

**ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КОМИССИЯ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ  
СРЕДНЕРУССКИЙ КОНСАЛТИНГОВЫЙ ЦЕНТР**

**СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ  
ЭЛЕКТОРАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ  
ЖИТЕЛЕЙ ВЛАДИМИРСКОЙ  
ОБЛАСТИ**

**Владимир, 2010 г.**

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	Характеристика выборки	3
2.	Активность жителей Владимирской области на выборах последних лет	8
	2.1. Социально-демографические отличия голосовавших и не голосовавших на выборах последних лет	8
	2.2. Уровень интереса жителей области к предвыборной борьбе партий и кандидатов	17
	2.3. Причины, по которым жители области не голосовали на выборах в ЗС области в марте 2009 г.	24
3.	Мнение респондентов о причинах низкой электоральной активности россиян	31
	3.1. Почему многие россияне не ходят голосовать?	31
	3.2. Отражают ли итоги выборов предпочтения избирателей?	39
	3.3. Нужен ли респондентам институт выборов?	44
4.	Оценка респондентами степени важности конституционных прав и свобод	45
5.	Оценка респондентами работы по привлечению россиян на выборы	49
	Основные выводы	55
	Список диаграмм	59
	Список таблиц	60

## 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ВЫБОРКИ

Исследование проводилось в марте - апреле 2010 г. в областном центре, в ЗАТО Радужный и в 5 районах области - Гусь-Хрустальном, Муромском, Собинском, Судогодском и Юрьев-Польском.

Всего опрошено 1050 чел. В том числе:

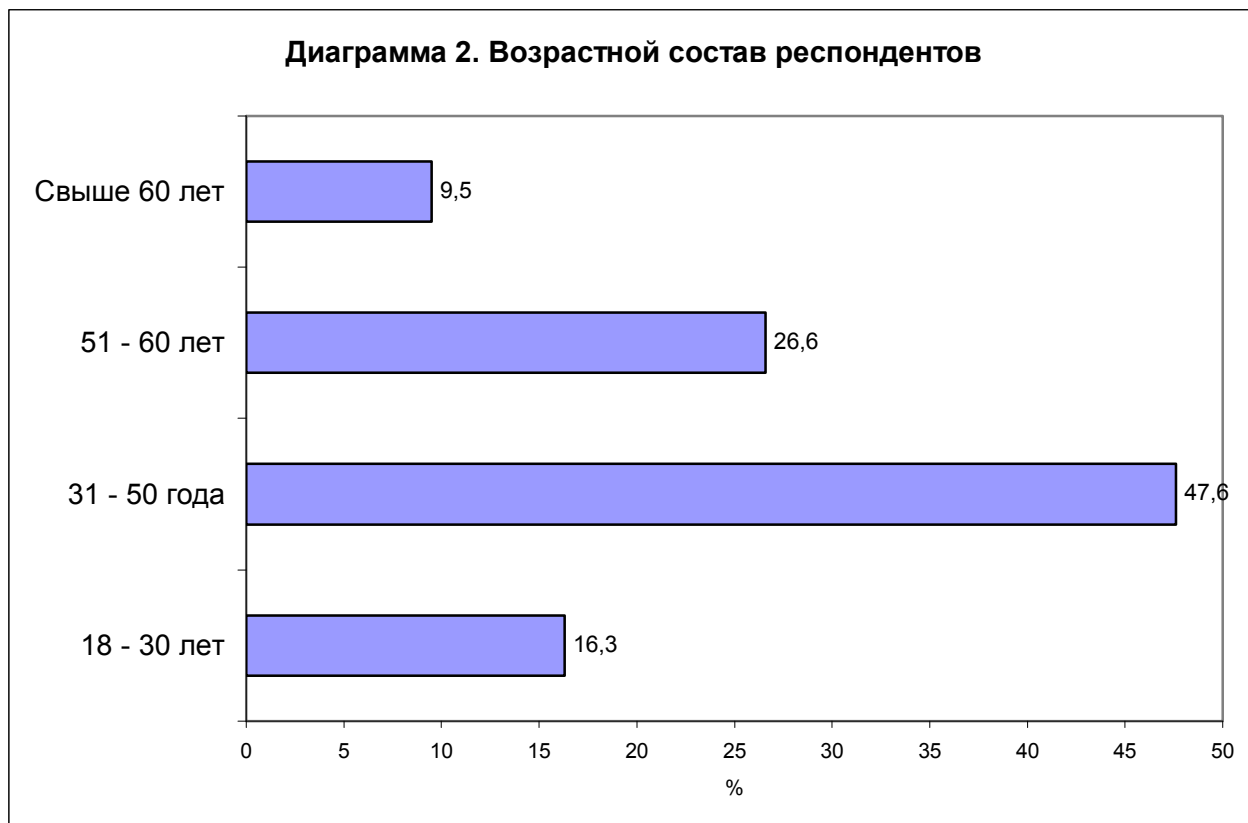
- в г.Владимир – 389 чел.
- в малом или среднем городе - 412 чел.;
- в сельской местности – 249 чел.

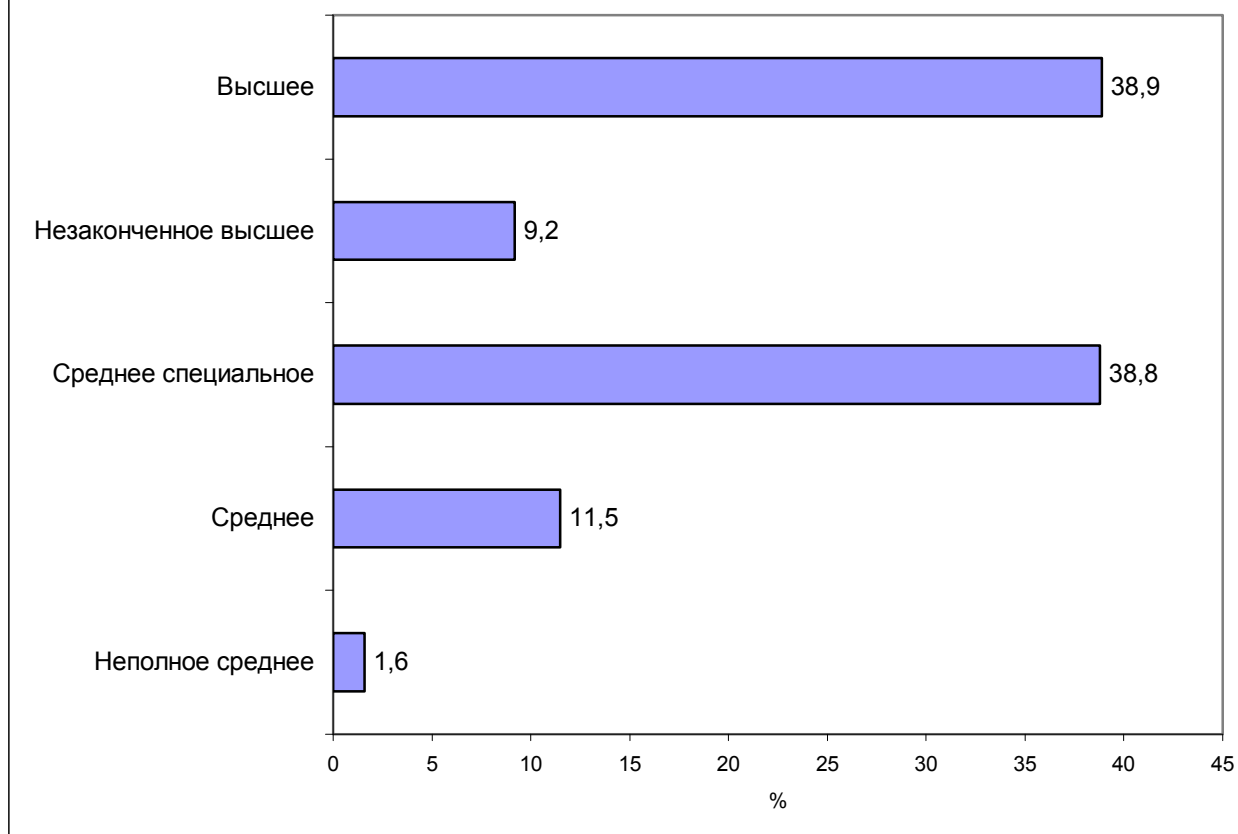
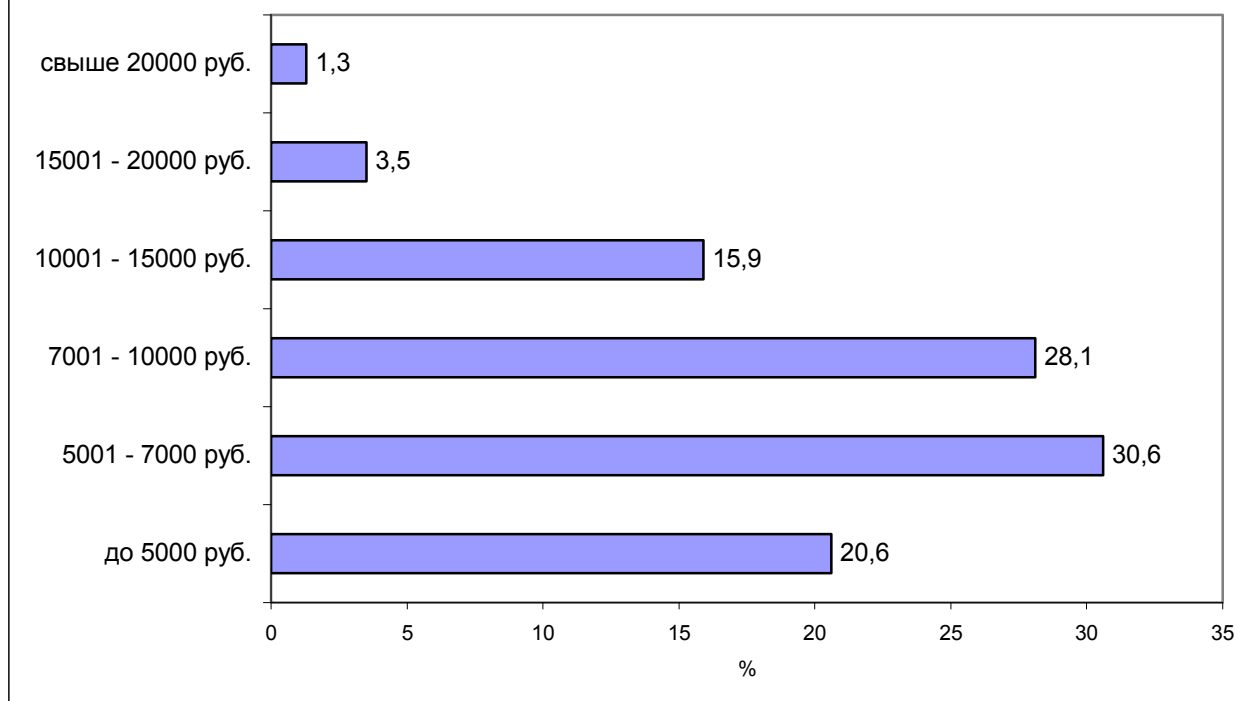
Мужчины составили 42% выборки, женщины – 58%.

Ниже на диаграммах приведены следующие характеристики респондентов:

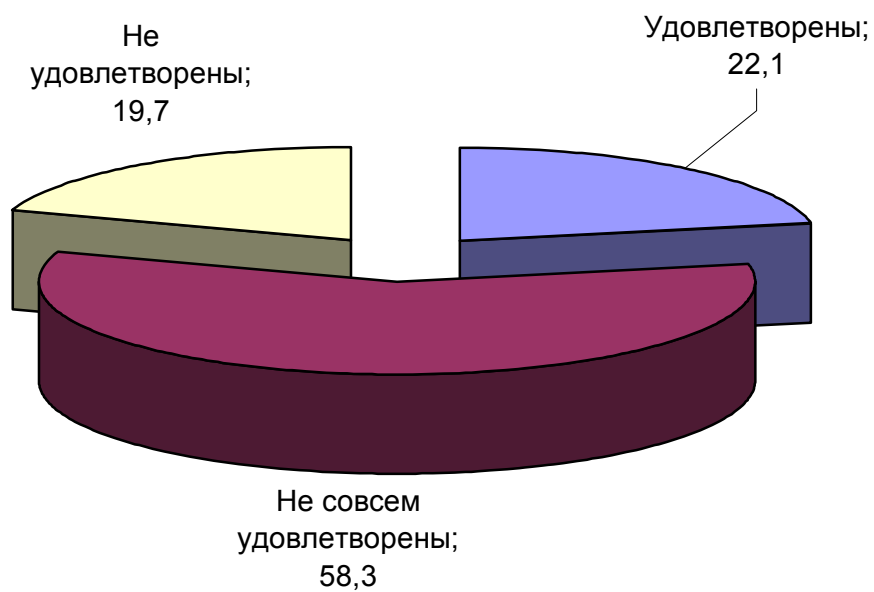
- социальный и возрастной состав;
- уровень образования;
- средний доход на члена семьи в месяц;
- уровень удовлетворенности жизнью;
- оценка материального положения своих семей.

**Диаграмма 1. Социальный состав респондентов**

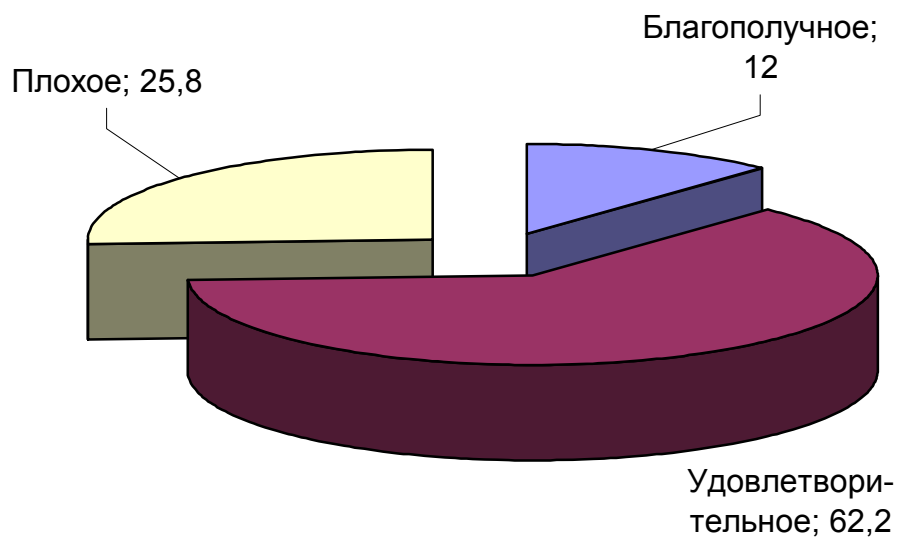


**Диаграмма 3. Уровень образования респондентов****Диаграмма 4. Средний доход на одного члена семьи респондента в месяц**

**Диаграмма 5. Уровень удовлетворенности респондентов тем, как складывается жизнь**



**Диаграмма 6. Оценка респондентами материального положения своих семей**

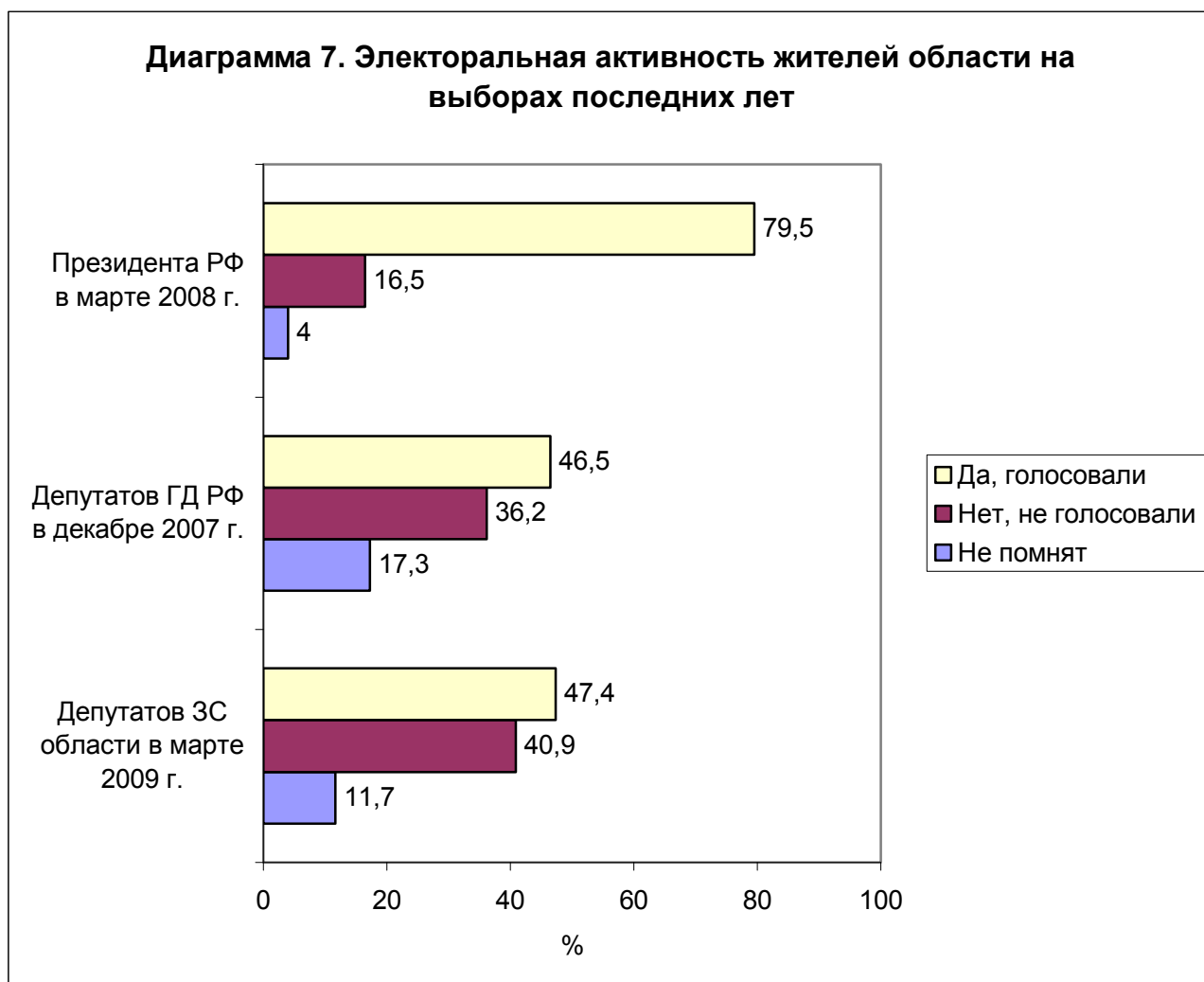




## 2. АКТИВНОСТЬ ЖИТЕЛЕЙ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ НА ВЫБОРАХ ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ

### 2.1. Социально-демографические отличия голосовавших и не голосовавших на выборах последних лет

Результаты опроса подтвердили хорошо известный факт, что активность избирателей заметно снижается в зависимости от статуса выборов (диаграмма 7). Так, на выборах Президента РФ голосовало подавляющее большинство респондентов (79.5%), а на выборах депутатов ГД РФ и ЗС области – менее половины (47%).



Отметим достаточно высокий процент жителей области, которые не помнят, ходили ли они на выборы депутатов. Особенно это касается наиболее отдаленных выборов - в ГД РФ в декабре 2007 г.

Женщины голосовали на выборах всех уровней несколько чаще мужчин (таблица 1).

Очевидно, что электоральная активность повышается с возрастом: в каждой более старшей возрастной группе доля голосовавших выше, чем в предыдущих.

Важно обратить внимание на то, что среди респондентов в возрасте 31 – 50 лет голосовавшие на выборах депутатов ГД РФ и ЗС области составили меньше половины (соответственно 42,5% и 41%).

Получается, что электоральная активность жителей области среднего возраста практически не отличается от активности молодежи (39,6% и 44%). Переломным следует считать возрастной рубеж 50 лет.

Таблица 1

**ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПОЛА И ВОЗРАСТА**  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем по выборке	Пол		Возраст			
		Мужчины	Женщины	18–30 лет	31-50 лет	51-60 лет	Свыше 60 лет
<b><i>На выборах Президента РФ</i></b>							
Голосовали	79,5	75,8	82,3	69,6	80,0	82,8	90,7
Не голосовали	16,5	20,3	13,6	24,4	16,6	12,5	8,4
Не помнят	4,0	3,9	4,1	6,0	3,4	4,8	1,2
Ответили на вопрос (чел.)	1039	434	604	168	500	273	86
<b><i>На выборах депутатов ГД</i></b>							
Голосовали	46,5	44,8	47,7	39,6	42,5	51,3	71,8
Не голосовали	36,2	40,8	32,9	45,3	39,1	31,0	14,1
Не помнят	17,3	14,5	19,4	15,1	18,4	17,7	14,1
Ответили на вопрос (чел.)	1016	422	593	159	489	271	85
<b><i>На выборах депутатов ЗС</i></b>							
Голосовали	47,4	43,2	50,5	44,3	41,2	52,2	76,1
Не голосовали	40,9	45,7	37,4	41,3	47,1	35,0	20,5
Не помнят	11,7	11,1	12,1	14,4	11,7	12,8	3,4
Ответили на вопрос (чел.)	1036	431	604	167	495	274	88

Влияет на электоральную активность и статус населенного пункта, в котором проживают респонденты (таблица 2). Наиболее дисциплинированно идут на выборы жители сельской местности, а абсентеистов больше всего в областном центре.

Таблица 2

**ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ МЕСТА  
ЖИТЕЛЬСТВА РЕСПОНДЕНТОВ**

(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем по выборке	Областной центр	Средний/малый город	Сельская местность
<b><i>На выборах Президента РФ</i></b>				
Голосовали	79,5	73,6	83,8	81,6
Не голосовали	16,5	21,7	12,8	13,9
Не помнят	4,0	4,6	3,4	4,5
Ответили на вопрос (чел.)	1039	368	407	244
<b><i>На выборах депутатов ГД</i></b>				
Голосовали	46,5	36,9	47,8	58,5
Не голосовали	36,2	40,6	38,2	26,1
Не помнят	17,3	22,5	13,9	15,4
Ответили на вопрос (чел.)	1016	360	395	241
<b><i>На выборах депутатов ЗС</i></b>				
Голосовали	47,4	43,6	45,6	56,1
Не голосовали	40,9	43,8	43,3	32,9
Не помнят	11,7	12,6	11,1	11,0
Ответили на вопрос (чел.)	1036	365	406	246

Влияние уровня образования на электоральную активность не так заметно (таблица 3). Во всяком случае, респонденты с высшим образованием не особенно выделяются на общем фоне. Однако следует отметить, что реже других голосуют респонденты, имеющие среднее специальное образование. Возможно, здесь прослеживается связь с социально-профессиональным статусом жителей области, который, как раз оказывается очень влиятельным (таблица 4).

Таблица 3

**ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ УРОВНЯ  
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПОНДЕНТОВ**

(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем по выборке	Н.среднее и среднее	Среднее специальное	Незаконченное высшее	Высшее
<b><i>На выборах Президента РФ</i></b>					
Голосовали	79,5	73,1	80,0	72,6	83,5
Не голосовали	16,5	20,9	16,5	21,1	13,1
Не помнят	4,0	6,0	3,5	6,3	3,4
Ответили на вопрос (чел.)	1039	134	401	95	406
<b><i>На выборах депутатов ГД</i></b>					
Голосовали	46,5	49,2	42,2	34,1	52,4
Не голосовали	36,2	39,8	38,4	46,2	30,7
Не помнят	17,3	10,9	19,3	19,6	16,9
Ответили на вопрос (чел.)	1016	128	396	91	397
<b><i>На выборах депутатов ЗС</i></b>					
Голосовали	47,4	51,9	43,3	41,5	52,5
Не голосовали	40,9	39,1	44,0	42,6	37,6
Не помнят	11,7	9,0	12,7	16,0	9,9
Ответили на вопрос (чел.)	1036	133	402	94	404

Таблица 4

**ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ РЕСПОНДЕНТОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СОЦИАЛЬНОГО ПОЛОЖЕНИЯ**  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	Работ- ники пром. пр.	Бюд- жет- ники	Работ- ники управ- ления	Работ- ники торгов- ли	Работ- ники кр/фин сферы	Работ- ники с/х	Пред- прини- матели	Сту- ден- ты	Домо- хозяй- ки	Безра- бот- ные	В/с и сотруд- ники МВД	Пенсио- неры
<b><i>На выборах Президента РФ</i></b>												
Голосовали	87,1	85,3	89,4	70,6	83,7	78,3	77,1	51,0	87,1	67,3	83,1	83,7
Не голосовали	11,6	12,0	10,6	25,1	12,2	15,2	17,1	39,2	9,7	32,7	9,2	10,6
Не помнят	1,4	2,7	0	4,3	4,1	6,5	5,7	9,8	3,2	0	7,7	5,8
Ответили на вопрос (чел.)	147	184	47	187	49	46	105	51	31	49	65	104
<b><i>На выборах депутатов ГД</i></b>												
Голосовали	42,2	54,3	59,1	35,7	55,1	60,0	29,4	27,1	33,3	47,9	63,3	63,1
Не голосовали	42,9	27,2	22,7	49,5	28,6	20,0	37,3	56,3	43,3	45,8	30,0	23,3
Не помнят	15,0	18,5	18,2	14,8	16,3	20,0	33,3	16,7	23,3	6,3	6,7	13,6
Ответили на вопрос (чел.)	147	184	44	182	49	45	102	48	30	48	60	103

Таблица 4 (продолжение)

	Работ- ники пром. пр.	Бюд- жет- ники	Работ- ники управ- ления	Работ- ники торгов- ли	Работ- ники кр/фин сферы	Работ- ники с/х	Пред- прини- матели	Сту- ден- ты	Домо- хозяй- ки	Безра- бот- ные	В/с и сотруд- ники МВД	Пенсио- неры
<b><i>На выборах депутатов ЗС</i></b>												
Голосовали	37,4	57,8	80,9	31,6	42,9	58,7	45,1	42,3	33,3	42,9	57,1	60,4
Не голосовали	52,4	30,8	12,8	57,8	44,9	26,1	37,3	44,2	46,7	46,9	33,3	30,2
Не помнят	10,2	11,4	6,4	10,7	12,2	15,2	17,6	13,5	20,0	10,2	9,5	9,4
Ответили на вопрос (чел.)	147	185	47	187	49	46	102	52	30	49	63	106

На президентских выборах достаточно активными были представители всех социально-профессиональных групп, кроме студентов, (не голосовали 39% студентов против 12% в среднем по выборке).

Выборы депутатов Государственной Думы, наряду со студентами, проигнорировали работники сферы торговли и обслуживания (голосовали 36%, не голосовали – 49,5%), предприниматели (голосовали 29%, не голосовали – 37%), домохозяйки (голосовали 33%, не голосовали – 43%).

Представители этих социальных групп оказались наименее активными и на выборах депутатов Законодательного собрания области. Исключение составили предприниматели, среди которых многие как раз придали значение выборам регионального парламента (голосовали – 45%, не голосовали – 37%)

Зато повышенной пассивностью отметились работники промышленности, среди которых не голосовавших оказалась больше, чем голосовавших (52% против 37%).

Низким интересом к региональным выборы отличаются также такие разные группы респондентов, как безработные и работники кредитно финансовой сферы.

***Таким образом, самыми голосующими являются пенсионеры, а также жители области, связанные с бюджетным финансированием – работники сферы управления, сотрудники МВД, работники образования и здравоохранения.***

Нельзя не отметить значимость фактора социального самочувствия. Таблица 5 очень наглядно показывает, что респонденты, которые удовлетворены жизнью и считают свое материальное положение благополучным, во всех случаях голосуют чаще, чем не удовлетворенные и называющие материальное положение своих семей плохим. Причем электоральная активность респондентов зависит именно от оценки их материального статуса а не от абсолютной величины доходов, поскольку те респонденты, которые указали, что имеют относительно более высокие доходы голосовали на выборах всех уровней отнюдь не чаще, а то и реже других (таблица 6).

Суммируя описанные выше результаты, следует сделать вывод, что наиболее значимыми факторами, влияющими на электоральную активность, являются социальный статус респондентов и их социальное самочувствие – уровень удовлетворенности жизнью и материальным положением своей семьи.

Определенное влияние оказывает, безусловно, и возраст. Однако преувеличивать значимость этого фактора вряд ли стоит. Результаты опроса показывают, что электоральная активность жителей области в возрасте от 31 до 50 лет отнюдь не выше, чем у молодежи.

Следует признать, что пассивностью на выборах депутатов различных уровней отличается не только молодежь, но и граждане среднего возраста, а активными являются жители области пенсионного и предпенсионного возраста.

Таблица 5

**ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ РЕСПОНДЕНТОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ  
УРОВНЯ УДОВОЛЕТВОРЕННОСТИ ЖИЗНЬЮ И ОЦЕНКИ МАТЕРИАЛЬНОГО  
ПОЛОЖЕНИЯ СВОЕЙ СЕМЬИ**

(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем по выборке	Уровень удовлетворенности жизнью			Оценка материального положения своей семьи		
		Удовлетворены	Не совсем удовлетворены	Не удовлетворены	Благополучное	Удовлетворительное	Плохое
<b><i>На выборах Президента РФ</i></b>							
Голосовали	79,5	83,0	81,3	70,2	82,3	82,2	72,3
Не голосовали	16,5	10,9	15,9	24,4	12,1	14,9	22,5
Не помнят	4,0	6,1	2,8	5,4	5,6	2,8	5,2
Ответили на вопрос (чел.)	1039	229	599	205	124	636	267
<b><i>На выборах депутатов ГД</i></b>							
Голосовали	46,5	56,4	43,5	42,9	49,6	47,2	43,2
Не голосовали	36,2	27,1	38,0	42,4	32,8	36,4	38,0
Не помнят	17,3	16,4	18,6	14,8	17,6	16,4	18,8
Ответили на вопрос (чел.)	1016	225	582	203	119	621	266
<b><i>На выборах депутатов ЗС</i></b>							
Голосовали	47,4	53,9	46,2	42,0	52,4	48,1	42,5
Не голосовали	40,9	33,8	42,9	44,4	37,1	42,3	40,3
Не помнят	11,7	12,3	10,9	13,7	10,5	9,6	17,2
Ответили на вопрос (чел.)	1036	228	597	205	124	634	268



Таблица 6

**ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ УРОВНЯ ДОХОДОВ  
НА ОДНОГО ЧЛЕНА СЕМЬИ В МЕСЯЦ**  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем	До 5000 р.	5001 – 7000 р.	7001 – 10000 р.	10001-15000 р.	Свыше 15000 р.
<b><i>На выборах Президента РФ</i></b>						
Голосовали	79,5	80,8	79,5	79,1	85,5	67,3
Не голосовали	16,5	16,8	15,7	15,3	13,2	24,5
Не помнят	4,0	2,4	4,8	5,6	1,3	8,2
Ответили на вопрос (чел.)	1039	208	312	287	159	49
<b><i>На выборах депутатов ГД</i></b>						
Голосовали	46,5	41,3	51,4	46,2	48,1	39,6
Не голосовали	36,2	38,8	31,2	38,7	35,1	37,5
Не помнят	17,3	19,9	17,4	15,1	16,9	22,9
Ответили на вопрос (чел.)	1016	201	311	279	154	48
<b><i>На выборах депутатов ЗС</i></b>						
Голосовали	47,4	44,9	52,7	41,5	50,9	49,0
Не голосовали	40,9	44,0	33,9	46,1	38,4	44,9
Не помнят	11,7	11,1	13,4	12,3	10,7	6,1
Ответили на вопрос (чел.)	1036	207	313	284	159	49

## 2.2. Уровень интереса жителей области к предвыборной борьбе партий и кандидатов

Как видно из таблицы 7, жители области в целом не проявляют большого интереса к предвыборной борьбе партий и кандидатов.

Лишь каждый десятый подходит к политическому выбору с полной серьезностью - внимательно следит за избирательной кампанией и изучает предвыборные агитационные материалы (11% ответивших на вопрос). Почти такая же доля жителей области индифферентна по отношению к предвыборной борьбе - 13% опрошенных указали, что не следят за избирательными кампаниями, поскольку им это безразлично.

Не может не настораживать относительно большое число респондентов, у которых предвыборная борьба вызывает раздражение (17%). Еще 6% ответили, что не видят на выборах никакой борьбы.

И все же более половины жителей области хоть и не внимательно, но все же следят за предвыборными материалами, хотя бы тогда, когда они попадают на глаза.

Таблица 7

### СЛЕДЯТ ЛИ ОБЫЧНО РЕСПОНДЕНТЫ ЗА ПРЕДВЫБОРНОЙ БОРЬБОЙ ПАРТИЙ И КАНДИДАТОВ в зависимости от пола и возраста (в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем по выборке	Пол		Возраст			
		Мужчины	Женщины	18-30 лет	31-50 лет	51-60 лет	Свыше 60 лет
Да, слежу. Внимательно изучаю предвыборные агитационные материалы	11,4	11,2	11,6	6,0	9,4	14,0	25,9
Стараюсь следить, но не очень внимательно	28,5	26,5	29,9	26,2	28,6	30,6	28,2
Практически не слежу, хотя если на глаза попадается агитация, обращаю на нее внимание	24,1	21,6	26,0	31,0	25,2	22,5	9,4
Нет, не слежу. Мне это безразлично	12,7	14,4	11,6	12,5	13,6	11,8	8,2
Нет, не слежу. Меня раздражает предвыборная борьба: правды никто не говорит, а политики только стараются очернить друг друга	17,3	17,2	17,2	19,0	16,4	16,2	21,2
Я не вижу никакой борьбы	6,0	9,1	3,8	5,4	6,8	4,8	7,1
Ответили на вопрос (чел.)	1036	430	605	168	500	271	85

Как и следовало ожидать, самыми старательными потребителями предвыборной агитации являются респонденты старше 60 лет (26%). Среди представителей молодежи доля внимательно изучающих предвыборные агитационные материалы составляет лишь 6%.

Доля безразличных, наоборот, с возрастом уменьшается (с 12,5% среди молодежи до 8% среди тех, кому больше 60 лет).

Интересно, что и у молодых, и у самых пожилых, выборы вызывают примерно одинаковое раздражение (соответственно 19% и 21%).

Гендерные отличия в данном вопросе не значительны.

При сравнении уровня интереса к предвыборной борьбе жителей разных по статусу населенных пунктов (таблица 8) выясняется, что реже других внимательно изучают агитационные материалы респонденты, живущие в средних или малых городах (9%). При этом среди них, как и среди жителей областного центра, немало тех, кого предвыборная борьба раздражает (соответственно 18% и 17%).

Следует, однако, обратить внимание на то, что среди жителей средних и малых городов меньше всего респондентов, проявляющих полное безразличие к предвыборной борьбе (9%).

Таблица 8

### СЛЕДЯТ ЛИ ОБЫЧНО РЕСПОНДЕНТЫ ЗА ПРЕДВЫБОРНОЙ БОРЬБОЙ ПАРТИЙ И КАНДИДАТОВ

в зависимости от места жительства  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем по выборке	Областной центр	Средний/малый город	Сельская местность
Да, слежу. Внимательно изучаю предвыборные агитационные материалы	11,4	11,8	9,2	13,9
Стараюсь следить, но не очень внимательно	28,5	21,8	33,0	28,7
Практически не слежу, хотя если на глаза попадается агитация, обращаю на нее внимание	24,1	25,3	25,5	21,7
Нет, не слежу. Мне это безразлично	12,7	17,4	8,7	12,3
Нет, не слежу. Меня раздражает предвыборная борьба: правды никто не говорит, а политики только стараются очернить друг друга	17,3	16,8	18,2	7,6
Я не вижу никакой борьбы	6,0	6,9	5,3	5,7
Ответили на вопрос (чел.)	1036	363	412	244

Если суммировать три группы респондентов - тех, кто целенаправленно следит за предвыборной агитацией, тех, кто старается следить, но делает это не внимательно и тех, кто обращает внимание на агитационные материалы только если они попадают на глаза – получается, что именно жители районных центров области знакомятся с предвыборной агитацией чаще всего (68% против 64% в сельской местности и 59% в областном центре).

Самыми безразличными оказались жители Владимира (17%).

Не удивительно, что интерес к содержанию предвыборной борьбы зависит от уровня образования респондентов. Чем выше уровень образования, тем больше доля тех, кто изучает предвыборные агитационные материалы или хотя бы поверхностно знакомится с ними (таблица 9).

Таблица 9

**СЛЕДЯТ ЛИ ОБЫЧНО РЕСПОНДЕНТЫ ЗА ПРЕДВЫБОРНОЙ БОРЬБОЙ  
ПАРТИЙ И КАНДИДАТОВ**

**в зависимости от уровня образования  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)**

	В среднем по выборке	Н/среднее и среднее	Среднее специальное	Н/высшее	Высшее
Да, слежу. Внимательно изучаю предвыборные агитационные материалы	11,4	12,1	8,9	6,3	15,7
Стараюсь следить, но не очень внимательно	28,5	20,3	28,5	22,9	32,1
Практически не слежу, хотя если на глаза попадается агитация, обращаю на нее внимание	24,1	23,5	23,1	31,3	23,4
Нет, не слежу. Мне это безразлично	12,7	16,7	13,4	8,3	11,4
Нет, не слежу. Меня раздражает предвыборная борьба: правды никто не говорит, а политики только стараются очернить друг друга	17,3	23,3	18,9	25,0	11,4
Я не вижу никакой борьбы	6,0	3,8	7,2	6,3	6,0
Ответили на вопрос (чел.)	1036	132	403	96	402

Отметим также, что высокообразованные респонденты отличаются не только наименьшим безразличием к предвыборным кампаниям (11%), но и самым низким уровнем раздраженности политической борьбой (11%).

Из таблицы 10 видно, что внимательно следят за предвыборной борьбой в основном те жители области, которые ходят голосовать (22%). Однако и среди голосовавших большинство если и следят за избирательной кампанией, то относятся к этому не внимательно. Так что большая часть участников голосования делает свой выбор не основываясь на перипетиях предвыборных баталий.

Характерно, что у четверти не голосовавших предвыборная борьба вызывает раздражение.

Таблица 10

**СЛЕДЯТ ЛИ ОБЫЧНО РЕСПОНДЕНТЫ ЗА ПРЕДВЫБОРНОЙ БОРЬБОЙ  
ПАРТИЙ И КАНДИДАТОВ**

**в зависимости от участия в выборах**  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем по выборке	Голосовавшие	Не голосовавшие	Не помнят
Да, слежу. Внимательно изучаю предвыборные агитационные материалы (газеты, листовки, рекламные ролики и т.п.)	11,4	21,9	1,4	5,0
Стараюсь следить, но не очень внимательно	28,5	37,0	19,3	27,5
Практически не слежу, хотя если на глаза попадается агитация, обращаю на нее внимание	24,1	22,5	25,5	25,8
Нет, не слежу. Мне это безразлично	12,7	5,6	21,0	12,5
Нет, не слежу. Меня раздражает предвыборная борьба: правды никто не говорит, а политики только стараются очернить друг друга	17,3	9,3	25,1	20,0
Я не вижу никакой борьбы	6,0	3,7	7,6	9,2
Ответили на вопрос (чел.)	1036	484	419	120

Сама электоральная активность явно зависит от интереса к предвыборной борьбе. Если человек внимательно следит за избирательной кампанией, изучает агитационные материалы, то он, как правило, идет на выборы (таблица 11).

Среди тех, кто обращает внимание на агитацию только в том случае, если она попадает на глаза, голосовавшие составляют уже менее половины (за исключением выборов Президента).

Как и следовало ожидать, реже других голосуют те, кому предвыборная борьба безразлична. Но заметным фактором, снижающим электоральную активность, являются также и раздраженность предвыборной борьбой, и ощущение отсутствия всякой борьбы.

Таблица 11

**ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СТЕПЕНИ ИНТЕРЕСА  
К ПРЕДВЫБОРНОЙ БОРЬБЕ**  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	Следят внима- тельно	Следят не очень внима- тельно	Практи- чески не следят	Борьба безраз- лична	Борьба раздра- жает	Не видят борьбы
<b><i>На выборах Президента РФ</i></b>						
Голосовали	98,3	91,8	84,2	52,6	65,3	64,5
Не голосовали	0,9	6,5	12,6	38,3	27,2	30,6
Не помнят	0,9	1,7	3,2	9,0	7,5	4,8
Ответили на вопрос (чел.)	116	293	247	133	173	62
<b><i>На выборах депутатов ГД</i></b>						
Голосовали	82,6	62,5	36,0	20,2	32,2	36,1
Не голосовали	7,8	22,6	40,2	62,0	49,1	49,2
Не помнят	9,6	14,9	23,8	17,8	18,7	14,8
Ответили на вопрос (чел.)	115	288	239	129	171	61
<b><i>На выборах депутатов ЗС</i></b>						
Голосовали	89,8	61,1	44,1	20,8	25,9	29,5
Не голосовали	5,1	27,6	43,3	67,7	60,3	52,5
Не помнят	5,1	11,3	12,6	11,5	13,8	18,0
Ответили на вопрос (чел.)	118	293	247	130	174	61

Среди представителей разных социально-профессиональных групп наибольшим интересом к предвыборной борьбе отличаются работники сферы управления, среди которых 31% внимательно изучают агитационные материалы.

Выделяются на общем фоне также работники образования и здравоохранения (19%), предприниматели (19%), военнослужащие и сотрудники МВД (15%). А также пенсионеры (15%).

Таблица 12

**СЛЕДЯТ ЛИ ОБЫЧНО РЕСПОНДЕНТЫ ЗА ПРЕДВЫБОРНОЙ БОРЬБОЙ ПАРТИЙ И КАНДИДАТОВ  
в зависимости от социального положения  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)**

	Работ- ники пром. пр.	Бюд- жет- ники	Работ- ники управ- ления	Работ- ники торгов- ли	Работ- ники кр/фин сферы	Работ- ники с/х	Пред- прини- матели	Сту- ден- ты	Домо- хозяй- ки	Безра- бот- ные	В/с и сотруд- ники МВД	Пенсио- неры
Да, слежу. Внимательно изучаю предвыборные агитационные материалы	6,2	19,5	31	4,3	6,1	2,2	19,4	0	10	4,1	15,4	15,1
Стараюсь следить, но не очень внимательно	29,5	27,6	33	23,2	53,1	35	35,9	11	20	28,6	40	24,5
Практически не слежу, хотя если на глаза попадает агитация, обращаю на нее внимание	29,5	24,3	19	28,6	20,4	26	17,5	42	10	10,2	23,1	17,9
Нет, не слежу. Мне это безразлично	13	10,3	13	15,7	6,1	11	4,9	13	20	28,6	9,2	12,3
Нет, не слежу. Меня раздражает предвыборная борьба: правды никто не говорит, а политики только стараются очернить друг друга	15,8	15,7	4,2	22,2	6,1	15	16,5	26	16,7	24,5	7,7	23,6
Я не вижу никакой борьбы	6,2	2,7	0	5,9	8,2	11	5,8	7,5	13,3	4,1	4,6	6,6
Ответили на вопрос (чел.)	146	185	48	185	49	46	103	53	30	49	65	106

Безразличие к предвыборной борьбе чаще всего выражают безработные (28%). Оставшихся без работы избирательные кампании часто раздражают (24%). Чаще других раздражение от предвыборной борьбы испытывают студенты (26%). Отметим, что и среди электорально активных пенсионеров раздраженных также не мало – 24%. Относительно высоким уровнем раздраженности отличаются также работники торговли (22%).

*В целом следует признать, что если жители области и проявляют интерес к предвыборной борьбе партий и кандидатов, то интерес этот довольно поверхностен.*

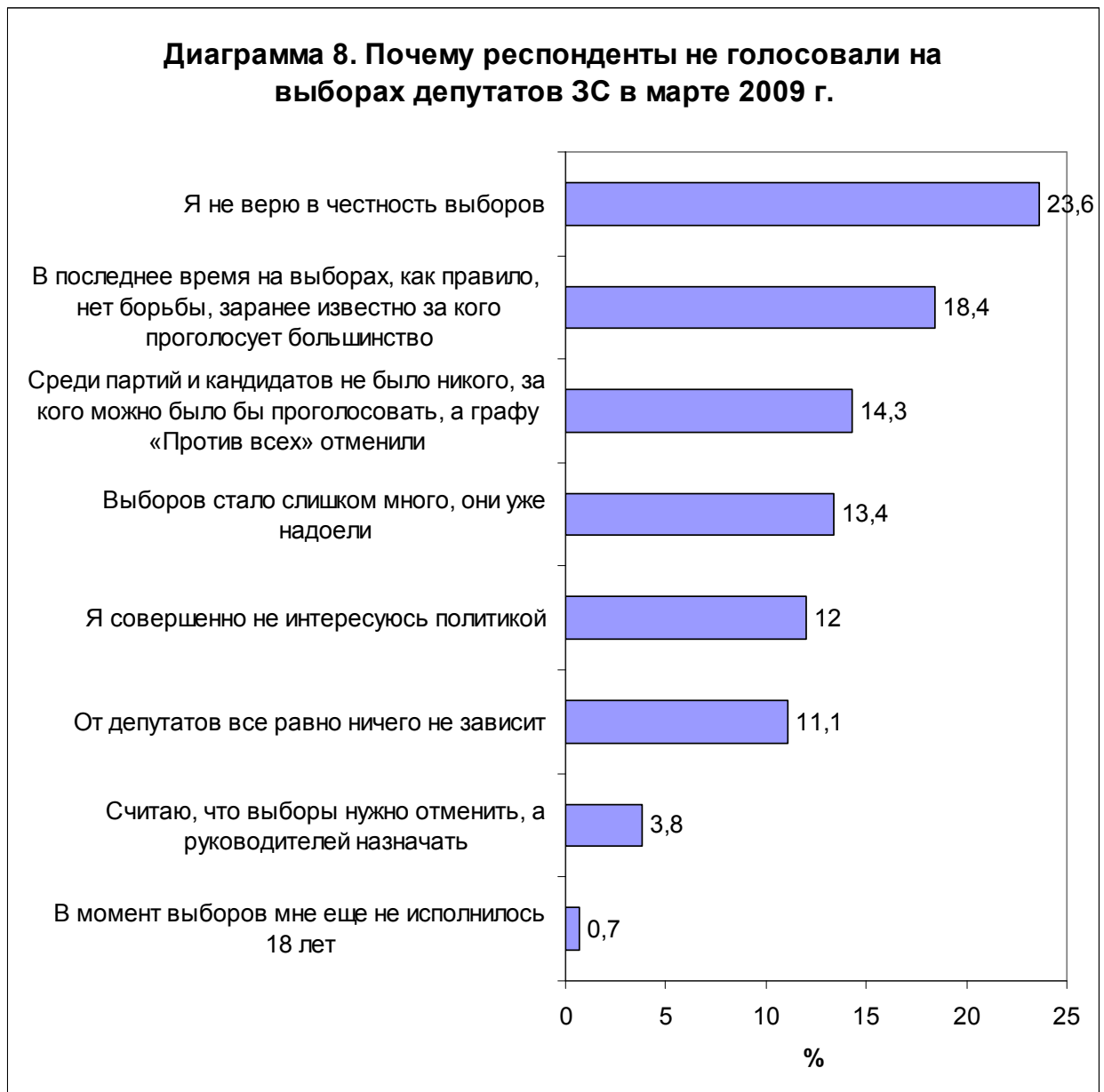


### 2.3. Причины, по которым жители области не голосовали на выборах в ЗС области в марте 2009 г.

Для тех респондентов, которые не голосовали на выборах депутатов Законодательного собрания области в марте 2009 г. в анкете был предусмотрен вопрос о том, почему они не пошли на избирательные участки.

Чаще всего жители области объясняют отказ от голосования неверием в честность выборов – такой вариант ответа выбрал каждый четвертый из числа ответивших на вопрос (диаграмма 8).

Второй причиной нежелания голосовать является представление о том, что на выборах в последнее время, как правило, нет борьбы, заранее известно за кого проголосует большинство (18%).



Примерно одинаковое количество респондентов указали на такие причины, как отмена графы «Против всех» при том, что из предложенных кандидатов трудно выбрать кого-то достойного (14%), усталость от выборов, поскольку они проводятся слишком часто (13%), отсутствие интереса к политике (12%), и, наконец, неспособность выбранных депутатов реально влиять на ситуацию в городе, области, стране (вариант ответа «От депутатов все равно ничего не зависит» - 11%).

*Таким образом, результаты опроса показывают достаточно высокий уровень недоверия жителей области, как к честности проведения выборов, так и к самим кандидатам и депутатам.*

Отметим практически полное отсутствие гендерных отличий в объяснении причин отказа от участия в выборах (таблица 13).

Таблица 13

**ПОЧЕМУ РЕСПОНДЕНТЫ НЕ ГОЛОСОВАЛИ НА ВЫБОРАХ  
ДЕПУТАТОВ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО СОБРАНИЯ ОБЛАСТИ В МАРТЕ 2009 г.**

**в зависимости от пола и возраста**

(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем	Пол		Возраст			
		Мужчины	Женщины	18–30 лет	31-50 лет	51-60 лет	Свыше 60 лет
Я не верю в честность выборов	23,6	23,3	23,4	27,0	22,1	25,8	18,8
В последнее время на выборах, как правило, нет борьбы, заранее известно за кого проголосует большинство	18,4	17,8	19,1	19,0	18,7	18,5	6,3
Среди партий и кандидатов не было никого, за кого можно было бы проголосовать, а графу «Против всех» отменили	14,3	15,0	13,8	12,0	13,3	20,2	12,5
Выборов стало слишком много, они уже надоели	13,4	12,6	14,1	8,0	15,3	12,1	18,8
Я совершенно не интересуюсь политикой	12,0	10,7	13,2	19,0	11,9	8,1	6,3
От депутатов все равно ничего не зависит	11,1	9,9	12,2	8,0	10,9	12,1	18,8
Считаю, что выборы нужно отменить, а руководителей назначать	3,8	4,3	3,3	2,0	3,1	6,5	6,3
В момент выборов мне еще не исполнилось 18 лет	0,7	1,6	0	4,0	0	0	0
Ответили на вопрос (чел.)	559	253	304	100	294	124	32

Возрастные отличия довольно интересны. Больше всего не верящих в честность выборов оказалось среди молодежи (27%) и респондентов в возрасте от 51 до 60 лет (26%). Реже всего недоверие выборам высказывают самые пожилые (19%). Для тех, кому

за 60 не менее важными причинами не участия в выборах стали также усталость от выборов (19%) и неверие в эффективность работы депутатов (19%). Следует, правда, иметь в виду очень малую численность не голосовавших среди респондентов старше 60 лет (32 чел.).

Отсутствие борьбы и предсказуемость результатов выборов в равной степени является значимой причиной отказа от голосования для представителей всех возрастных групп, кроме самой старшей (19% против 6%).

Графа «против всех» больше всего интересует жителей области в возрасте от 51 до 60 лет (22%).

Доля не голосовавших из-за отсутствия интереса к политике наиболее заметна среди молодежи (19%).

Число тех, кто не голосует, считая, что от депутатов ничего не зависит, с возрастом возрастает.

Усталость от слишком часто проводимых выборов чаще испытывают респонденты среднего и старшего возраста.

***Таким образом, неверие в честность выборов является главной причиной нежелания голосовать вне зависимости от возраста респондентов.***

Таблица 14 показывает, что неверие в честность выборов чаще распространено среди жителей сельской местности (27%), хотя и в областном центре, и в малых и средних городах эта причина отказа от голосования является важнейшей (22%).

В областном центре второе место делят такие причины, как предсказуемость результатов выборов и отсутствие интереса к политике (17%).

В районных центрах второй по значимости причиной абсентеизма респонденты назвали отсутствие на выборах борьбы (20%), а третьей – отсутствие графы «Против всех» (16%).

В сельской местности второе и третье места заняли, соответственно, такие причины, как слишком большое количество выборов (19%) и предсказуемость результатов (16%).

Зависит объяснение причин отказа от голосования и от уровня образования респондентов (таблица 15).

Заметно, что неверие в честность выборов снижается по мере повышения уровня образования. Некоторым исключением является, казалось бы, группы респондентов, имеющих незаконченное высшее образование, однако для этой – самой молодой - части опрошенных, наиболее влиятельным фактором является возраст. Именно в силу этого фактора они чаще других отмечают отсутствие интереса к политике.

Жители области, имеющие высшее образование, оказались наиболее требовательными по отношению к кандидатам, указав, что из предложенных кандидатур трудно выбрать достойных.

По мере повышения уровня образования нарастает и неудовлетворенность отсутствием борьбы и предсказуемостью результатов выборов.

Таблица 14

**ПОЧЕМУ РЕСПОНДЕНТЫ НЕ ГОЛОСОВАЛИ НА ВЫБОРАХ ДЕПУТАТОВ  
ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО СОБРАНИЯ ОБЛАСТИ В МАРТЕ 2009 г.**

**в зависимости от места жительства**  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем по выборке	Областной центр	Средний/малый город	Сельская местность
Я не верю в честность выборов	23,6	22,2	22,3	27,0
В последнее время на выборах, как правило, нет борьбы, заранее известно за кого проголосует большинство	18,4	17,2	20,7	16,2
Среди партий и кандидатов не было никого, за кого можно было бы проголосовать, а графу «Против всех» отменили	14,3	13,1	15,7	14,4
Выборов стало слишком много, они уже надоели	13,4	11,6	12,4	18,9
Я совершенно не интересуюсь политикой	12,0	17,2	9,9	6,3
От депутатов все равно ничего не зависит	11,1	10,1	13,6	8,1
Считаю, что выборы нужно отменить, а руководителей назначать	3,8	2,5	3,3	7,2
В момент выборов мне еще не исполнилось 18 лет	0,7	1,0	0,4	0,9
Ответили на вопрос (чел.)	559	198	242	111

Таблица 15

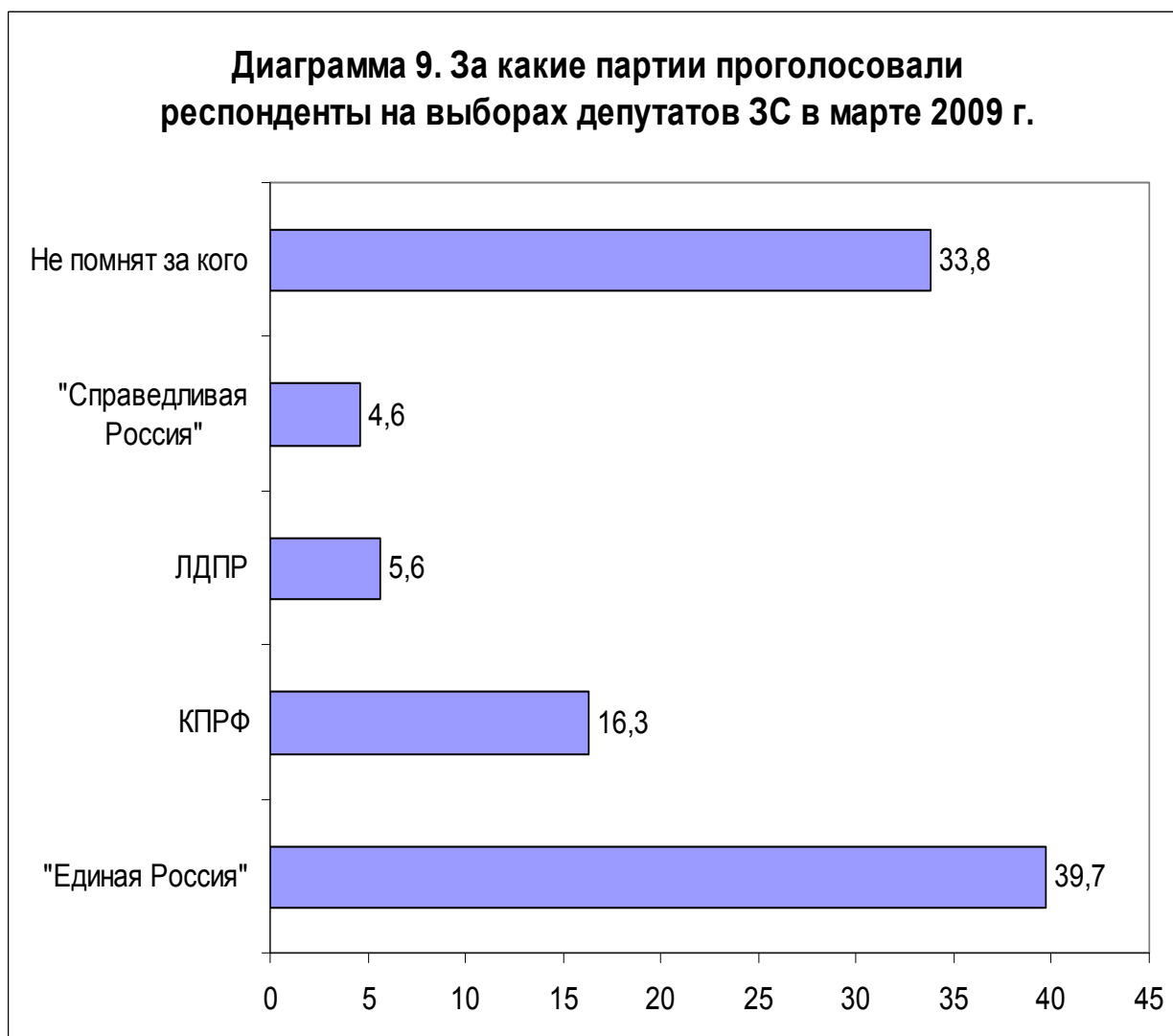
**ПОЧЕМУ РЕСПОНДЕНТЫ НЕ ГОЛОСОВАЛИ НА ВЫБОРАХ ДЕПУТАТОВ  
ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО СОБРАНИЯ ОБЛАСТИ В МАРТЕ 2009 г.**

**в зависимости от уровня образования  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)**

	В среднем по выборке	Н/среднее и среднее	Среднее специальное	Н/высшее	Высшее
Я не верю в честность выборов	23,6	30,3	24,3	33,3	16,5
В последнее время на выборах, как правило, нет борьбы, заранее известно за кого проголосует большинство	18,4	11,0	13,1	30,0	22,9
Среди партий и кандидатов не было никого, за кого можно было бы проголосовать, а графу «Против всех» отменили	14,3	14,6	14,4	11,7	17,0
Выборов стало слишком много, они уже надоели	13,4	14,6	17,1	5,0	11,7
Я совершенно не интересуюсь политикой	12,0	9,8	11,7	15,0	12,2
От депутатов все равно ничего не зависит	11,1	11,0	13,5	3,3	11,2
Считаю, что выборы нужно отменить, а руководителей назначать	3,8	1,2	5,0	3,3	3,2
В момент выборов мне еще не исполнилось 18 лет	0,7	1,2	0	3,3	0
Ответили на вопрос (чел.)	559	82	222	60	188

Респондентам, которые голосовали на выборах в Законодательное собрание области в марте 2009 г., было предложено вспомнить за какую партию и за кого из кандидатов по одномандатному округу они отдали свои голоса.

Насколько несерьезно многие жители области подходят к политическому выбору можно судить по тому, что треть ответивших на вопрос не помнят, за какую партию они проголосовали (диаграмма 9). Это немного лучше, чем по результатам опроса молодежи зимой 2009 г., когда 43% респондентов не смогли вспомнить, какую партию они поддержали.



Что касается голосования по одномандатным округам, то здесь ситуация такая же печальная, как и у молодых респондентов. Подавляющее большинство ответивших на вопрос признались, что не помнят своих избранников (84%), и лишь 16% сумели назвать имена тех или иных политиков. Причем настоящих кандидатов (Горшков, Есякова, Каратаев, Кирюхин, Кузнецов, Першин, Рычков, Сахаров, Сиягин, Ситько, Телегин) назвали вообще единицы, поскольку в ответах фигурировали и депутаты, прошедшие в ЗС по спискам партий, а не по одномандатным округам (Васенин, Киселев), и политики федерального уровня. Среди последних оказались не только депутаты ГД,

представляющие Владимирскую область (Аникеев, Паутов), но даже Зюганов с Жириновским.

*Таким образом, жители области довольно быстро забывают за кого конкретно они голосовали. Безусловно, это является косвенным проявлением недоверия респондентов к депутатам, неверия в то, что последние реально влияют на ситуацию в области.*

### 3. МНЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ О ПРИЧИНАХ НИЗКОЙ ЭЛЕКТОРАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ РОССИЯН

#### 3.1. Почему многие россияне не ходят голосовать?

Абсолютное большинство - две трети опрошенных жителей Владимирской области - согласны с утверждением, что многие россияне не ходят на выборы (65%). Только 15% респондентов оспаривают это утверждение, полагая, что электоральная активность россиян достаточно высока, а в областном центре такой точки зрения придерживаются и вовсе всего 9%. Еще каждый пятый (20%) респондент считает, что утверждение о недостаточной электоральной активности касается в первую очередь молодежи.

Чем старше респонденты, тем менее они настаивают на низкой электоральной активности избирателей, однако и среди респондентов старше 60 лет заметно больше половины (58%) согласны с тем, что многие россияне не ходят на выборы.

Мужчины несколько чаще женщин обеспокоены низкой электоральной активностью соотечественников (69% против 61%)

Таблица 16

#### СОГЛАСНЫ ЛИ РЕСПОНДЕНТЫ С ТЕМ, ЧТО МНОГИЕ РОССИЯНЕ НЕ ХОДЯТ НА ВЫБОРЫ

в зависимости от пола и возраста  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)

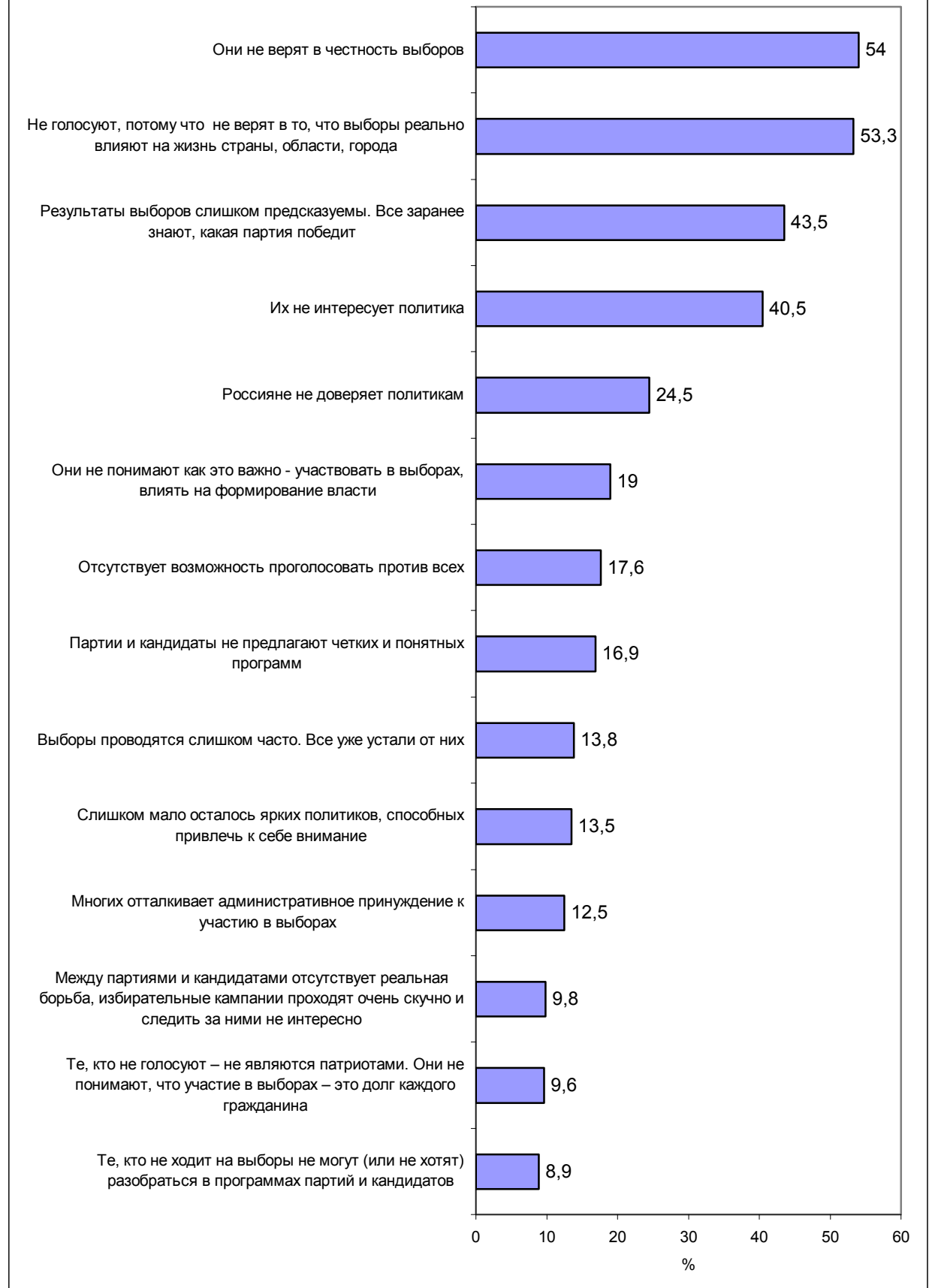
	В среднем по выборке	Пол		Возраст			
		Мужчины	Женщины	18–30 лет	31-50 лет	51-60 лет	Свыше 60 лет
Да, согласны	65,4	60,8	68,8	65,8	67,3	62,8	58,0
Это касается в первую очередь молодежи	19,6	19,8	19,3	21,1	18,2	21,2	21,6
Нет, не согласны	15,0	19,3	12	13	14,5	16	20,5
Ответили на вопрос (чел.)	1019	424	592	161	489	269	88

Респонденты выделяют 4 основные причины (каждую из которых отметили более 40%), определяющие низкую электоральную активность россиян (диаграмма 10):

- *неверие россиян в честность выборов (54%)*
- *неверие в то, что выборы реально влияют на жизнь страны, области, города (53%)*
- *результаты выборов слишком предсказуемы, все заранее знают, какая партия или кандидат победят (43.5%)*
- *россиян не интересует политика (40.5%)*



**Диаграмма 10. Мнение респондентов о том, почему многие россияне не ходят голосовать**



Эти главные причины выглядят весьма тревожно. Более половины (!) респондентов не уверены в честности выборов и в том, что путем голосования россияне могут реально влиять на жизнь страны, региона, города.

Все остальные причины (кроме вышеназванных четырех) низкой электоральной активности россиян, в нашем случае жителей области, гораздо менее значимы. Четверть респондентов полагают, что россияне вообще не доверяют политикам (24.5%), все остальные факторы набирают менее 20%.

Женщины чаще мужчин отмечают первые три причины того, почему многие россияне не ходят голосовать, мужчины же, напротив, чаще женщин полагают, что россияне просто не интересуют политика (таблица 17).

Возрастные колебания в определении причин абсентеизма довольно выражены, однако они мало сказываются на самой иерархии этих причин. Самые молодые и, напротив, пожилые респонденты чаще других полагают, что россияне не верят в честность выборов. Респонденты в возрасте 18-30 лет также традиционно чаще других отмечают, что одна из основных причин абсентеизма - отсутствие интереса к политике. Они же более других уверены в том, что результаты выборов слишком предсказуемы и все заранее знают, какая партия или кандидат победит (более половины респондентов – 51% в этой возрастной группе). Респонденты старше 60 лет, которые как раз отличаются наивысшей электоральной активностью (см. раздел 2), чаще других отмечают, что многие россияне не понимают важности участия в выборах (28% против 19% в среднем по выборке), чаще сожалеют, что слишком мало осталось ярких политиков (23% против 14% в среднем), а также осуждают абсентеистов, считая, что те не являются патриотами (15% против 10% в среднем).

Жители средних и малых городов области чаще других уверены, что результаты выборов слишком предсказуемы (57% против 53% в среднем по выборке) – таблица 18.

Практически половина (49.5% против 43.5% в среднем) респондентов, проживающих в этих населенных пунктах, считают, что люди не голосуют, так как не верят, что их выбор влияет на их же реальную жизнь.

Чем крупнее населенный пункт, тем чаще респонденты выделяют такие причины абсентеизма, как невозможность проголосовать против всех, а также отсутствие между партиями и кандидатами реальной борьбы.

Напротив, чем меньше населенный пункт, тем чаще респонденты отмечают, что россияне не доверяют политикам (от 20% в областном центре до 31% в сельской местности).

Влияние уровня образования на определение причин того, почему россияне не ходят на выборы, показаны в таблице 19.

Довольно показательны различия (или их отсутствие) в определении основных причин абсентеизма респондентами, голосовавшими и не голосовавшими на выборах марта 2009 года, или не помнящих об этом (таблица 20).

Так, показательно, что во всех группах более половины респондентов (53-55%) полагают, что россияне уклоняются от участия в выборах, так как не верят в их честность.

Не голосовавшие на последних выборах чаще других не верят в реальное влияние выборов на жизнь страны, области, города (59% против 53% в среднем), и чаще других ссылаются на излишнюю предсказуемость выборов (46% против 43.5% в среднем). Но интересно, что и принявшие участие в прошедших выборах упоминают эти причины довольно часто, а реже других их выделяют те, кто не помнит, ходили ли они на

избирательные участки. «Непомнящие» зато чаще других отмечают отсутствие интереса к политике (44% против 40.5% в среднем).

Почти треть (29.5%) голосовавших считают, что абсентеисты не понимают всей важности участия в выборах и формировании власти. Среди не голосовавших таких только 7%.

*Итак, оценка жителями области важнейших причин, по которым многие их соотечественники не ходят голосовать, практически не зависит от пола, возраста, места жительства или уровня образования.*

*Очень важно, что оценка респондентами причин чужого уклонения от участия в выборах совпадает с объяснением причин собственного нежелания голосовать. Жители области увязывают низкую электоральную активность с неверием в честность выборов, с запланированностью и предсказуемостью их результатов, с низким уровнем влияния выборов на жизнь страны.*

## МНЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ О ТОМ, ПОЧЕМУ МНОГИЕ РОССИЯНЕ НЕ ХОДЯТ НА ВЫБОРЫ

**в зависимости от пола и возраста**  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем по выборке	Пол		Возраст			
		Мужчины	Женщины	18-30 лет	31-50 лет	51-60 лет	Свыше 60 лет
Они не верят в честность выборов	54,0	48,8	57,7	67,3	53,0	46,2	58,1
Не голосуют, потому что не верят в то, что выборы реально влияют на жизнь страны, области, города	53,3	49,1	56,3	56,8	56,9	45,5	52,3
Результаты выборов слишком предсказуемы. Все заранее знают, какая партия победит	43,5	39,4	46,4	51,2	43,5	43,6	31,4
Их не интересует политика	40,5	45,0	37,2	43,2	41,7	38,0	38,4
Россияне не доверяют политикам	24,5	24,3	24,8	29,6	25,7	22,2	16,3
Они не понимают как это важно - участвовать в выборах, влиять на формирование власти	19,0	21,7	17,0	23,5	18,1	15,4	27,9
Отсутствует возможность проголосовать против всех	17,6	17,2	17,9	18,5	17,7	17,3	17,4
Партии и кандидаты не предлагают четких и понятных программ	16,9	14,9	18,4	22,2	17,2	15,0	9,3
Выборы проводятся слишком часто. Все уже устали от них	13,8	12,5	14,5	11,7	13,6	17,7	8,1
Слишком мало осталось ярких политиков, способных привлечь к себе внимание	13,8	13,0	13,9	14,8	12,9	10,5	23,3
Многих отталкивает административное принуждение к участию в выборах	12,5	9,4	14,8	14,8	11,7	9,8	22,1
Между партиями и кандидатами отсутствует реальная борьба, избирательные кампании проходят очень скучно и следить за ними не интересно	9,8	12,7	7,7	9,9	10,5	9,4	7,0
Те, кто не голосуют – не являются патриотами. Они не понимают, что участие в выборах – это долг каждого гражданина	9,6	9,4	9,7	6,8	8,4	12,0	15,1
Те, кто не ходят на выборы не могут (или не хотят) разобраться в программах партий и кандидатов	8,9	8,7	9,0	9,9	9,4	7,9	8,1
Ответили на вопрос (чел.)	1013	424	588	162	487	266	86

**МНЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ О ТОМ. ПОЧЕМУ МНОГИЕ РОССИЯНЕ НЕ ХОДЯТ  
НА ВЫБОРЫ**

**в зависимости от места жительства**  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем по выборке	Областной центр	Средний/малый город	Сельская местность
Они не верят в честность выборов	54,0	54,5	52,3	54,7
Не голосуют, потому что не верят в то, что выборы реально влияют на жизнь страны, области, города	53,3	51,1	57,1	51,0
Результаты выборов слишком предсказуемы. Все заранее знают, какая партия победит	43,5	43,3	49,5	36,2
Их не интересует политика	40,5	38,8	41,4	42,0
Россияне не доверяет политикам	24,5	19,7	24,5	31,3
Они не понимают как это важно - участвовать в выборах, влиять на формирование власти	19,0	14,3	16,2	28,8
Отсутствует возможность проголосовать против всех	17,6	21,3	15,7	14,8
Партии и кандидаты не предлагают четких и понятных программ	16,9	16,6	19,7	12,8
Выборы проводятся слишком часто. Все уже устали от них	13,8	13,5	9,8	18,5
Слишком мало осталось ярких политиков, способных привлечь к себе внимание	13,8	11,0	16,7	13,2
Многих отталкивает административное принуждение к участию в выборах	12,5	13,8	12,1	9,9
Между партиями и кандидатами отсутствует реальная борьба, избирательные кампании проходят очень скучно и следить за ними не интересно	9,8	11,8	9,6	7,0
Те, кто не голосуют – не являются патриотами. Они не понимают, что участие в выборах – это долг каждого гражданина	9,6	9,0	10,4	7,8
Те, кто не ходят на выборы не могут (или не хотят) разобраться в программах партий и кандидатов	8,9	7,6	10,1	9,5
Ответили на вопрос (чел.)	1013	356	396	243

**МНЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ О ТОМ. ПОЧЕМУ МНОГИЕ РОССИЯНЕ НЕ ХОДЯТ  
НА ВЫБОРЫ** в зависимости от уровня образования  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем	Н.среднее и среднее	Среднее специальное	Н.высшее	Высшее
Они не верят в честность выборов	54,0	59,1	59,5	65,2	53,8
Не голосуют, потому что не верят в то, что выборы реально влияют на жизнь страны, области, города	53,3	47,0	54,5	54,3	54,9
Результаты выборов слишком предсказуемы. Все заранее знают, какая партия победит	43,5	33,3	40,7	59,8	46,4
Их не интересует политика	40,5	41,7	38,1	40,2	42,3
Россияне не доверяет политикам	24,5	30,3	28,3	18,5	19,7
Они не понимают как это важно - участвовать в выборах, влиять на формирование власти	19,0	19,7	20,7	19,6	17,2
Отсутствует возможность проголосовать против всех	17,6	9,8	18,9	16,3	20,0
Партии и кандидаты не предлагают четких и понятных программ	16,9	13,6	16,4	25,0	16,7
Выборы проводятся слишком часто. Все уже устали от них	13,8	20,5	14,1	9,8	11,8
Слишком мало осталось ярких политиков, способных привлечь к себе внимание	13,8	14,4	13,9	12,0	13,1
Многих отталкивает административное принуждение к участию в выборах	12,5	12,1	11,6	18,5	12,1
Между партиями и кандидатами отсутствует реальная борьба, избирательные кампании проходят очень скучно и следить за ними не интересно	9,8	3,0	9,8	8,7	12,8
Те, кто не голосуют – не являются патриотами. Они не понимают, что участие в выборах – это долг каждого гражданина	9,6	7,6	9,8	7,6	10,8
Те, кто не ходят на выборы не могут (или не хотят) разобраться в программах партий и кандидатов	8,9	5,3	9,8	12,0	8,5
Ответили на вопрос (чел.)	1013	132	396	92	390

**МНЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ О ТОМ. ПОЧЕМУ МНОГИЕ РОССИЯНЕ НЕ ХОДЯТ  
НА ВЫБОРЫ**

**в зависимости от участия или неучастия в выборах в марте 2009 г.**

(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем по выборке	Голосо- вавшие	Не голосо- вавшие	Не помнят
Они не верят в честность выборов	54,0	54,9	52,8	53,4
Не голосуют, потому что не верят в то, что выборы реально влияют на жизнь страны, области, города	53,3	50,8	58,6	40,7
Результаты выборов слишком предсказуемы. Все заранее знают, какая партия победит	43,5	42,6	45,7	38,1
Их не интересует политика	40,5	41,6	37,5	44,1
Россияне не доверяет политикам	24,5	20,0	27,5	26,3
Они не понимают как это важно - участвовать в выборах, влиять на формирование власти	19,0	29,5	6,8	19,5
Отсутствует возможность проголосовать против всех	17,6	17,3	19,7	11,9
Партии и кандидаты не предлагают четких и понятных программ	16,9	17,7	15,1	17,8
Выборы проводятся слишком часто. Все уже устали от них	13,8	12,2	13,9	18,6
Слишком мало осталось ярких политиков, способных привлечь к себе внимание	13,8	15,2	12,7	9,3
Многих отталкивает административное принуждение к участию в выборах	12,5	15,2	10,2	10,2
Между партиями и кандидатами отсутствует реальная борьба, избирательные кампании проходят очень скучно и следить за ними не интересно	9,8	10,1	9,0	10,2
Те, кто не голосуют – не являются патриотами. Они не понимают, что участие в выборах – это долг каждого гражданина	9,6	15,0	4,1	7,6
Те, кто не ходят на выборы не могут (или не хотят) разобраться в программах партий и кандидатов	8,9	11,6	5,8	8,5
Ответили на вопрос (чел.)	1013	474	411	118

### 3.2. Отражают ли итоги выборов предпочтения избирателей?

Итак, как отмечалось выше, более половины (54%) респондентов полагают, что низкая электоральная активность россиян вызвана их неверием в честность выборов.

Действительно, только немногим более трети респондентов считают, что результаты выборов полностью (8%) или в целом (26%) отражают предпочтения избирателей (диаграмма 11).



Треть респондентов (33%) уверены, что результаты выборов серьезно искажаются при подсчете голосов, и, таким образом, итоги выборов не отражают истинные предпочтения избирателей.

Еще четверть (26%) респондентов полагают, что низкая явка на выборы приводит к тому, что результаты выборов отражают мнение лишь небольшой части избирателей. Особенно такая точка зрения распространена среди женщин – в полтора раза чаще, чем среди мужчин (таблица 21). Наконец, 8.5% опрошенных отмечают, что на результаты выборов влияет отсутствие равного доступа партий и кандидатов к СМИ.



Наиболее скептично к итогам выборов относятся респонденты в экономически активном возрасте – 31-50 лет. Среди этой группы только 31% согласны с тем, что итоги выборов полностью или в целом отражают предпочтения избирателей, а 36% (больше, чем среди других возрастных групп) придерживаются прямо противоположной точки зрения.

Таблица 21

**МНЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ О ТОМ, НАСКОЛЬКО ИТОГИ ВЫБОРОВ В  
РОССИИ ОТРАЖАЮТ ИСТИННЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ИЗБИРАТЕЛЕЙ**

**в зависимости от пола и возраста**

(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем по выборке	Пол		Возраст			
		Мужчины	Женщины	18–30 лет	31-50 лет	51-60 лет	Свыше 60 лет
Да, полностью отражают	8,2	9,6	7,2	11,8	7,2	9,1	5,9
Несмотря на некоторые нарушения в ходе выборов, результаты в целом отражают предпочтения избирателей	26,0	25,3	26,6	29,2	23,6	28,3	29,4
Нет, не отражают. Результаты выборов серьезно искажаются при подсчетах голосов	32,9	35,6	30,7	31,1	35,9	32,1	21,2
На результаты выборов влияет отсутствие равного доступа партий и кандидатов к СМИ	8,5	9,1	8,1	9,3	8,4	7,9	9,4
Из-за низкой явки результаты выборов отражают мнение лишь небольшой доли избирателей	25,7	20,6	29,7	21,1	25,3	23,8	36,5
Ответили на вопрос (чел.)	1008	427	580	161	487	265	85

Среди респондентов старше 60 лет (специально отметим - только в этой возрастной группе) преобладает мнение, что из-за низкой явки результаты выборов отражают точку зрения лишь небольшой части избирателей. Напомним, что в этой возрастной группе электоральная активность особенно высока.

Наибольшее недоверие к результатам выборов выражают респонденты со средним специальным образованием (таблица 22), а вот респонденты с высшим образованием относительно чаще других отмечают соответствие итогов выборов истинным предпочтениям избирателей.

Таблица 22

**МНЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ О ТОМ, НАСКОЛЬКО ИТОГИ ВЫБОРОВ В  
РОССИИ ОТРАЖАЮТ ИСТИННЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ИЗБИРАТЕЛЕЙ**

**в зависимости от уровня образования**  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем по выборке	Н/среднее и среднее	Среднее специальное	Н/высшее	Высшее
Да, полностью отражают	8,2	9,4	7,2	6,5	9,9
Несмотря на некоторые нарушения в ходе выборов, результаты в целом отражают предпочтения избирателей	26,0	20,5	22,5	31,2	30,7
Нет, не отражают. Результаты выборов серьезно искажаются при подсчетах голосов	32,9	32,3	34,8	34,4	29,7
На результаты выборов влияет отсутствие равного доступа партий и кандидатов к СМИ	8,5	7,9	9,0	9,7	8,1
Из-за низкой явки результаты выборов отражают мнение лишь небольшой доли избирателей	25,7	28,3	28,1	19,4	24,1
Ответили на вопрос (чел.)	1008	127	391	93	394

Чем меньше размер населенного пункта, тем больше респонденты доверяют итогам выборов, их соответствию предпочтениям избирателей (таблица 23). И наоборот: 40% жителей областного центра уверены, что результаты волеизъявления серьезно искажаются при подсчете голосов, тогда как в сельской местности так считают только 18% респондентов. Вместе с тем, жители села несколько чаще других сетуют на низкую явку избирателей, из-за которой результаты выборов отражают мнение лишь небольшой доли избирателей.

Таблица 23

**МНЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ О ТОМ, НАСКОЛЬКО ИТОГИ ВЫБОРОВ В  
РОССИИ ОТРАЖАЮТ ИСТИННЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ИЗБИРАТЕЛЕЙ**

**в зависимости от места жительства**  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем по выборке	Областной центр	Средний/малый город	Сельская местность
Да, полностью отражают	8,2	5,8	7,1	12,9
Несмотря на некоторые нарушения в ходе выборов, результаты в целом отражают предпочтения избирателей	26,0	24,7	25,4	30,0
Нет, не отражают. Результаты выборов серьезно искажаются при подсчетах голосов	32,9	40,4	34,4	18,0
На результаты выборов влияет отсутствие равного доступа партий и кандидатов к СМИ	8,5	6,0	10,4	9,9
Из-за низкой явки результаты выборов отражают мнение лишь небольшой доли избирателей	25,7	22,8	25,7	30,0
Ответили на вопрос (чел.)	1008	364	393	233

Естественно, уровень доверия к результатам выборов сильно различается в зависимости от того, участвовал респондент в последних выборах, или нет (таблица 24). Но даже среди голосовавших доля уверенных, что итоги выборов отражают предпочтения избирателей полностью, или хотя бы в целом, не превышает половины (49%). А уж среди не принявших участие в голосовании таких только 18%. Не голосовавшие также в 2-3 раза чаще голосовавших и «не помнящих» отмечают, что на результаты выборов влияет отсутствие равного доступа партий и кандидатов к СМИ.

Таблица 24

**МНЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ О ТОМ, НАСКОЛЬКО ИТОГИ ВЫБОРОВ В  
РОССИИ ОТРАЖАЮТ ИСТИННЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ИЗБИРАТЕЛЕЙ  
в зависимости от участия или неучастия в выборах в марте 2009 г.  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)**

	В среднем по выборке	Голосо- вавшие	Не голосо- вавшие	Не помнят
Да, полностью отражают	8,2	14,2	1,7	6,8
Несмотря на некоторые нарушения в ходе выборов, результаты в целом отражают предпочтения избирателей	26,0	35,1	16,0	24,8
Нет, не отражают. Результаты выборов серьезно искажаются при подсчетах голосов	32,9	22,0	45,0	35,0
На результаты выборов влияет отсутствие равного доступа партий и кандидатов к СМИ	8,5	6,6	12,3	4,3
Из-за низкой явки результаты выборов отражают мнение лишь небольшой доли избирателей	25,7	24,7	25,1	29,9
Ответили на вопрос (чел.)	1008	473	407	117

*Таким образом, преобладающим является мнение, что результаты выборов по тем или иным причинам не отражают истинных предпочтений избирателей, что еще раз подтверждает отмеченное выше неверие значительной части жителей области в честность выборов.*

### 3.3. Нужен ли респондентам институт выборов?

Несмотря на явно выраженное недоверие респондентов к результатам выборов, необходимость самого института выборов не вызывает сомнения у жителей области.

Так, подавляющее большинство (86,5%) респондентов уверено, что Президента России необходимо избирать на всеобщих выборах (диаграмма 12).



Половина респондентов считают, что необходимы прямые выборы губернаторов (50%), еще 13% готовы отдать право выбора глав регионов органам представительной власти (в нашем случае – депутатам Законодательного Собрания), и только 24% согласны на назначение.

Наконец, более половины респондентов выступают за прямые выборы глав городов и районов (55%), и те же 24% готовы принять назначенного сверху мэра или главы района.

Заметим, что люди имеют достаточно четко выраженное мнение по вопросу о выборах или назначении руководителей исполнительной власти – затруднились с ответом на данный вопрос только 9-13% респондентов.

#### **4. ОЦЕНКА РЕСПОНДЕНТАМИ СТЕПЕНИ ВАЖНОСТИ КОНСТИТУЦИОННЫХ ПРАВ И СВОБОД**

Как известно, избирательные права россиян закреплены в Конституции Российской Федерации. Какой вес они имеют в иерархии конституционных прав и свобод граждан? Чтобы найти ответ на этот вопрос, респондентам был задан вопрос: «Какие права и свободы, закрепленные в Конституции РФ, наиболее важны для Вас?»

Сразу отметим, что политические права и свободы, по мнению респондентов, не относятся к числу наиболее важных для них. Половина и более респондентов самыми важными правами считают (диаграмма 13):

- *Право на бесплатную медицинскую помощь, обеспечение в старости, при болезни (62%),*
- *Право на жизнь (61%),*
- *Право на свободу и личную неприкосновенность, личную и семейную тайну (50%)*

В следующей по степени важности группе конституционных прав и свобод респонденты выделяют:

- *Право на жилище, неприкосновенность жилища (44.5%),*
- *Право на бесплатное образование (42%),*
- *Право на справедливо оплачиваемую работу по специальности (35%),*
- *Свобода слова (34%)*

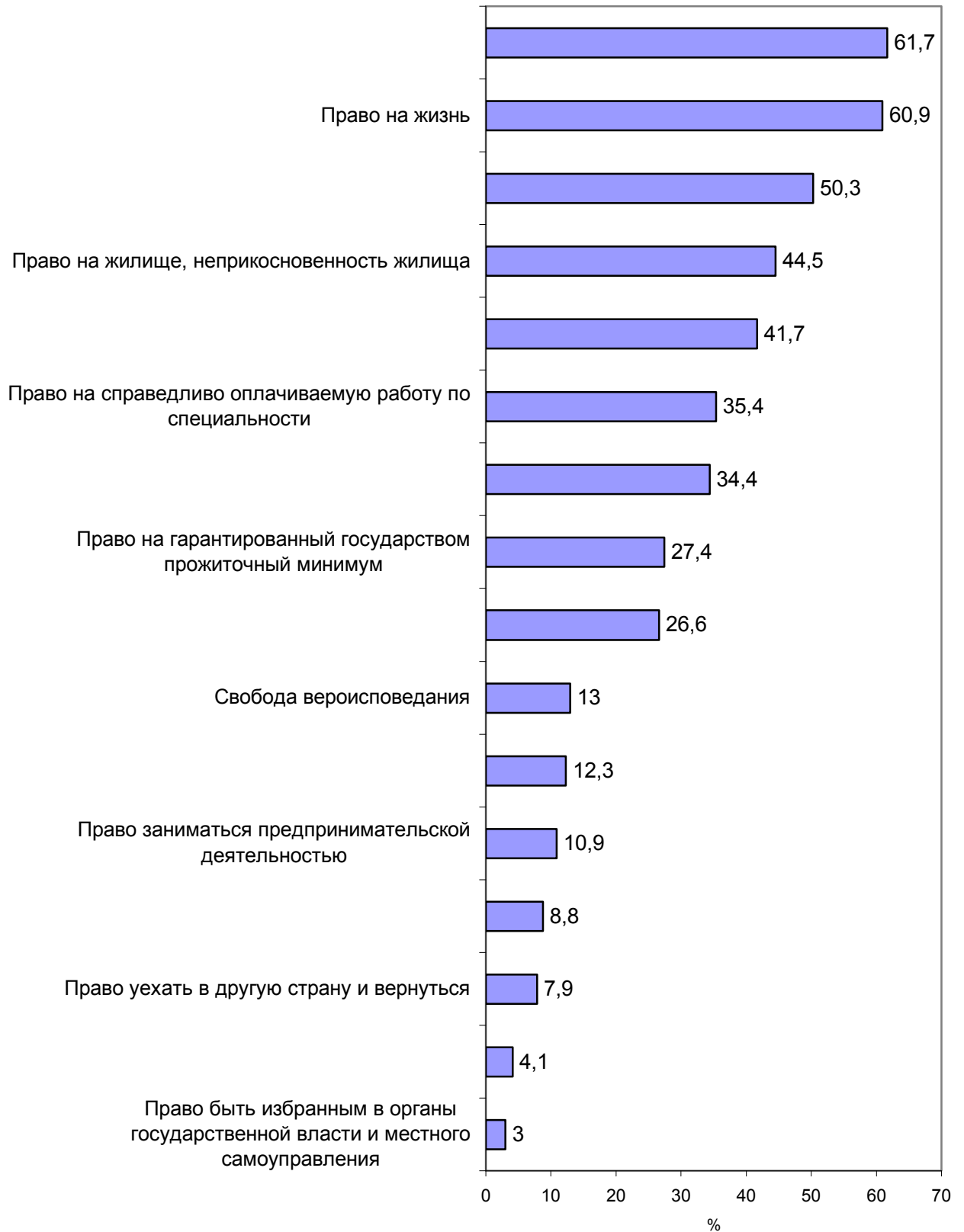
Мы видим, что в иерархии конституционных прав и свобод респонденты выделяют свои права на социальную защищенность и личные права. Только на 7-м месте в иерархии появляется свобода слова, связанная с политическими свободами.

*Важность избирательных прав и свобод россиян по сравнению с другими конституционными правами, по мнению респондентов, невелика.*

*Право голосовать на выборах и влиять, таким образом, на формирование власти отмечают лишь 9% респондентов, а право быть избранным в органы государственной власти и местного самоуправления и вовсе только 3%.*

Мужчины несколько чаще женщин отмечают важность политических прав и свобод, но эта разница не носит принципиального характера (таблица 25). Ценность свободы слова для респондентов падает с возрастом – с 43% у наиболее молодой группы респондентов (18-30 лет) до 23% у тех, кому больше 60 лет. Очень низко старшее поколение оценивает и сравнительную важность избирательных прав, хотя и ходит на выборы активнее других возрастных групп населения. Но это, в общем-то, и понятно – зато 60-70-летние респонденты значительно выше оценивают важность таких прав, как право на бесплатную медицинскую помощь, обеспечение в старости, при болезни, право на гарантированный государством прожиточный минимум.

**Диаграмма 13. Какие из основных прав и свобод, закрепленных в Конституции РФ, наиболее важны для респондентов**



**КАКИЕ ПРАВА И СВОБОДЫ НАИБОЛЕЕ ВАЖНЫ ДЛЯ РЕСПОНДЕНТОВ**  
**в зависимости от пола и возраста**  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем по выборке	Пол		Возраст			
		Мужчины	Женщины	18–30 лет	31–50 лет	51–60 лет	Свыше 60 лет
Право на бесплатную медицинскую помощь, обеспечение в старости, при болезни	61,7	54,0	67,2	57,3	59,5	62,4	79,1
Право на жизнь	60,9	61,3	60,3	59,1	61,6	59,7	67,4
Право на свободу и личную неприкосновенность, личную и семейную тайну	50,3	50,9	49,7	67,7	52,3	43,7	30,2
Право на жилище, неприкосновенность жилища	44,5	41,0	47,1	43,3	47,3	40,3	44,2
Право на бесплатное образование	41,7	33,5	47,6	49,4	44,4	33,5	37,2
Право на справедливо оплачиваемую работу по специальности	35,4	31,6	38,1	32,9	40,5	31,2	25,6
Свобода слова	34,4	36,3	32,9	42,7	35,3	31,6	23,3
Право владеть собственностью	26,6	29,2	24,7	31,1	30,7	20,5	14,0
Право на гарантированный государством прожиточный минимум	24,7	28,3	26,9	22,6	23,7	33,1	39,5
Свобода вероисповедания	13,5	10,4	15,0	14,0	12,4	12,9	16,3
Право на получение информации	12,3	9,9	14,1	12,8	14,1	11,0	5,8
Право заниматься предпринимательской деятельностью	10,9	11,1	10,9	17,7	10,8	9,1	5,8
Право голосовать на выборах, влиять на формирование власти	8,8	9,4	8,3	9,1	8,9	9,9	4,7
Право уехать в другую страну и вернуться	7,9	8,0	7,4	11,6	7,1	8,7	3,5
Право на объединение, включая право создавать профсоюзы	4,1	3,3	4,7	2,4	4,8	4,2	3,5
Право быть избранным в органы государственной власти и местного самоуправления	3,0	3,5	2,6	3,7	2,9	3,4	0
Ответили на вопрос (чел.)	1005	424	580	164	482	263	86



Интересно, что степень важности права голосовать на выборах последовательно растет с уменьшением размера населенного пункта, с 7% в областном центре до 10,5% в сельской местности (таблица 26).

А вот такие права и свободы, как свобода слова, право на получение информации, право заниматься предпринимательской деятельностью, право выехать в другую страну и вернуться, наоборот, наиболее востребованы среди респондентов областного центра. Так, например, важность свободы слова отмечают 25% жителей села, 34% респондентов в среднем/малом городе и 40% в региональном центре. В г.Владимир свобода слова выходит на 4-е место в иерархии важности конституциональных прав и свобод.

Таблица 26

**КАКИЕ ПРАВА И СВОБОДЫ НАИБОЛЕЕ ВАЖНЫ ДЛЯ РЕСПОНДЕНТОВ  
в зависимости от места жительства  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)**

	В среднем	Областной центр	Средний/ малый город	Сельская местность
Право на бесплатную медицинскую помощь, обеспечение в старости, при болезни	61,7	57,2	64,9	63,7
Право на жизнь	60,9	61,4	56,8	65,4
Право на свободу и личную неприкосновенность, личную и семейную тайну	50,3	49,6	49,7	51,5
Право на жилище, неприкосновенность жилища	44,5	38,0	48,2	46,0
Право на бесплатное образование	41,7	36,9	44,9	43,9
Право на справедливо оплачиваемую работу по специальности	35,4	30,4	38,6	38,0
Свобода слова	34,4	40,0	34,3	25,3
Право владеть собственностью	26,6	23,9	28,5	26,6
Право на гарантированный государством прожиточный минимум	24,7	26,2	27,0	30,0
Свобода вероисповедания	13,5	11,3	14,1	14,3
Право на получение информации	12,3	18,3	11,1	5,9
Право заниматься предпринимательской деятельностью	10,9	14,4	11,4	5,9
Право голосовать на выборах, влиять на формирование власти	8,8	7,3	9,3	10,5
Право уехать в другую страну и вернуться	7,9	10,1	7,1	5,1
Право на объединение, включая право создавать профсоюзы	4,1	2,8	4,5	5,5
Право быть избранным в органы государственной власти и местного самоуправления	3,0	3,7	2,8	1,3
Ответили на вопрос (чел.)	1005	355	396	237

## 5. ОЦЕНКА РЕСПОНДЕНТАМИ РАБОТЫ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ РОССИЯН НА ВЫБОРЫ

Почти половина респондентов (46%) подтверждают, что специальная работа по привлечению россиян на выборы ведется, и гражданам разъясняют, почему нужно ходить на выборы и принимать участие в голосовании (таблица 27).

Таблица 27

### МНЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ О ТОМ, ПРОВОДИТСЯ ЛИ СПЕЦИАЛЬНАЯ РАБОТА ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ РОССИЯН НА ВЫБОРЫ

**в зависимости от пола и возраста**  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем по выборке	Пол		Возраст			
		Мужчины	Женщины	18–30 лет	31–50 лет	51–60 лет	Свыше 60 лет
Да, проводится. Гражданам разъясняют, почему нужно ходить на выборы и голосовать	45,6	42,9	47,6	43,9	44,5	49,8	42,5
Да, граждан принуждают ходить на выборы под угрозой наказания (лишение стипендий, премий и т.п.)	18,2	17,2	18,9	25,0	19,4	12,7	11,5
Нет, никакой работы не ведется	34,1	38,2	31,1	29,9	35,6	33,5	37,9
Ответили на вопрос (чел.)	1029	429	599	164	499	275	87

Вместе с тем, каждый третий (34%) респондент никакой работы не заметил, а почти каждый пятый (18%) отмечает наличие принудительных мер по повышению явки. Женщины несколько чаще мужчин замечают, что проводится работа по привлечению граждан на выборы (48% против 43%).

Чем моложе респонденты, тем чаще они отмечают наличие принудительных мер по привлечению на выборы (25% в возрасте 18–30 лет по сравнению с 11,5% в возрасте свыше 60 лет). В то же время представители старшего поколения несколько чаще других (38%) не замечают никакой специальной работы по привлечению населения на выборы.

Более половины (55%) респондентов, проживающих в сельской местности, отмечают проведение работы по привлечению на выборы (таблица 28). Принудительные меры по повышению явки чаще других (22%) отмечают жители среднего или малого города, довольно часто – жители областного центра (19%), и в два раза реже – сельские респонденты. А вот что касается респондентов, не замечающих никакой специальной работы по привлечению граждан на избирательные участки, то их доля практически не различается в зависимости от типа населенного пункта (33-35%).

Таблица 28

**МНЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ О ТОМ, ПРОВОДИТСЯ ЛИ СПЕЦИАЛЬНАЯ РАБОТА ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ РОССИЯН НА ВЫБОРЫ**

**в зависимости от места жительства**  
(в процентах от числа ответивших на вопрос)

	В среднем по выборке	Областной центр	Средний/малый город	Сельская местность
Да, проводится. Гражданам разъясняют, почему нужно ходить на выборы и голосовать	45,6	42,0	42,9	55,1
Да, граждан принуждают ходить на выборы под угрозой наказания (лишение стипендий, премий и т.п.)	18,2	19,3	22,4	10,3
Нет, никакой работы не ведется	34,1	34,5	33,3	35,0
Ответили на вопрос (чел.)	1029	362	406	243

*Таким образом, в оценке работы по привлечению россиян на выборы жители области разделились на две почти равные части.*

В ходе опроса респондентам было предложено самим назвать структуры, которые должны заниматься подобной работой (таблица 29).

Очевидно, что по мнению жителей области привлекать граждан на избирательные участки в первую очередь должны сами представители власти или СМИ.

За подключение к подобной агитационной деятельности избирательных комиссий и различных общественных организаций респонденты высказываются заметно реже.

Таблица 29

**КТО ДОЛЖЕН ЗАНИМАТЬСЯ РАБОТОЙ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЕ  
РОССИЯН НА ВЫБОРЫ**

(в процентах от общего числа предложений)

Государственные или местные органы власти	22,9
Кандидаты, депутаты, политики	19,7
СМИ	19,0
Политические партии	10,8
Избирательная комиссия	7,2
Агитаторы	4,7
Руководители на рабочих местах	4,5
Молодежные организации	3,6
Профсоюзы	1,9
Общественные организации	1,9
Учебные заведения, педагоги	1,5
Социальные службы	,9
Родители	,6
Комитет по делам молодежи	,4
Психологи	,4
Всего предложений	685

Респонденты также могли предложить конкретные меры по привлечению россиян на выборы. Всего было высказано 725 предложений, которые приведены в таблице 30.

Напомним, что молодежь в ходе опроса, проведенного в декабре 2009 г., чаще всего требовала материального поощрения за участие в выборах (14,6%). На данном этапе исследования такое предложение также высказано, однако вдвое реже (7,6%).

*Показательно, что самым важным условием привлечения своих сограждан на выборы жители области считают обязательное выполнение депутатами (и политиками вообще) своих предвыборных обещаний (21%). То есть мы вновь сталкиваемся с низким уровнем доверия к политикам и с высоким уровнем сомнения в эффективности их деятельности.*

Отметим также, что третий ранг получило все то же требование сделать выборы честными (5,5%).

Вообще, очевидно, что население связывает желание или нежелание голосовать с работой политиков, как перед выборами, так и после них: «выдвигать понятные, конкретные программы» (4,4%), «повысить уровень жизни в стране» (4,1%), «вернуть доверие к политикам» (3,9%), «кандидаты должны больше встречаться с избирателями» (3,7%), «разъяснить важность выборов» (3,7%), «перестать принуждать к участию в выборах» (3,6%) – все эти предложения входят в первую десятку.

Таблица 30

### ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ ПРИВЛЕЧЬ РОССИЯН НА ВЫБОРЫ (в процентах от общего числа предложений)

Выполнять то, что обещали в ходе выборов	20,7
Поощрять материально	7,6
Сделать выборы честными	5,5
Выдвигать понятные, конкретные программы	4,4
Повысить уровень жизни в стране	4,1
Вернуть доверие к политикам	3,9
Кандидаты должны больше встречаться с избирателями	3,7
Разъяснить важность выборов	3,7
Перестать принуждать к участию в выборах	3,6
Устраивать культурно-массовые мероприятия, концерты	3,4
Вернуть графу "Против всех"	3,4
Убедить, что выборы реально влияют на жизнь страны, области, города	3,0
Прививать чувство патриотизма	2,2
Не врать народу	2,2
Дарить подарки	2,1
Выдвигать достойных кандидатов	1,7
Лучше информировать о партиях и кандидатах	1,5
Поддерживать малоимущих	1,4
Вернуть реальную борьбу между партиями. сделать выборы менее предсказуемыми	1,4
Добиться, чтобы выборы влияли на жизнь народа	1,2
Реже проводить выборы	1,2
Политики должны работать для простых людей	1,1
Поддерживать предпринимательство	1,1
Давать дополнительный выходной	,8
Создавать рабочие места	,7

Бороться с коррупцией	,7
Ставить реальные, разрешимые задачи	,7
Повысить зарплаты, пенсии	,6
Снизить уровень безработицы	,4
Разъяснять политику власти	,4
Бесплатные секции для молодежи	,4
Развивать голосование через Интернет	,4
Обязать законодательно, штрафовать за неучастие	,4
Проводить лотереи	,3
Выборы должны быть прозрачными	,3
Обеспечить равный доступ кандидатов к СМИ	,3
Заниматься правовым воспитанием	,3
Не искажать результаты выборов	,3
Решить жилищную проблему	,3
Создать атмосферу праздника	,3
Прививать интерес к политике	,3
Удобнее располагать избирательные участки	,3
Привлекать молодых кандидатов	,3
Проводить встречи с членами Избирательной комиссии	,3
Условия для развития молодежи	,3
Должен быть виден результат работы каждого депутата	,3
Проводить голосование по месту работы или учебы	,3
Снизить тарифы ЖКХ	,3
Перестать грабить народ	,1
Создать атмосферу торжественности	,1
В день выборов снижать цены на продукты питания на 50%	,1
Создавать дискуссионные клубы	,1
Объяснять суть работы депутатов разного уровня	,1
Выдвигать кандидатов из народа, а не представителей власти	,1
Автоматизировать голосование, чтобы каждый видел что с его голосом	,1
Разнообразить список партий и кандидатов	,1
Отменить неприкосновенность депутатов	,1
Ликвидировать бедность	,1
Проводить выставки на участках	,1
Восстановить многопартийную систему	,1
Повысить правовую культуру	,1
Борьба с алкоголизмом	,1
Приблизить избирательную кампанию к рабочим местам	,1
Проводить агитацию непосредственно на предприятиях	,1
Решить проблемы ЖКХ	,1
Лучше информировать о проведении выборов	,1
Выборы - это долг каждого	,1
Навести порядок в стране	,1
Демонтировать вертикаль власти	,1
Сделать выборы более открытыми	,1
Возродить коммунистическую партию	,1
Приглашать на выборы через сотовые кампании	,1
Давать продовольственные наборы	,1
Создать дееспособную оппозицию	,1
Ввести в школе курс "Политология"	,1
Довести з/пл чиновников до средней по стране	,1
Нужна реальная борьба	,1

Объяснить важность права на выбор	,1
Продлить время голосования до 22 часов	,1
Ввести открытую финогчетность депутатов	,1
Сделать в день выборы транспорт бесплатным	,1
Необходимо полностью перестраивать политическую систему	,1
Дешевые закуски, выпивка, праздник	,1
Развивать самоуправление	,1
Вернуть народу веру (что уже невозможно)	,1
Запретить пьянство, может тогда пойдут	,1
Помогать молодым семьям	,1
Быть ближе к народу	,1
Нужно чтобы с людьми считались как с гражданами	,1
Депутаты должны прислушиваться к пожеланиям народа	,1
Не оскорблять своих конкурентов	,1
Кандидатов должен выдвигать народ, а не власть	,1
Всего предложений	725

## ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Результаты опроса еще раз подтвердили зависимость электоральной активности от статуса выборов. Если на выборах Президента РФ голосовало подавляющее большинство респондентов (79.5%), то на выборах депутатов ГД РФ и ЗС области – менее половины (47%).

Отсутствие у достаточно большого числа жителей области желания голосовать на выборах депутатов разного уровня, во многом связано с низким уровнем доверия к депутатскому корпусу. Выражается это в следующем:

а) респонденты не довольны тем, как депутаты выполняют данные ими во время избирательных кампаний обещания (по мнению опрошенных, выполнение обещаний является лучшим способом привлечь россиян на выборы);

б) часть респондентов считает, что от депутатов в принципе мало что зависит и они не могут влиять на ситуацию в стране, области, городе.

в) по мнению жителей области, кандидаты в депутаты должны больше встречаться с избирателями и выдвигать более конкретные, понятные и выполнимые программы.

Таким образом, одним из наиболее действенных способов повышения электоральной активности граждан является повышение эффективности работы самого депутатского корпуса, более полное и регулярное информирование избирателей о том, что сделано и какие результаты достигнуты.

2. Одними из важнейших факторов, влияющих на уровень электоральной активности, являются социально-профессиональный статус жителей области и связанный с этим статусом уровень социального самочувствия.

Так, не удовлетворенные тем, как складывается их жизнь, ходят голосовать реже, чем удовлетворенные жизнью.

Такая же связь прослеживается и с оценкой материального положения своей семьи. Считаящие его плохим голосуют реже тех, кто оценивает его как благополучное. Причем речь идет именно об оценочных ощущениях, а не о величине доходов, поскольку те респонденты, которые указали, что имеют относительно более высокие доходы, голосовали на выборах всех уровней отнюдь не чаще, а то и реже других.

Что касается социально-профессионального статуса, то к редко голосующим следует отнести студентов, безработных, работников промышленности, торговли и обслуживания, домохозяек.

Чаще других, помимо пенсионеров, голосуют жители области, связанные с бюджетным финансированием – работники сферы управления, сотрудники МВД, работники образования и здравоохранения.

3. Конечно, исследование показало взаимосвязь электоральной активности и с возрастом избирателей. Однако выясняется, что низкую явку обеспечивает не только молодежь, но и жители области, находящиеся в возрасте наибольшей социально-экономической активности – 31 – 50 лет. Активными избирателями является наиболее пожилая часть населения – предпенсионного и пенсионного возраста. Получается, что та часть населения, которая в наибольшей степени заинтересована во влиянии через выборы на политическую и социально-экономическую ситуацию в регионе и в стране, как раз и игнорирует избирательный процесс.

4. Одним из объяснений этого является то, что сами избирательные права отнюдь не являются значимыми для жителей области. Оценивая важность закрепленных в



Конституции РФ прав и свобод граждан, лишь 9% ответивших на вопрос отметили в качестве одного из важнейших право голосовать на выборах и влиять, таким образом, на формирование власти. А право быть избранным в органы государственной власти и местного самоуправления имеет значение вообще лишь для единиц (3%). В результате, избирательные права меркнут на фоне прав на жизнь, личную свободу и неприкосновенность (61% и 50%), а также таких социально-экономических прав, как право на бесплатную медицинскую помощь, обеспечение в старости, при болезни (62%), право на бесплатное образование (42%) и право на справедливо оплачиваемую работу по специальности (35%),

Очевидно, что жители области просто не увязывают решение социально-экономических проблем с избирательным процессом и со своим правом в нем участвовать.

5. Игнорирование заметной частью населения избирательного процесса выражается и в низком интересе к перипетиям предвыборной борьбы. Лишь каждый десятый подходит к политическому выбору с полной серьезностью - внимательно следит за избирательной кампанией и изучает предвыборные агитационные материалы только 11% ответивших на вопрос. Более половины жителей области либо просматривают агитационные материалы не внимательно (28.5%), либо замечают их, только когда они попадают на глаза (24%). В целом следует признать, что, если жители области и проявляют интерес к предвыборной борьбе партий и кандидатов, то интерес этот является довольно поверхностным.

Не может не настораживать относительно большое число респондентов, у которых предвыборная борьба вызывает раздражение (17%). Еще 6% ответили, что не видят на выборах никакой борьбы.

6. Объясняя собственное неучастие в выборах депутатов ЗС области в марте 2009 г. респонденты чаще всего ссылаются на то, что они не верят в честность выборов (24%). Второй причиной нежелания голосовать является представление о предсказуемости выборов (18%).

Эти же причины называются и при оценке нежелания других сограждан идти на выборы:

- россияне не верят в честность выборов (54%);
- не голосуют, потому что не верят в то, что выборы реально влияют на жизнь страны, области, города (53%);
- результаты выборов слишком предсказуемы, все заранее знают, какая партия победит (43%);
- не голосуют, потому что их не интересует политика (40.5%).

Отметим, что в этом случае к мотивам недоверия к результатам выборов и их предсказуемости добавляется мотив неверия в эффективность влияния выборов на ситуацию в стране, а также отсутствие интереса к политике.

Уровень недоверия к честности выборов не зависит от возраста респондентов, зато снижается по мере повышения уровня их образования, что вселяет некоторый оптимизм.

7. Неверие в честность выборов проявляется и в преобладании мнения, что результаты выборов по тем или иным причинам не отражают истинных предпочтений избирателей. Только немногим более трети респондентов считают, что результаты выборов полностью (8%) или в целом (26%) отражают предпочтения избирателей

Треть респондентов (33%) уверены, что результаты выборов серьезно искажаются при подсчете голосов, а еще четверть (26%) респондентов полагают, что низкая явка на

выборы приводит к тому, что результаты выборов отражают мнение лишь небольшой части избирателей. Наконец, 8.5% опрошенных отмечают, что на результаты выборов влияет отсутствие равного доступа партий и кандидатов к СМИ.

В целом результаты исследования свидетельствуют о том, что простых способов быстро повысить электоральную активность жителей области нет. Причем далеко не все здесь зависит от избирательных комиссий. Во многом повышение явки зависит в первую очередь от непосредственных участников политического процесса – кандидатов, депутатов, глав исполнительной власти. Это, кстати, понимают и респонденты, которые, отвечая на вопрос о том, кто должен заниматься работой по привлечению россиян на выборы, поставили избиркомы лишь на 5 место (7%), после органов государственной и местной власти (23%), кандидатов, депутатов, политиков (20%), СМИ (19%) и политических партий (11%). А главной мерой, которая помогла бы повысить явку на выборах, респонденты назвали «выполнение политиками своих обещаний» (21%).

Тем не менее, исходя из результатов опроса, следует выделить первоочередные меры, которые необходимо предпринимать, не дожидаясь повышения эффективности работы политиков разных уровней.

- ◇ Необходимо переламявать стойкое неверие значительной части населения в честность выборов. Это может быть достигнуто за счет повышения открытости и прозрачности работы всех вовлеченных в избирательный процесс институтов, за счет утверждения мысли, что выявление и придание гласности нарушений, имеющих в ходе избирательных кампаний, само по себе является проявлением борьбы за справедливость выборов. Важно показать, что работники избирательных комиссий в первую очередь заинтересованы в наказании тех, кто прибегает к применению нечестных и преступных методов ведения борьбы.
- ◇ Необходимо разъяснять, что повышение явки само по себе повышает степень честности выборов.
- ◇ Необходимо работать на повышение конкурентности политической борьбы, противодействовать попыткам применения административного ресурса, снятия неугодных кандидатов, препятствования встречам отдельных кандидатов с населением и т.п.
- ◇ Необходимо однозначно высказаться против попыток принудительного привлечения на избирательные участки, поскольку подобные методы не вызывают ничего, кроме раздражения
- ◇ Крайне важной является агитационная работа, направленная на разъяснение важности избирательных прав. Необходимо внедрять понимание того, что реализация социально-экономических прав, которые жители области считают наиболее важными, зависит от того, как граждане распорядятся своими избирательными правами. Это приведет, в конечном итоге, к повышению значимости прав избирать и быть избранным.
- ◇ Необходимо разъяснять, что от повышения явки зависит легитимность власти, а значит и эффективность ее работы.

- ◇ Крайне важно иметь в виду, что любая разъяснительная и агитационная работа должна быть направлена не только на молодежь, но и на все экономически активное население, поскольку более половины жителей области среднего возраста также не ходят голосовать. Особое внимание следует уделять таким социально-профессиональным группам, как работники промышленности, работники торговли, безработные. Объектом агитационной работы в первую очередь должны стать представители всех групп населения, отличающихся низким уровнем удовлетворенности своим социальным и материальным положением вне зависимости от возраста.

Конечно, реализация этих мер усложняется тем, что недоверие к честности проведения выборов является довольно прочным и укорененным, нередко подкрепляется практикой. Между тем, позитивным моментом является то, что в целом жители области позитивно настроены на выборы как на способ формирования власти. Не менее половины респондентов выступают за прямые выборы глав регионов, городов и народов. Лишь небольшая часть населения отмечает усталость от выборов, считая, что их нужно проводить реже.

Население не выступает против выборов, но требует, чтобы они были честными.

## СПИСОК ДИАГРАММ

1.	Социальный состав респондентов	4
2.	Возрастной состав респондентов	5
3.	Уровень образования респондентов	5
4.	Средний доход на одного члена семьи в месяц	6
5.	Уровень удовлетворенности респондентов тем, как складывается жизнь	6
6.	Оценка респондентами материального положения своих семей	7
7.	Электоральная активность жителей области на выборах последних лет	8
8.	Почему респонденты не голосовали на выборах депутатов ЗС области в марте 2009 г.	24
9.	За какие партии проголосовали респонденты на выборах депутатов ЗС в марте 2009 г.	29
10.	Мнение респондентов о том, почему многие россияне не ходят голосовать	32
11.	Мнение респондентов о том, отражают ли итоги выборов истинные предпочтения избирателей	39
12.	Мнение респондентов о том, как нужно выбирать глав исполнительной власти	44
13.	Какие из основных прав и свобод, закрепленных в Конституции РФ, наиболее важны для респондентов	46

## СПИСОК ТАБЛИЦ

1.	Электоральная активность респондентов в зависимости от пола и возраста	9
2.	Электоральная активность респондентов в зависимости от места жительства	10
3.	Электоральная активность в зависимости от уровня образования респондентов	11
4.	Электоральная активность респондентов в зависимости от социального положения	12
5.	Электоральная активность респондентов в зависимости от уровня удовлетворенности жизнью и оценки материального положения своей семьи	15
6.	Электоральная активность респондентов в зависимости от уровня доходов на одного члена семьи	16
7.	Следят ли обычно респонденты за предвыборной борьбой партий и кандидатов (в зависимости от пола и возраста)	17
8.	Следят ли обычно респонденты за предвыборной борьбой партий и кандидатов (в зависимости от места жительства)	18
9.	Следят ли обычно респонденты за предвыборной борьбой партий и кандидатов (в зависимости от уровня образования)	19
10.	Следят ли обычно респонденты за предвыборной борьбой партий и кандидатов (в зависимости от участия в выборах)	20
11.	Электоральная активность в зависимости от интереса к предвыборной борьбе	21
12.	Следят ли обычно респонденты за предвыборной борьбой партий и кандидатов (в зависимости от социального положения)	22
13.	Почему респонденты не голосовали на выборах депутатов Законодательного собрания области в марте 2009 г. (в зависимости от пола и возраста)	25
14.	Почему респонденты не голосовали на выборах депутатов Законодательного собрания области в марте 2009 г. (в зависимости от места жительства)	27
15.	Почему респонденты не голосовали на выборах депутатов Законодательного собрания области в марте 2009 г. (в зависимости от уровня образования)	28
16.	Согласны ли респонденты с тем, что многие россияне не ходят на выборы (в зависимости от пола и возраста)	31
17.	Мнение респондентов о том, почему многие россияне не ходят на выборы (в зависимости от пола и возраста)	35
18.	Мнение респондентов о том, почему многие россияне не ходят на выборы (в зависимости от места жительства)	36
19.	Мнение респондентов о том, почему многие россияне не ходят на выборы (в зависимости от уровня образования)	37
20.	Мнение респондентов о том, почему многие россияне не ходят на выборы (в зависимости от участия или неучастия в выборах в марте 2009 г.)	38
21.	Мнение респондентов о том, насколько итоги выборов в России отражают истинные предпочтения избирателей (в зависимости от пола и возраста)	40
22.	Мнение респондентов о том, насколько итоги выборов в России отражают истинные предпочтения избирателей (в зависимости от уровня образования)	41
23.	Мнение респондентов о том, насколько итоги выборов в России отражают истинные предпочтения избирателей (в зависимости от места жительства)	42

24.	Мнение респондентов о том, насколько итоги выборов в России отражают истинные предпочтения избирателей (в зависимости от участия или неучастия в выборах в марте 2009 г.)	43
25.	Какие права и свободы наиболее важны для респондентов (в зависимости от пола и возраста)	47
26.	Какие права и свободы наиболее важны для респондентов (в зависимости от места жизни)	48
27.	Мнение респондентов о том, проводится ли специальная работа по привлечению россиян на выборы (в зависимости от пола и возраста)	49
28.	Мнение респондентов о том, проводится ли специальная работа по привлечению россиян на выборы (в зависимости от места жительства)	50
29.	Кто должен заниматься работой по привлечению россиян на выборы	51
30.	Что нужно сделать, чтобы привлечь россиян на выборы	52