

## Журнал “Социальные исследования”

### Позиционирование партий и предпочтения избирателей

Марк Генри Шапиро <sup>a</sup> \*

<sup>a</sup> аналитик, компания «ИМА Групп», Москва

---

#### О СТАТЬЕ

*Прохождение статьи:*  
Поступила: 28.02.2017  
Принята: 13.03.2017  
Опубликована онлайн:  
30.03.2017

*Ключевые слова:*  
шкала «левые-правые»;  
позиционирование партии,  
электоральное поведение

---

#### АННОТАЦИЯ

В статье описывается опыт выявления позиционирования партий избирателями, на основании чего партии распределяются по шкале «левые-правые» по результатам выборов в ГД РФ в 1995 и 1999 гг. Цель статьи – показать возможности анализа распределений по шкале «левые правые», основанного на оценках избирателей.

---

#### 1. Введение

Для анализа распределений результатов голосования используются различные основания. В данном случае будем рассматривать результаты голосования по партийным спискам в Госдуму РФ в 1995, 1999 гг., а в качестве основания позиционирования партий используется шкала «левые-правые», полное описание этой шкалы см.: [Ильясов, 2000: 84].

Существуют различные подходы, методы определения позиционирования партии:

- а) анализ партийных программ и манифестов;
- б) опрос экспертов;

---

\* E-mail: fa08@mail.ru

- в) исследование истории партии с учётом ее изначального происхождения;
- г) анализ партийных текстов, исследование взглядов и поведения партактива (голосование в парламенте, интервью с лидерами и активистами партии);
- д) опросы избирателей. См., например: [Зиннатуллин, 2015].

Опросы населения представляются наиболее валидным инструментом измерения позиции партии, так как избиратели голосуют в соответствии с тем, как они видят, понимает позиционирование партии, а документы и мнения партактива, впечатления экспертов, могут не совпадать с восприятием голосующих. То есть, с практической точки зрения «истинное» мнение, это мнение электората, так как оно и задает исход голосования.

В статье описывается опыт выявления позиционирования партий избирателями, на основании чего партии распределяются по шкале «левые-правые» по результатам выборов в ГД РФ в 1995 и 1999 гг. Цель статьи – показать возможности анализа распределений по шкале «левые правые», основанного на оценках избирателей.

## **2. Распределение электората по шкале «левые-правые»**

В настоящем изложении под левыми понимаются сторонники максимально возможного равномерного распределения власти и материальных ресурсов между членами сообщества. Правые – сторонники свободной, минимально ограниченной законами, политической и экономической конкуренции, минимального перераспределения материальных ресурсов в пользу бедных слоев населения.

Приводимое на рис. 1 распределение партий по шкале «левые-правые» основано на том, как избиратели воспринимают партии (а не на том, что написано в партийных программах). Распределение партий по шкале «левые-правые» произведено на основании анализа материалов 14 фокус-групп, проведенных в октябре-ноябре 1999 г.

Следует отметить, что проведенная оценка позиционирования партий респондентами носит усредненный характер, так как мнения опрошенных не полностью совпадали. В целом настоящее изложение носит во многом иллюстративный характер, показывающий возможности подхода к анализу результатов выборов. В рассматриваемых случаях большое количество партий (28 в

1999 г.<sup>1</sup>) затрудняет ориентации избирателей, это, в совокупности с изменением списка партий, затрудняет возможности проведения корректного исследования.

Рис. 1. Распределение избирателей по шкале «левые-правые» на выборах в ГД РФ в 1999 г.



Сумма сторонников левых партий в 1999 г. составила 32,5%, сторонников правых - 27,8%. Коэффициент превышения доли, голосовавших за левых, составил 1,17 раза.

Кривая распределения голосов избирателей по шкале «левые-правые» в 1999 г. показывает, что при голосовании небольшое предпочтение получили партии левого спектра – линия тренда на рис. 1 чуть приподнята влево.

Анализ электорального поведения позволяет предположить, что приверженцы крайне левых, являющиеся сторонниками минимальной разницы в доходах, таковым являются в силу своей личной не расположенности к интенсивной конкуренции в рыночных условиях. И наоборот, высока вероятность того, что

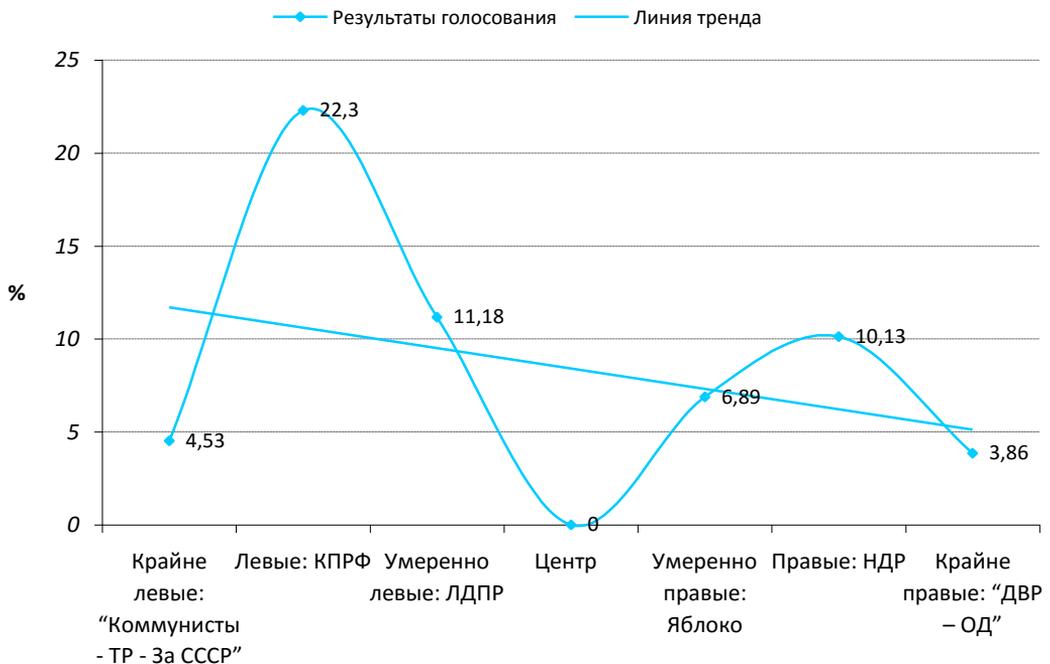
<sup>1</sup> В 1995 г. было зарегистрировано 43 избирательных объединений, избирательных блоков.

приверженцы крайне правых имеют высокую готовность к конкуренции. Тогда распределение избирателей по партиям можно интерпретировать как распределение их по готовности к конкуренции. Приведенные предположения являются не в полной мере обоснованными и нуждаются в дальнейшей верификации.

### 3. Динамика распределения электората по шкале «левые-правые»

Для сравнения на рис. 2 приведено распределение избирателей по шкале «левые-правые» в 1995 г. Как видно из приведенных данных в 1995 г. предпочтения избирателей существенным образом были смещены в сторону левых партий – линия тренда существенно повышается к левой стороне.

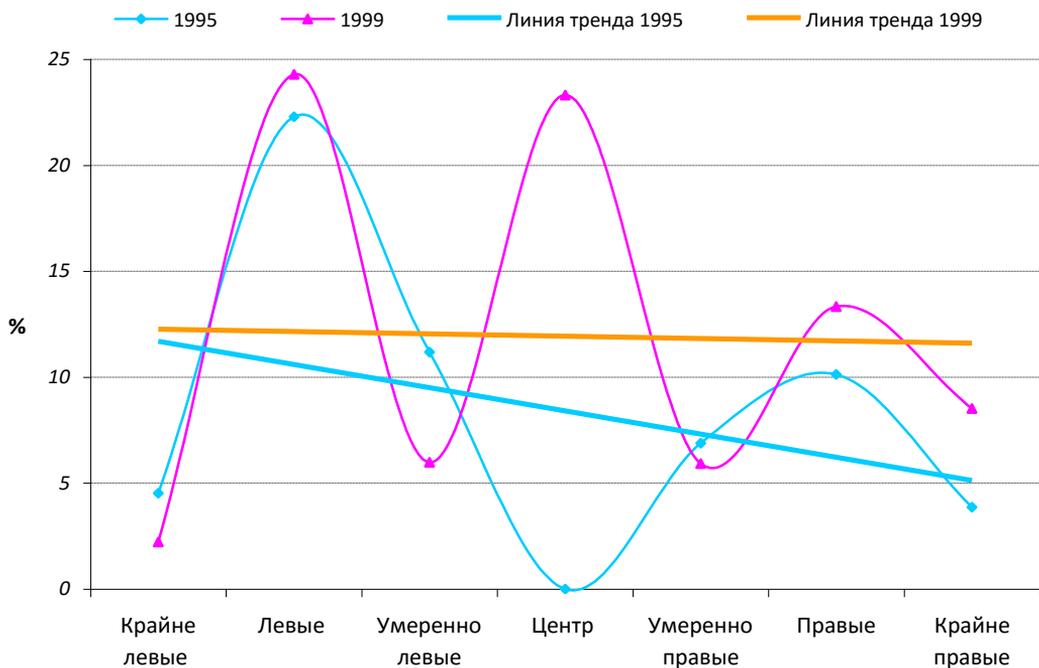
Рис. 2. Распределение избирателей по шкале «левые-правые» на выборах в ГД РФ в 1995 г.



Общая доля сторонников левых по результатам голосования в 1995 г. составила 38%, а голосовавших за правых – 21%. Коэффициент превышения голосов, отданных за левых, составил 1,8.

Сравним результаты выборов в Госдуму РФ в 1995. и в 1999 гг. – см. рис 3. Сравнение линий трендов 1995 и 1999 гг. показывает, что в 1999 г., в сравнении 1995 г., уровень поддержки правых партий несколько повысился (см. линии трендов на рис. 3).

Рис. 3. Сравнение распределений избирателей по шкале «левые-правые» на выборах в ГД РФ в 1995 и 1999 гг.



Коэффициент превышения голосов, отданных за левых, в 1995 г. составил 1,8, а в 1999 г. – 1,17. Это значит уровень поддержки левых в 1999 г. понизился.

## Литература

Зиннатуллин А. З. Позиционирование политических партий: основные исследовательские подходы // Ученые записки казанского университета. №1 (157). 2015. С. 229-235.

Ильясов Ф. Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. М.: ИМА-пресс, 2000. – 200 с.

---

## Positioning of parties and preferences of voters

Mark Henry Shapiro \*

\* - analyst "IMA Group", Moscow

Email: fa08@mail.ru

### Abstract

The article describes the experience of detecting the positioning of parties by voters, on the basis of which the parties are distributed on the "left-right" scale according to the results of elections to the State Duma of the Russian Federation in 1995 and 1999. The purpose of the article is to show the possibilities of analyzing distributions on the "left-right" scale, based on voter estimates.

*Keywords:* Scale "left-right"; Positioning of the party, Electoral behavior

### References

Zinnatullin A. Z. Pozitsionirovanie politicheskikh partii: osnovnye issledovatel'skie podkhody. *Uchenye zapiski kazanskogo universiteta*. Vol. 157. No. 1. 2015. P. 229-235.

Iliassov F. N. Politicheskii marketing. *Iskusstvo i nauka pobezhdat' na vyborakh [Political marketing. The art and science to win elections]*. Moscow, IMA-press, 2000. 200 p. (In Russ.)