что до путинской неопределенности, так «неопределенность свойственна Природе» (акад. Н.Моисеев), а уж природе русского человека и подавно. Непонятность и загадочность зачастую притягивают больше, чем ясность и однозначность.

Конечно, определенные угрозы крепости путинского электората существуют. Но, повторимся, они в наименьшей степени связаны

с самим Путиным и его публичным образом: благоприятным или не очень (для кого как). В конце концов, возможная эмоциональная усталость от лидера сменится привычкой к нему в хорошем смысле этого слова. Основной причиной «ухода» избирателей может быть только резкое ухудшение социально-экономического положения населения (например, новые задержки зарплат, пенсий, пособий и т.п.). Надеемся, этого не произойдет. В то же время, новые яркие лидеры-конкуренты не появляются в одночасье (если их специально не создают), а воспоминания о прошлом (допутинском) уж точно еще год-два будут достаточно свежими. Даже специально организованные информационно-политические атаки на Президента (как, например, во время трагедии с «Курском»), на наш взгляд, не смогут серьезно поколебать путинский электорат (разве что его периферию). Таким образом все факторы устойчивости общественной поддержки Путина будут как минимум действовать до осени. Ну, а что в России бывает осенью, этого весной не один аналитик не возьмется предсказать - пережить бы август!

Естественно, размышляя о факторах электоральной поддержки Путина и стараясь не обсуждать самого Президента, мы никоим образом не хотим сказать, что электорат Путина является столь многочисленным и устойчивым независимо от самого лидера. Конечно, и личность ВВП, и его деятельность играют важнейшую роль в том, что большая часть респондентов разнообразных опросов на протяжении уже более года регулярно расписывается в своей принадлежности к одному из самых многочисленных сообществ современной России – сообществу избирателей Путина. Вместе с тем, мы хотели бы сказать, что, выбирая Путина среди других политиков, эти люди уже смотрят не только на своего избранника, но и вокруг себя (т.е. на свою жизнь), вокруг него (на других политиков), наконец, вспоминают прошлое (уже ученые!). То есть электоральные предпочтения становятся все более рациональными, даже расчетливыми, и россияне все чаще выбирают не только сердцем, но и головой.

Вышесказанное позволяет предположить, что в течение ближайшего года, если не случится ничего катастрофического (тьфу-тьфу!), электоральная поддержка Президента останется устойчиво высокой. Само общество, имея такой консолидирующий фактор как большой и единый электорат одного национального лидера, становится более устойчивым и рассудительным. Есть надежда, что такими же будут и российские элиты. А тогда политическую стабилизацию, о

необходимости которой так долго говорили и либералы-«большевики», и коммунисты-«октябристы», можно считать наступившей. Как и весну.

23.03.2001

Работа выполнена при финансовой поддержке Фонда эффективной политики.