

На наш взгляд, достаточно красноречиво выглядит повышенное внимание, полученное каналом НТВ среди тех, кто голосовал и за ОВР и «Яблоко», и двух других каналов среди избирателей блоков «Единство» и Жириновского. К этому можно добавить лишь то, что в электорате последнего повышена доля зрителей региональных и местных каналов (14% при среднем 7%), в чем проявляется провинциальная «глубинность» его поддержки.

Владимир ЗВОНОВСКИЙ

Административный ресурс: вариант исчисления объема

Во время проведения выборной кампании по избранию российского парламента 1999 г. местные власти, а через них и федеральные стали максимально широко использовать возможности смешанной системы избрания депутатов Государственной Думы, чего до сих пор старались избегать. В этой связи проблема влияния всей совокупности административных рычагов на мнение и поведение избирателей, получившей в прессе название административного ресурса, оказалась основной в большинстве аналитических материалов и отчетов наблюдателей, посвященных прошедшим парламентским выборам. Под административным ресурсом в данной статье понимается совокупность возможностей влиять на мнение и поведение избирателей, которые имеются в распоряжении руководителей предприятий, территориальных образований (районов, городов). Использование властных рычагов является одним из важнейших инструментов ведения предвыборной борьбы и агитации. Однако их не следует сводить, как это часто делается, к прямому воздействию на избирателя, принуждению его к какой-то форме поведения на выборах или к манипуляциям с избирательными бюллетенями в ходе подсчета голосов. Не следует также и переоценивать возможность такого влияния на избирателей. Как будет показано ниже, оно носит ограниченный характер.

Среди причин, сформировавших феномен административного ресурса, некоторые исследователи называют «традиционное подчинение властям предрасположенным, характерное для патерналистски настроенных россиян, способное создавать атмосферу, благоприятствующую реализации электоральных амбиций местных нотаблей»¹. Их оппоненты резонно возражают, что «негативные оценки воздействия "культурного наследия" на процессы постсоветского периода нередко априорны» и не находят подтверждения на практике. Однако полного освобождения от норм политического поведения недавнего прошлого в электоральном поведении нынешних российских избирателей тоже не наблюдается. Более того, укрепляется убеждение, что некоторые социальные связи, формировавшие советское общество (но не порожденные последним), продолжают действовать и в постсоветском.

Согласно этой гипотезе, исследователи выделяют два основных типа социальных связей. Первый тип социальных связей складывается при относительно свободном рынке социальных коммуникаций, когда информация распространяется по нескольким независимым друг от друга каналам и эти каналы не тождественны сетям со-

циальной и, особенно, материальной зависимости. Чаще всего это характеризует образ жизни в крупных городах, в том числе в Самаре. Здесь не только информация относительно свободно распространяется в СМИ, но и вся сеть межличностного общения не замкнута на определенную социальную группу, которая могла бы контролировать распределение материальных ресурсов на данной территории.

Второй тип социальных связей устанавливается там, где информация распространяется по ограниченному числу каналов и они совпадают с каналами распределения материальных ресурсов. Такая ситуация характерна для сельского образа жизни, при котором социальные связи, межчеловеческое общение теснее, чем в городе. «Это мир плотных социальных сетей, где межличностные связи сами служат каналами, по которым политическая информация достигает индивидов»². Причем эти каналы имеют одностороннюю направленность — от «начальства» к рядовым избирателям, и, таким образом, они практически всегда оказываются тождественны путям распределения материальных ресурсов. Назвать избирателей, находящихся в подобной ситуации, независимыми в полной мере невозможно. Иное дело избиратели, живущие в крупных городах: они обладают относительной свободой в своем электоральном поведении, поскольку социальная коммуникация в городах носит более разнообразный характер. На практике это означает, что тот, кто внушает избирателю, за кого ему следует голосовать, почти никогда не совпадает с тем, кто выдает ему заработную плату.

Если для городского избирателя характерна опора на партийную принадлежность кандидата, то для живущих в селах и малых городах характерно как раз игнорирование партийной принадлежности кандидата, позиционирование его как «независимого». Основную роль при этом играет выбор местного «начальства». Конечно, данное заключение не вполне относится к тем партиям, организационные и, особенно, кадровые ресурсы которых коренятся в унаследованных от советского периода социальных сетях. КПРФ и Аграрная партия реализуют себя как раз через те социальные сети, которые наилучшим образом сохранились в сельской местности. Дело, конечно, не в большей патриархальности или консервативности крестьян, но скорее в том, насколько местные руководители склонны поддерживать кандидатов от левых партий. Если завтра их предпочтения изменятся в пользу иных блоков (будь то «Отечество» или «Единство»), изменятся и предпочтения целых территорий, что и продемонстрировали последние выборы в некоторых российских провинциях (имеются в виду прежде всего Татария, Башкирия).

Однако сама по себе плотность социальных связей, характерная для сельских и локальных общностей, еще не указывает на большие объемы административного ресурса. Так, несомненно, значительным объемом административного ресурса обладают «молодые» города с недавним сложившимся населением, занятым на одном или двух градообразующих предприятиях. Типичным примером такого города является Тольятти. Вероятно, в данном случае речь идет о контроле вполне определенной социальной группы над основным источником материального благосостояния горожан (в Тольятти это производство и продажа автомобилей). Плотность социальных связей здесь невелика, но гораздо выше, чем в других городах, зависимость избирателей, пусть и опосредованная, от деятельности одной, доминирующей в городе социальной группы. Очевидно, среди составляющих А-ресурс следует

¹ Голосов Г. В., Шевченко Ю. Д. Независимые кандидаты и зависимые избиратели: влияние социальных сетей на электоральную политику в России // Политические исследования. 1999. № 4. С. 109.

² Там же. С. 112.

выделять фактор более или менее плотных социальных связей и фактор более или менее диверсифицированных источников благосостояния. Не последнюю роль в таких городах играют местные средства массовой информации, в первую очередь телевидение, которое в «молодых» городах гораздо эффективнее повседневных социальных связей воздействует на население. Именно через СМИ, в особенности телевидение, А-ресурс становится доступным, но уже не местным «нотаблям», а федеральной элите. (А-ресурс молодых городов представляет собой особую разновидность и потому нуждается в специальном исследовании. В данной статье лишь обозначена многофакторность административного воздействия на поведение избирателей.)

Итак, помимо личного и партийного ресурсов, проявляющих себя в наибольшей степени в условиях крупных городов, в сельской местности большую роль играет ресурс, который мы называем административным (А-ресурсом). Он представляет собой возможность местных руководителей влиять на результаты голосования на своей территории. Это влияние не сводится к форме насилие, прямого указания — «Голосуй, как я говорю». Оно может быть выражено в четырех основных формах: в форме передачи ответственности за выбор — «Кузьмич, голосуй за кого хочешь, мы тебе доверяем»; в форме усвоенной в ходе социальной коммуникации установки — «Председатель нам столько хорошего о нем рассказал»; в относительно легитимной форме «рекомендации» избирателям голосовать за кандидата или партию со стороны членов избирательной комиссии непосредственно на участке и в нелегитимной форме подкупа, запугивания, фальсификации результатов голосования. Вычленение этих составляющих возможно лишь теоретически, на практике они скорее всего слиты и действуют совместно, хотя в разных случаях в разных пропорциях.

Результаты предыдущих избирательных кампаний позволяют оценить примерный объем этого ресурса. Сделаем это применительно к 151-му Новокуйбышевскому избирательному округу. Из других исследований известно, что наиболее свободно от влияния местных властей (в ненациональных регионах) голосование по партийным спискам. На мнение и поведение избирателей в этом случае наиболее мощное воздействие оказывает агитация через общенациональные СМИ. Можно предположить, что давление местных руководителей в этом случае наименьшее. В то же время очевидно, что наибольшую заинтересованность в результатах голосования они проявляют при выборах главного местного руководителя — губернатора области и для достижения необходимого результата они мобилизуют все свои ресурсы.

Объем А-ресурса, вычисленный в процентах от числа принявших участие в голосовании, равен разности между долей голосовавших за оппозицию (ЛДПР, КПРФ и ее союзники) и долей голосовавших за кандидата от нее на выборах губернатора. В этой формуле содержится два основных допущения.

Первое — это предположение, что действием иных видов ресурсов можно пренебречь. Это пренебрежение вполне допустимо, поскольку основанием нашей гипотезы является не высокий уровень голосования за губернатора сам по себе, а некоррелируемость голосований по партийным спискам и по отдельным кандидатам. (Последнее в свою очередь указывает на малую погруженность данной локальной общности в политическую жизнь, а значит, и на высокую степень воздействия мнения политической элиты на поведение населения.) Личностный ресурс здесь является результатом согласия местной политической элиты относительно данного кандидата и как таковой представляет собой состав-

ляющую А-ресурса. Тем не менее личностный ресурс несомненно участвует в формировании поведения избирателей и там, где отсутствует консенсус внутри местной элиты и население в известной степени свободно от контроля с ее стороны, и там, где кандидат помимо своей партийной идентификации имеет особые характеристики, сближающие его с местным населением, например «земляк». Однако, как будет показано ниже, воздействие данного вида ресурса ограничено.

Второе допущение — это разница в активности избирателей в двух электоральных случаях. Так, в выборах депутатов в Государственную Думу в 1995 г. приняло участие 69,13% от всех зарегистрированных в округе избирателей, а на выборах губернатора области в 1996 г. — лишь 59,53%. Согласно общепринятому мнению, предпочтение редко участвующих избирателей отдаются «реформаторам», чья деятельность привела к реальной диверсификации способов увеличить личное благосостояние для отдельного человека. Напротив, в наименьшей степени их голоса получают кандидаты оппозиционных партий. Иначе говоря, в выборах с малой активностью избиратель увеличена доля «зависимых» от власти, а значит, и увеличен относительный объем А-ресурса, исчисленный в процентах от числа принявших участие в них. Можно произвести его пересчет с учетом активности избирателей, но величина первоначального отклонения будет невелика.

На выборах в Государственную Думу в 1995 г. в 151-м Новокуйбышевском округе оппозиционные партии (КПРФ, ЛДПР, Аграрная и более мелкие партии) набрали 59,74%. На выборах губернатора их победитель К. Титов на территориях 151-го округа собрал 59,74% голосов, первый секретарь обкома КПРФ В. Романов, поддержанный и местными коммунистами, и центральным офисом партии, получил 33,8%. Согласно нашей гипотезе, объем А-ресурса в данном случае составил около 26%.

Очевидно, что различия в голосовании за оппозицию и ее кандидатов на пост губернатора связаны с использованием всех видов ресурсов, доступных кандидатам, в том числе личного и партийного, но можно предположить, что в условиях преимущественно сельского округа (49% здесь живут в малых городах, самый крупный из которых — Новокуйбышевск — составляет менее 20%, численности всех избирателей, 51% — жители сел и поселков) именно А-ресурс сыграл основную роль. Так, в Самаре за кандидатуру В. Романова на пост губернатора области проголосовали 34% пришедших на избирательные участки, в то время как годом раньше за оппозиционные партии проголосовали 37%. Как видим, на городских избирателей влияние всех факторов сказалось в минимальной степени. На территориях Новокуйбышевского округа влияние местного начальства куда более существенно. Если за В. Романова в целом по округу проголосовало около 34% здешних избирателей, то в малых городах 151-го округа за него проголосовало 37%, что на 17% меньше, чем за левые партии и ЛДПР годом раньше (54%). Но в максимальной степени А-ресурс оказался доступен сельским руководителям: за первого секретаря обкома главной оппозиционной партии в 1996 г. проголосовало в два раза меньше, чем за оппозицию в целом в 1995 г.: 31 и 64% соответственно. Таким образом, выбранный нами способ количественной оценки объема А-ресурса дает максимум именно там, где теоретически он наиболее значим, а минимум там, где он крайне ограничен. Можно сделать вывод, что данный способ достаточно адекватно отражает существенные характеристики изучаемого параметра и вполне пригоден для его количественного измерения.

Как уже было отмечено выше, для предварительной количественной оценки объема изучаемого ресурса не-

обходимо учесть разницу в активности избирателей в разных электоральных ситуациях. С этой целью мы сначала вычислили абсолютное число избирателей, составивших А-ресурс во всем округе на выборах губернатора, а затем найдем, какую долю оно составляет от числа участников голосования 1995 г. Результат равен 22%, что составляет около 85% от вычисленного без учета разницы в активности. Наибольшее изменение в активности было присуще городским избирателям: уменьшение их стремления повлиять на распределение сил во властных структурах в два с лишним раза превышало аналогичное у сельчан (11 и 5% соответственно). Иначе говоря, действие А-ресурса распространяется не только на распределение результатов голосования, но и на участие в нем. Там, где данный ресурс наиболее доступен партиям и их кандидатам, активность избирателей выше, там, где он малоэффективен, их активность ниже. Следовательно, объем А-ресурса в случае низкой активности необходимо корректировать, если требуется повысить активность избирателей.

Конечно же, не всегда А-ресурс задействуется полностью. Часто это не удается, и тогда побеждает сторонник той партии, на стороне которой находятся предпочтения руководства районов и предприятий округа. В то же время проявляет себя личностный ресурс, в предельном случае практически целиком покрываемый административным. Так, на выборах депутата Государственной Думы в 1995 г. одновременно с выборами по партийным спискам депутатом от 151-го Новокуйбышевского округа был избран первый секретарь обкома КПРФ В. Романов, собравший 49,6%. Его ближайший соперник В. Лекарева, которая пользовалась определенной поддержкой администрации области, — 20%. Аналогичный расчет показывает, что тогда А-ресурс составил около 11%. Это примерно 41% от того уровня А-ресурса, который был продемонстрирован на выборах губернатора.

Поскольку Романов долгое время был достаточно тесно связан с Новокуйбышевском, было логично ожидать, что для жителей этого города решающим в их выборе станет личностный ресурс этого кандидата. Действительно, если за оппозиционные партии в этом городе проголосовало 49,6%, то за Романова — уже 55%. Иначе говоря, даже если в городе функционировал А-ресурс, то его действие оказалось неэффективным вследствие действия ресурса личностного, которым располагал другой кандидат. В то же время мы не можем исключить того, что в Новокуйбышевске А-ресурс работал в пользу одного кандидата, а на других территориях округа — в пользу другого (что, с одной стороны, маловероятно, а с другой — лишь подтверждает мысль, согласно которой в условиях конкуренции элит личностный фактор способен влиять на результаты голосования). В любом случае Новокуйбышевск является приме-

ром действия личностного ресурса, имевшего направленность, противоположную действию А-ресурса.

Учитывая оказанное, мы можем вычесть из объема А-ресурса ту его часть, которая либо оказалась недоступна в Новокуйбышевске, либо была нейтрализована действием иных ресурсов. Среди избирателей этого города, принявших участие в выборах, она составила 5,5%, среди всех избирателей округа — менее 1%, что лишь в небольшой степени может скорректировать нашу оценку А-ресурса в его «минимальном» выражении — 9%.

Поскольку на выборах в 1995 г. доля проголосовавших против всех составила 9% и, вероятно, на этом же уровне сохранится впредь, борьба должна развернуться за голоса около 90% намеренных голосовать избирателей. В условиях очевидного противостояния двух кандидатов победу одного из них обеспечивает поддержка 45% избирателей, а поддержка 40%, практически лишает надежд на победу.

Таким образом, с учетом ожидаемой явки избирателей (около 70%) на прошедших 19 декабря 1999 г. выборах, кандидат, «противостоящий В. Романову», должен был мобилизовать А-ресурс не менее чем на 15% (напомним, что максимальное его значение — 22%). В этом случае численность сторонников последнего должна составить менее 45%. Это не гарантировало бы успеха, но позволило бы до предела обострить борьбу. Мобилизация же 20% А-ресурса дала бы возможность О. Дьяченко победить своего оппонента, хотя и с минимальным перевесом. Однако последнее возможно лишь в условиях чрезвычайного напряжения сил и близкой к стопроцентной мобилизации А-ресурса, что маловероятно. По результатам голосования 19 декабря 1999 г. за В. Романова проголосовало около 45% избирателей, а за О. Дьяченко — 38%. Таким образом, А-ресурс был задействован примерно на 60% (15% от численности всех избирателей округа).

Наметившаяся в ходе последних электоральных кампаний тенденция к сегментированию и «профессионализации» рынка политических партий, к увеличению доли избирателей, поддерживающих партию власти, наряду с возможностями использования А-ресурса ставит электоральную ситуацию в стране в большую зависимость от позиций федеральной и местных элит, чем несколько лет назад. Такая расстановка сил во время выборных кампаний указывает на сильную зависимость рядового российского избирателя малых городов в его повседневном поведении от непосредственных властей, на его личную отстраненность от политической жизни. В то же время очевидно, что административный ресурс носит ограниченный характер и возможности его расширения, судя по всему, исчерпаны. Последнее, в свою очередь, является следствием относительной независимости повседневного поведения значительной части избирателей от государственных институтов, в первую очередь местных.

Таблица 1

Примерный объем А-ресурса в 151-м Новокуйбышевском округе

(в % от числа голосовавших)

	Оппозиция в 1995 г.	Минимальный (выборы депутатов Государственной Думы)		Максимальный (выборы губернатора)		Средний
		Романов-95	А-ресурс	Романов-96	А-ресурс	
Самара	37,14			34,38	2,76	
В целом по 151-му округу	59,74	49,57	10,17	33,80	25,94	18,1
Новокуйбышевск	49,62	55,16	-5,54	38,94	10,68	2,6
Отрадный	47,34	42,15	5,19	33,92	13,42	9,3
Другие города	60,90	48,57	12,33	36,64	24,25	18,3
Все города округа	54,68	46,42	8,26	37,35	17,33	12,8
Все села округа	64,17	50,79	13,38	31,02	33,16	23,3
С учетом личностного ресурса в НКБШ			9,24		25,94	17,6
Пересчет с учетом активности					22,02	