

## **МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА РФ**

**Гасанзаде Зохраб Ровшан оглы**

магистр Санкт-Петербургского государственного университета, РФ, г. Санкт-Петербург

Электоральная география – одно из традиционных в мире и быстро развивавшихся в последние годы в нашей стране направлений (отраслей) политической географии. Электоральная география возникла как самостоятельная дисциплина во Франции благодаря Андре Зигфриду, который выявил взаимосвязь между природными особенностями и результатами голосования в западной части страны. В основе электоральной географии лежит изучение результатов выборов в различные органы государственной власти. Главной методологический принцип этого направления исследований – соотнесение итогов выборов с социальной структурой населения. Основным методом электоральной географии является сравнительный анализ результатов голосований в территориальном разрезе. Исследования по электоральной географии могут включать изучение географии влияния политических партий и блоков, а также других политических сил (профсоюзов, массовых организаций и т.д.) и средств массовой информации.

Новозеландский географ А. Макфэйл выделил три важнейших направления в электоральной географии: 1) география голосований; 2) исследование географических факторов, влияющих на голосования; 3) география представительства.

Исследования базируются на обработке статистики выборов в представительные учреждения по регионам, а также материалов выборочных социологических опросов и стимулируются практической заинтересованностью всех политических сил в объективной информации о влиятельности в массах отдельных политических партий и блоков, избираемых кандидатов, о популярности их избирательных лозунгов и программ.

На основе избирательной статистики (с обязательным учетом целого ряда социально-экономических и экономико-географических характеристик) можно осуществлять политико-географическое районирование.

Для политической географии (в отличие от политологии) первостепенное значение имеет территориальный анализ электорального поведения населения, которое в высокой степени связано с региональными различиями в социальной стратификации (расслоении) населения тех или иных регионов страны. Под электоральным поведением понимается система взаимосвязанных реакций, действий или бездействия граждан с целью приспособления к условиям проведения политических выборов.

Различают региональную электоральную обстановку и региональную электоральную ситуацию. Региональная электоральная обстановка определяется относительно долговременными, устойчивыми чертами социально-экономического положения в регионе, структурными особенностями его населения. Региональная электоральная ситуация – сиюминутными, конъюнктурными изменениями в отношении населения к тем или иным партиям, кандидатам, что может зависеть от случайных обстоятельств. Задача электоральной географии – анализ региональной электоральной обстановки, а способы учета региональной электоральной ситуации и влияния на нее различных факторов являются задачей других специалистов по проведению избирательных кампаний.

Для прогнозирования электорального поведения населения необходимо учитывать ряд географических факторов, определяющих региональную электоральную ситуацию. Для анализа этих факторов используют геоиндикаторы, которые отражают количественно степень выраженности региональных различий тех или иных факторов. Среди геофакторов

выделяются частные, например возрастной, половой и национальный состав населения, уровень урбанизированности, показатели естественного движения населения, и комплексный – социально-экономическая обстановка в регионе в целом.

Наиболее развитое направление электоральной географии – география голосований. Ее сущность заключается в сравнении результатов голосований в различных регионах, построении карт, их описании и простом статистическом анализе.

Второе направление электоральной географии – выявление географических факторов, влияющих на голосование. Очевидное воздействие на этот процесс оказывают историко-культурные, социально-демографические и экономические факторы как на региональном, так и на локальном уровне. В западной литературе выделяют четыре главных географических фактора голосований.

1. Эффект друзей и соседей. Он связан с тем, что кандидат получает дополнительные голоса на своей родине и в тех районах, с которыми связана его трудовая деятельность. Среди самых ярких примеров – стабильно высокая поддержка Б.Ельцина в Свердловской области за весь период с 1991 по 1996 гг. В свою очередь КПРФ на парламентских выборах и Г.Зюганов на президентских добивались наилучших результатов в Орловской области – на родине Г.Зюганова (во втором туре президентских выборов Орловская область была самой благоприятной для лидера КПРФ – 63.3% голосов). На президентских выборах 1991 г. следует выделить победу А.Тулеева в Кемеровской области. В 1996 г. высокими показателями голосования за А.Лебеда отличались регионы, где этот кандидат родился (Ростовская область), и с которыми связан его жизненный путь (Тульская, Рязанская области).

2. Проблемное голосование. Этот фактор обозначает, что кандидат (или партия) получает дополнительные голоса в проблемных районах (проблемы безработицы, мигрантов из других стран, экологии и т.д.), если в программе кандидата отражены эти проблемы и предполагается их первоочередное решение. Например, ЛДПР и В.Жириновский традиционно добивались хороших результатов в районах, где национальный вопрос является определяющим – на приграничных, конфликтных территориях. Одной из основных опор ЛДПР стала Псковская область – исторический западный форпост русской государственности. КПРФ часто добивалась успеха в районах с напряженной социально-экономической ситуацией, низким уровнем жизни. ДВР добился в 1995 г. успеха в Дагестане (13.5% голосов, лучший результат блока в регионах России), поскольку выступал резко против войны в Чечне: этот выбор никак нельзя связать с либерально-реформаторской ориентацией местных избирателей в связи с отсутствием таковой (о чем свидетельствуют результаты всех прошлых кампаний).

3. Эффект избирательной кампании. Кандидат (или партия) определенным образом распределяет свои ресурсы по территории, выделяет ключевые регионы, которым уделяется наибольшее внимание. Территориальные различия в интенсивности и эффективности ведения кампании имеют свой электорально-географический результат. Действие этого фактора прослеживается на примере небольших избирательных объединений, которые в силу организационных проблем могли вести кампанию лишь в ограниченном числе регионов. Например, блок И.Рыбкина преодолел пятипроцентный барьер только в Туве, где его поддержала часть элиты и сильный кандидат в депутаты Госдумы, и в Ненецком АО, где его представлял фаворит выборов в одномандатном округе А.Чилингаров. В то же время почти в половине регионов этот блок не набрал и 1% голосов. Блок “Власть – народу!” получил более 5% голосов в Омской области, где активно работал один из его лидеров, С.Бабурин, и в Якутии, где он был представлен сильным кандидатом в депутаты в одномандатном округе. Эффект избирательной кампании может исследоваться и в контексте административных и информационных возможностей партий и кандидатов. Например, география голосования за НДР в 1995 г. в значительной степени коррелировала с возможностями влияния местной “партии власти” на избирателей (разумеется, там, где региональная элита действительно работала на НДР). Отсюда успех в целом ряде республик.

4. Эффект соседства. Наличие явного лидера имеет кумулятивный эффект (или эффект мультипликатора): электоральное “болото” обычно принимает решение голосовать за ту политическую силу, которая пользуется особой популярностью. Можно даже говорить о принятии избирателями коллективного решения, за кого голосовать. Популярность

определенной политической силы может усиливаться за счет эффекта мультипликатора в компактных сообществах и распространяться по территории от одного сообщества к другому. На уровне субъектов федерации можно говорить о примерах консолидированного голосования за определенную партию, которое по схеме диффузии инноваций распространяется по всей территории.

Указанные факторы характерны для голосования в любой стране мира, однако в каждой стране есть своя специфика, например в России большое значение имеет фактор административного давления.

Третье направление электоральной географии – география представительства – исследование представительства разных регионов в органах управления, достигнутое на выборах. География представительства изучает электоральный процесс и его результаты, т.е. какие территории и в каких масштабах представлены в парламенте, какую территорию представляет избранный глава государства и др.

Исследование территориальных различий в электоральном поведении населения возможно прежде всего на основе данных электоральной статистики, которые анализируются с учетом факторов голосований. При анализе результатов выборов используются показатели четырех типов.

1. Результаты выборов в абсолютных показателях (число голосов за партию или кандидата в президенты).
2. Доля голосов за партию или кандидата в президенты от числа избирателей, принявших участие в голосовании.
3. Доля голосов за партию или кандидата в президенты от общего числа избирателей.
4. Место, занятое партией или кандидатом на выборах (т.е. ранговый показатель).