

преобладающая негативная оценка XX в. и человеческих качеств людей, живущих в XX в., по сравнению с предыдущими столетиями; сосредоточенность коллективного образа прошлого, с одной стороны, на моментах общей беды, совместного испытания, прежде всего войны, с другой — на символике прежнего советского и нынешнего российского государства как "великой державы", с третьей — на символах исключительно технических открытий, а в социальном плане — на достижении государством прежде всего уравнилельно-популистских целей; усвоение массовым сознанием выборочных элементов интеллигентского "пантеона" при значительной утрате интеллигенцией прежнего культурного авторитета и сколько-нибудь отличительного собственного места, общественной роли, в том числе при прямом отказе от ее собственных ценностей и символов.

Любые представления о прошлом, истории, ее фазах и отрезках (включая последнее столетие) связаны с характером конкретного общества, его групповым составом и институциональной структурой, господствующим или господствующими в нем типами человека, самопониманием этого последнего. В частности, для коллективной памяти о прошедшем — но сначала, конечно, для того, чтобы совершились события, которые стоило бы помнить, — необходимы определенные самостоятельные группы или хотя бы группа деятельных и авторитетных людей, которая считает это прошлое своим не потому, что оно в него "вляпалось" или ему его "навязали" ("оккупировали" и пр.), а потому, что она, наряду с другими, деятельно участвовала в его осуществлении, выбирала те, а не иные действия, инициировала те, а не иные события, а потому понимает их смысл, готова его отстаивать или — если решит, что это необходимо — корректировать, но в любом случае способна за этот смысл отвечать. Плоды своего, по собственному почину и на собственный страх и риск ведущегося осмысления подобного опыта она, далее, предъявляет "большому" сообществу, закладывая начало традициям подобной работы, для поддержания, продолжения, развития которой необходима широкая социальная, межгрупповая, институциональная основа и поддержка. Это, собственно, и есть общество в совокупности его разнообразных групп, органов, структур, систем, среди которых — субсидируемая и гарантированная всем обществом подсистема коллективной памяти. Но именно в силу этого разнообразия перед нами общество со вполне определенными универсальными ценностями, разделяемыми критериями оценки, согласованными и признанными правовыми и моральными ориентирами, отвлеченными от чисто индивидуальных и групповых интересов

Вместе с тем этот опыт может быть осмыслен, обсужден, поддержан и воспроизведен, только если общим трудом выстроена и повседневно существует публичная сфера с ее разнообразными формами совместного анализа, коллективной (в том числе, специализированной) рационализации, заинтересованной дискуссии. Речь об особых социальных устройствах и культурных приспособлениях самого широкого спектра — от клубов и парламента до "открытых" лекций и семинаров, от малотиражных журналов (little review) до "толстых" газет и десятков телевизионных каналов, включая — но лишь наряду с многочисленными иными — государственные и общенациональные.

В любом случае, основой остается представление о самостоятельном и деятельном индивиду и об обществе как поле позитивного учета интересов, ресурсов, перспектив подобных индивидов, согласования их действий. Иначе отчужденное (как будто бы "не мое") прошлое выступает то неприятным, беспокоящим объектом ускользания, отталкивания и вытеснения, то запеводником компенсаторных проекций мифологического "золотого века".

У атомарного, подопечного и лукавого человека, даже мобилизованного и сбитого в мнимую послушную массу, истории не бывает: здесь действует социальная физика. Поэтому истории как совместной биографии самодельных субъектов, рамки их коллективного смыслового соотношения, как обобщенной символической конструкции опыта, а потому и как "реальности" самостоятельно прожитой жизни — своей ли, других людей или иных поколений и групп — в наших условиях, собственно говоря, нет. Подобная история в массовом сознании россиян заменяется тем или иным, когда более, когда менее жестким, но по-прежнему единственным вариантом легитимационной легенды власти, беспроblemность и безальтернативность которой подкреплена современными высокотехническими средствами ее популяризации среди подначального населения.

Наталья ЗОРКАЯ **Информационные предпочтения жителей России**

С началом реформ Е.Гайдара кончается эпоха "гласности", соответственно, падают тиражи газет и журналов, сходит на нет журнальный бум, отражавший процессы политической мобилизации конца 80-х — начала 90-х годов. На протяжении второй половины 90-х годов основным источником получения информации для подавляющего большинства населения является телевидение, вытеснившее газеты и журналы на периферию общественного интереса. На большом объеме данных 1993—1997 гг., включая результаты опросов ВЦИОМ, это показано в книге Л.Л.Реснянской и И.Д.Фомичевой*. Приведем сопоставительные данные о частоте обращения опрошенных россиян к различным типам информационных источников (табл. 1).

Таблица 1

Частота обращения к информационным источникам

Как часто Вы смотрите новости?

Как часто Вы читаете общероссийские газеты?

Как часто Вы читаете местные газеты?

(июль 2000 г., N=1800 человек,

данные по затруднившимся ответить не приводятся)

Частота обращения	Телевидение	Общероссийские газеты	Местные газеты
Практически каждый день	70	11	8
Два-три раза в неделю	16	18	10
Один раз в неделю	5	26	17
Реже, чем раз в неделю	3	14	18
Не смотрю, не читаю	6	30	46

Самая существенная черта этого периода — резкое сокращение читательской аудитории ежедневных газет и журналов общественно-политического содержания (а также литературно-художественных, но здесь мы на них останавливаться не будем). При этом ассортимент ежедневных газет и еженедельников, а также журналов типа "Огонек", "Столица", "Новое время" в 90-е годы не только не сократился, но даже расширился. "Старые" газеты и журналы, пользовавшиеся огромной популярностью в начале перестройки, продолжают выходить, однако тираж их снизился на порядок. Вместе с развитием газетного рынка появились и новые типы газет и журналов, такие, как га-

* Реснянская Л.Л., Фомичева И.Д. Газета для всей России. М., 1999.

Какие газеты Вы читаете более или менее регулярно?
(в % от числа опрошенных в каждом году)

Вариант ответа	Ноябрь						Май
	1994 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.
Число опрошенных	2957	2551	2399	2401	2409	2388	2407
"Аргументы и факты"	19	16	20	25	24	20	21
"Завтра"	—	—	—	—	1	0,3	0,2
"Известия"	3	3	3	5	2	2	2
"Коммерсантъ"	2	1	1	1	1	1	1
"Комсомольская правда"	9	9	11	14	16	12	12
"Независимая газета"	1	0,2	1	1	1	1	1
"Новые Известия"	—	—	—	—	0,3	0,2	0,3
"Общая газета"	—	—	—	0,2	0,1	0,1	0,4
"Правда"	1	1	1	2	1	1	1
"Российская газета"	3	2	3	4	2	2	1
"Сегодня"	0,4	1	0,4	1	1	1	1
"Советская Россия"	1	1	2	2	1	2	1
"Труд"	5	4	6	5	4	3	4
"Время МН"	—	—	—	—	0,2	0,1	0,2
"Ведомости"						1	2
"Совершенно секретно"	—	—	—	7	7	6	9
"СПИД-Инфо"	—	—	—	20	18	14	15
"Спорт-экспресс"	—	—	—	2	3	2	2
Местные газеты	52	40	41	—	—	—	—
Местные ежедневные газеты	—	—	—	20	21	12	14
Местные еженедельные газеты	—	—	—	22	33	24	20
Местные развлекательные, рекламные газеты	—	—	—	17	18	16	19
Газеты регулярно не читаю	28	40	39	27	29	31	30

зета "Коммерсантъ", еженедельные журналы "Деньги", "Власть", "Итоги", "Эксперт", "Персона", "Карьера" и пр. Возникло и значительное число еженедельных изданий, носящих прежде всего развлекательный характер. Они вызывали повышенный интерес к себе, в частности, тем, что в них были сняты прежние табу, например, на широкое публичное обсуждение проблем секса, частной жизни звезд и политиков, стали обсуждаться прежде закрытые криминальная тематика, паранормальные явления и пр. Лидером читательского интереса, по данным опросов общественного мнения, здесь на протяжении многих лет является газета "СПИД-Инфо". Другой тип популярного еженедельника представляет газета "Совершенно секретно", основная тема которой — "политика и власть", но много внимания уделено и криминальным аспектам, разоблачению закулисных тайн и пр. Ставка в значительной мере делается на сенсацию и скандал, что сближает газеты этого типа с тем, что на Западе принято называть "таблоидами". Именно такие издания на протяжении многих лет среди читателей пользуются наибольшей популярностью (исключение — постоянный лидер на газетном рынке, еженедельник "Аргументы и факты", о чем речь пойдет ниже). Приведем данные о динамике читательского интереса к ежедневным и еженедельным газетам за 1994-2000 гг. (В список включены газеты, читательская аудитория которых составляет не менее 1% взрослого населения России, а также некоторые общероссийские газеты, появившиеся относительно недавно и, возможно, еще не сумевшие привлечь значительного числа читателей.)

Как видно из данных табл. 2, ни одна из общероссийских газет, как старых, так и новых, которые в принципе могли бы претендовать на роль ведущих ежедневных газет общеполитического плана, не собирает сколько-нибудь значительной аудитории. Тройку лидеров здесь практически на протяжении всего рассматриваемого периода составляют "старые", доперестроечные газеты — "Комсомольская правда", "Труд" и "Известия". Подчеркнем, "Комсомольская правда" — единственная газета, которая сумела за эти годы даже расширить свою аудиторию после катастрофического падения тиража. Однако ее едва ли следует рассматривать в одном ряду с другими ежедневными газетами, поскольку нынешняя "Комсомольская правда" выходит в нескольких вариантах, в том числе в качестве еженедельника, близкого по типу к "Аргументам и фактам". Нас же в данном случае интересуют ежедневные новостные газеты (включая и те, которые выходят несколько раз в неделю, как, например, "Новая газета", но по типу могут быть отнесены к ежедневным).

Для этого типа газет показательным является распределение их популярности в зависимости от уровня урбанизации. Читательская аудитория центральных газет и журналов эпохи перестройки была в основном сконцентрирована в столичных и крупных, промышленно развитых городах. В упомянутой тройке лидеров только "Известия" имеют в столицах популярность, значительно превышающую как средний показатель по России, так и показатели по другим типам поселений: в Москве и

В какой мере, на Ваш взгляд, заслуживают доверия печать, радио, телевидение?
(в % от числа опрошенных в соответствующем году)

Вариант ответа	Ноябрь		Сентябрь			Май
	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.
Число опрошенных	2551	2399	2407	2408	2409	2407
Вполне заслуживают	20	24	26	24	25	20
Не вполне заслуживают	46	47	47	44	44	47
Совсем не заслуживают	17	17	16	18	19	19
Затрудняюсь ответить	16	12	12	14	12	14

С.-Петербурге "Известия" регулярно читают 6% опрошенных в этих городах (в среднем по строке 2%), в больших и малых городах, как и на селе — 1–2%. Незначительно "Известия" отстают по популярности в сравнении со "столицами" только в городах среднего размера, здесь "Известия" регулярно читают 5% опрошенных. "Комсомольская правда" читается в "столицах" реже, чем в других городах, по популярности она лидирует в больших городах (где ее читают 22% населения).

Газета "Труд" обращена к "среднему" читателю, ее популярность во всех типах поселений, за исключением "столиц", где она падает, примерно одинакова — 4%.

Подвляющая часть российских общеполитических ежедневных газет читается в основном в "столицах" — это относится, помимо уже упомянутых "Известий", к газете "Коммерсантъ-Daily" (3%), "Независимой газете" (3%), "Новой газете" (3%), "Новым Известиям" (1%), еженедельнику "Общая газета" (2%). Тип поселения стал для газет этого типа практически единственным признаком, сколько-нибудь дифференцирующим аудиторию (правда, в ней чуть больше читателей молодых возрастов до 40 лет, а также респондентов с высшим образованием). Единственным исключением среди рассматриваемых газет является "Комсомольская правда", которую значительно чаще среднего читают респонденты с высшим образованием (27%) и несколько чаще среднего — люди в возрасте от 30 до 40 лет (18%). "Известия" чаще других социально-профессиональных групп читают учащиеся и домохозяйки (8 и 6%); "Коммерсантъ-Daily" — учащиеся (4%), и руководители (4%), "Независимую газету" — руководители (3%), "Новую газету" — руководители и специалисты (2 и 3%). "Комсомольская правда" — самая читаемая газета среди руководителей и специалистов (25%).

Данные по динамике популярности различных газет показывают, что доля людей, не читающих газеты регулярно, остается устойчивой на всем протяжении времени, последовавшем за эпохой "гласности". Фаворитом на газетном рынке в 90-х годах остается общественно-политический информационный еженедельник "Аргументы и факты" (численность его аудитории практически не меняется в течение последнего десятилетия). Это свидетельствует о тяготении читателей газет к "дайджестовой" форме, к коротким сообщениям, носящим сенсационный или скандальный характер. Роль здесь играет и стиль подачи материала, образец которого был задан "Московским комсомольцем" — одной из самых популярных газет в России, невзирая на ее "столичный" характер. В "столицах" ее регулярно читают 27% жителей, в других городах — 9–12% и даже на селе 6% жителей. В данном контексте показательна и стабильность аудитории еженедельника "Совершенно секретно", успех которого, как представляется, в значительной мере вызван не самой демократической идеей журналистского расследования, а скандальностью и сенсационными разоблачениями тайного, закулисного, скрытого от глаз обывателей, так и не ставших "общественностью" (в смысле Ю.Хабермаса).

Падение популярности (соответственно, тиражей) общероссийских или бывших центральных газет сопровождается устойчивым (на это мы неоднократно указывали в прежних публикациях) интересом к местным газетам как общеполитического, так и развлекательного свойства. Тиражи общероссийских газет, особенно новых, как правило, не превышают 100 тыс. экземпляров, а чаще они значительно ниже, что, конечно, очень низкий показатель для многомиллионной страны, претендующей на вхождение в современный мир развитых западных демократий. Около трети россиян предпочитают получать информацию о событиях в стране и мире именно из местных газет, при том что хорошо известно, насколько беднее по своим ресурсам, в том числе технологическим, кадровым, региональная печать, не говоря уже о влиянии на нее местной власти. Кроме того, частота обращения к ежедневным местным газетам в среднем ощутимо ниже, чем к общероссийским (см. табл. 2).

Низкие тиражи нынешних ежедневных газет отражают рыночную ситуацию спроса и предложения и характеризуют продуктивность, авторитетность коммуникативных элит, не способных привлечь к своему "продукту" даже самые продвинутые в социальном, культурном, политическом плане группы общества.

Вместе с тем уровень доверия, высказываемый общественным мнением к средствам массовой коммуникации, остается по-прежнему высоким. Однако этот показатель следует рассматривать не столько как оценку успешности деятельности представителей "четвертой власти", сколько именно как кредит доверия, которое должно быть оправдано (табл. 3).

Функция информирования населения о событиях в стране и мире, их анализа, формирования или трансляции существующих представлений и мнений о происходящем на сегодня практически полностью сконцентрирована "в руках" телевидения (мы не будем останавливаться здесь на проблемах радиовещания, поскольку это отдельная тема, требующая специального разбора). Приведем данные об аудиториях основных новостных и информационно-аналитических телепрограмм (табл. 4).

Как видим, доля респондентов, практически не отслеживающих события по телевидению, в 2,5–3 раза ниже, чем в случае газет. Распространение информации на общероссийском уровне, таким образом, практически полностью сосредоточено в руках телекомпаний. Сравнение приведенных данных показывает, что до 1998 г. численность аудиторий основных информационных программ и их распределения оставались довольно стабильными. Некоторый перелом наметился с осени 1998 г., после августовского кризиса, когда увеличилась численность аудитории ежедневных новостей на канале НТВ ("Сегодня"), еженедельной информационно-аналитической программы "Итоги", восстановившей прежнюю численность к весне 2000 г. Всплеск популярности программ новостей на канале ОРТ, зафиксированный в последнем опросе, скорее всего, приходится на предвыборный период, период

Таблица 4

Какие программы новостей Вы смотрели более или менее регулярно в течение последнего месяца?
(в % от числа опрошенных в соответствующем году)

Вариант ответа	Ноябрь						Май
	1994 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.
Число опрошенных	2957	2551	2399	2401	2409	2388	2407
"Вести" (РТР)	31	28	51	48	55	48	50
"ИТА-Новости" (ОРТ)	20	21	23	12	14	10	37
"Время" (ОРТ)	—	—	57	61	63	62	59
"Сегодня" (НТВ)	3	6	20	18	21	22	23
"Итоги" (ОРТ)	4	3	20	23	31	32	27
"Зеркало" (РТР)	—	—	9	12	14	16	13
Программа С.Доренко (ОРТ)	—	—	—	—	—	—	31
"События" (ТВЦ)	—	—	—	—	—	—	4

Таблица 5

Динамика социально-демографического состава аудиторий новостных телепрограмм
(в % от числа опрошенных в каждой группе в соответствующем году)

А. Ежедневные новости

Социально-демографические группы	"Время"			"ИТА-Новости"			"Вести"			"Сегодня"		
	1997 г.	1998 г.	2000 г.	1997 г.	1998 г.	2000 г.	1997 г.	1998 г.	2000 г.	1997 г.	1998 г.	2000 г.
Всего	61	63	59	12	14	37	48	55	50	18	21	23
<i>Возраст:</i>												
до 29 лет	46	51	51	9	13	34	38	42	40	15	19	25
30-49 лет	60	62	61	12	12	34	50	58	53	19	26	24
50 лет и старше	73	73	63	13	16	43	54	61	53	18	17	19
<i>Образование:</i>												
высшее	63	64	65	18	10	39	61	59	58	24	34	34
среднее	58	61	59	11	14	38	47	57	51	21	23	24
ниже среднего	58	65	57	10	14	36	44	51	44	12	13	17
<i>Тип поселения:</i>												
Москва и С.-Петербург	40	45	47	11	10	31	40	45	48	32	38	34
большие города	64	60	61	12	14	40	54	56	59	20	25	38
средние и малые города	61	66	61	12	13	38	48	55	47	18	20	23
села	65	68	60	11	16	36	47	58	44	10	12	12

Б. Еженедельные информационно-аналитические программы

Социально-демографические	"Итоги"			"Зеркало"		
	Июль		Май	Июль		Май
	1997 г.	1998 г.	2000 г.	1997 г.	1998 г.	2000 г.
Всего	23	31	27	12	14	13
<i>Возраст:</i>						
до 29 лет	20	23	24	6	6	7
30-49 лет	22	37	30	12	13	9
50 лет и старше	26	30	26	17	20	20
<i>Образование:</i>						
высшее	39	47	40	18	14	14
среднее	24	34	29	10	13	11
ниже среднего	17	20	19	14	14	14
<i>Тип поселения:</i>						
Москва и С.-Петербург	41	57	48	12	12	15
большие города	27	36	31	13	16	14
средние и малые города	24	28	26	11	10	12
села	13	19	16	14	16	11

установления "эпохи" В.Путина. Аудитория новостных, информационно-аналитических программ государственного канала РТР практически не менялась за рассматриваемый период (табл. 5).

В целом колебания размера аудиторий, как видно из сопоставительных данных, были на протяжении последних четырех лет незначительны. Исключение составляет упомянутый стремительный рост аудитории программы "Новости" на канале ОРТ, который следует отнести на счет предвыборной активизации, проходившей под знаком "пропутинской" и "антилужковской" пропаганды. Косвенным подтверждением этому служит весьма значительная популярность программы С.Доренко, которую она завоевала уже "на старте". Не последнюю роль здесь, видимо, сыграл и характер освещения каналом войны в Чечне, столь активно поддерживавшейся населением особенно в самом начале. Что касается других информационных программ, то, при стабильности средних показателей, на групповом уровне наблюдаются некоторые сдвиги и колебания, которые с известной осторожностью можно рассматривать как симптоматичные.

Основными признаками, дифференцирующими аудиторию, являются возраст, образование и тип поселения. Наиболее стабильна аудитория информационных программ ОРТ (51% акций которого принадлежит государству, и работа которого в значительной мере отмечена прокремлевской ориентацией) и государственного канала РТР. Данные, просчитанные по объединенному массиву приведенных опросов, позволяют четче обрисовать портреты аудиторий по названным выше социально-демографическим признакам. В аудитории программы "Время" доминируют старшие возрастные группы, причем независимо от уровня образования. Так, в группе до 40 лет с высшим образованием программу "Время" регулярно смотрят 59% (при средней 62%), а в группах старше 40 лет с высшим и без высшего образования — 67%. Еще более сильным дифференцирующим признаком является тип поселения, точнее, оппозиция "столицы" — "периферия". В Москве и С.-Петербурге — "Время" регулярно смотрят 47% жителей, тогда как в больших и малых городах — по 62%, а на селе — 66% их жителей. Иными словами, аудитория программы "Время" сдвинута к социальной периферии, отмеченной большей консервативностью.

В аудитории программы "Вести" (РТР), которая в конце 80-х — начале 90-х годов явно отличалась проформистской и пролиберальной ориентацией, самой большой по своему удельному весу стала группа старше 40 лет с высшим образованием — здесь 64% регулярно смотрят программу (51% в среднем). Рассматривая эту аудиторию по шкале урбанизации, отметим, что здесь выделяются крупные города — 56% их жителей, а не "столицы", как это, скорее всего, было прежде; на селе же "Вести", в отличие от программы "Время", смотрят несколько реже, чем в среднем — 47% деревенских жителей. Тенденция к снижению доли высокообразованных респондентов в аудитории "Вестей", а также сдвиг в сторону крупных городов (хотя и в "столицах" эта программа новостей смотрится чаще других ежедневных) свидетельствует о серьезном ее кризисе, "утрате лица", что не в последнюю очередь выражается в частой смене ведущих, практически полной смене прежней команды, отражающих внутренний кризис прежней информационной политики программы.

Информационная программа "Сегодня" является третьей по популярности в "столицах", причем уровень ее популярности монотонно снижается от "центра" к "периферии" — в Москве и С.-Петербурге (рассчитано по объединенному массиву данных) ее регулярно смотрят 41% жителей (при средней 23%), в больших городах — 27%, в

средних и малых городах — 22%, а на селе — всего 13%. Показательно, что эту программу, в отличие от "Вестей" и "Времени" (и это единственный случай) примерно с равной частотой смотрят образованные респонденты разных поколений — в группе до 40 лет с высшим образованием — 34%, а в группе высокообразованных старше 40 лет — 36%. Программа новостей "Сегодня" — единственная из рассматриваемых, в аудитории которой доля молодых зрителей выросла за последние несколько лет — с 15% (по данным ноябрьского опроса 1997 г.) до 25% (в майском опросе 2000 г.) Несколько меньше, но все же выросла и доля зрителей в возрасте от 30 до 49 лет (с 19 до 24%), а также доля зрителей с высшим образованием (с 24 до 34%).

Сходные тенденции можно зафиксировать и в данных о динамике аудиторий самых популярных информационно-аналитических телепрограмм "Итоги" и "Зеркало". Аудитория программы "Зеркало", не увеличившая свою популярность среди молодых (до 29 лет), значительно утратила ее среди зрителей средних возрастов, т.е. несколько "постарела". Такие изменения в структуре зрителей свидетельствуют о дрейфе программы к более консервативному и косному крылу зрительской публики, причем это происходит на фоне некоторого снижения популярности среди высокообразованных респондентов. Программа "Итоги" значительно опережает "Зеркало" по популярности, как в "столицах", так и в других типах поселения, не конкурируя с ней лишь на селе. В среднем в аудитории "Итогов" на протяжении последних лет преобладает группа высокообразованных респондентов старших возрастов — ее регулярно смотрят 52% этой группы (при средней 29%). Среди более молодых и образованных она менее популярна, хотя и здесь этот показатель превышает средние величины — 40%; возможно, здесь играет роль и время выхода программы — воскресный вечер. Отметим, однако, что пик популярности программы среди представителей среднего возраста (от 30 до 49 лет), а также респондентов с высшим образованием и жителей "столиц" отмечался в 1998 г., а по данным последних замеров, пошел на убыль, хотя и остается относительно высокими.

Показательна в свете прошедших за последние полгода на телевидении предвыборных кампаний и связь популярности отдельных программ с электоральными предпочтениями. Программа "Время" (в среднем упомянута 59% опрошенных) выше среднего популярна среди голосовавших за ЛДПР (71%), СПС (68%), "Единство" (67%) и КПРФ (65%), а также среди проголосовавших на президентских выборах за В.Путина (64%). Программу "Вести" (в среднем упомянута 50%) чаще среднего смотрят голосовавшие за "Единство" (59%) и за В.Путина (56%). "Сегодня" (в среднем ее упомянули 23% опрошенных) наиболее популярна среди голосовавших на парламентских выборах за "Яблоко" (36%), а на президентских выборах — за Г.Явлинского (38%), также среди голосовавших на них "против всех" (29%); среди голосовавших на парламентских выборах за СПС (28%), ЛДПР (27%) популярность программы ниже. Среди голосовавших на выборах за В.Путина популярность программы практически совпадает со средним показателем (22%). Программа Н.Сванидзе "Зеркало" (13%) выше среднего популярна среди сторонников Г.Явлинского (23%), а также его партии "Яблоко" (19%); среди сторонников СПС и "Единства" она заметно ниже — 17%.

Программа "Итоги" (в среднем 27%) пользуется популярностью у большинства сторонников Г.Явлинского (52%), весьма популярна у голосовавших на парламентских выборах за "Яблоко" (46%), "Отечество" (41%), а также "против всех" на президентских выборах (40%), в электорате СПС она еще ниже — 36%.