

© 1995 г.

А.П. ВАРДОМАЦКИЙ

ВЫБОРЫ ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА БЕЛОРУССИИ

ВАРДОМАЦКИЙ Андрей Петрович — доктор социологических наук, руководитель лаборатории аксиометрических исследований «НОВАК» (Минск).

Лаборатория аксиометрических исследований (ПАИ) «НОВАК» осуществила исследование по проблематике первых президентских выборов в Белоруссии. Опрос проводился методом индивидуального интервью по месту жительства. Выборка объемом примерно в 1 000 респондентов репрезентировала взрослое, имеющее право голоса население. Она построена по рандомизированно-квотному принципу и представляла собой примерно 1/7500 микромодель белорусского электората. В анкету вошли вопросы, касающиеся непосредственно рейтингов кандидатур на пост президента, и актуальных проблем современной социо-экономико-политической ситуации в нашей республике.

Было сделано три замера рейтингов кандидатов. Вот как выглядят результаты опросов респондентов, отдавших предпочтение тому или иному кандидату:

ПЕРВЫЙ ЗАМЕР

*(3—9 июня 1994 г.: N = 1 090,
в % к числу опрошенных)*

Кебич	21,8
Лукашенко	21,3
Шушкевич	13,1
Почняк	11,9
Дуико	1,7
Новиков	5,8
Никто не устраивает	16,1
Не знаю. Затрудняюсь ответить	7,4

ВТОРОЙ ЗАМЕР

*(10—18 июня 1994 г.; N = 1 102,
в % к числу опрошенных)*

Лукашенко	24,8
Кебич	20,6
Шушкевич	11,6
Пошяк	9,5
Дубко	5,8
Новиков	5,4
Никто не устраивает	10,5
Не знаю. Затрудняюсь ответить	11,7

ТРЕТИЙ ЗАМЕР

*(27 июня—5 июля 1994 г.; N = 1 079,
в % к числу опрошенных)*

Лукашенко	53,8
Кебич	18,6
Против всех	8,9
Не буду голосовать	8,1
Отказ от ответа	3,4
Не знаю. Затрудняюсь ответить	7,2

Для полноты картины нужно отметить, что ПАИ «НОВАК» еще в апреле—мае 1994 г. провела замер рейтингов потенциальных кандидатов на пост президента (в тот момент они не были еще зарегистрированы официально). Этот замер показал:

ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ ЗАМЕР

(7 апреля — 3 мая 1994 г.; N = 2 030,
в % к числу опрошенных)

Лукашенко	28,0
Кебич	15,1
Шушкевич	10,2
Карпенко	5,8
Позняк	5,5
Санчуковский	0,9
Не знаю. Затрудняюсь ответить	34,5

Для доказательства корректности наших данных в третьем опросе в анкету был введен вопрос «Скажите, пожалуйста, за кого Вы голосовали в первом туре?»

Из 1 079 респондентов, участвовавших в опросе, который состоялся 27 июня — 5 июля 1994 г., 5,2% ответили, что голосовали за А. Дубко; 13,8% — за В. Кебича; 34,6% — за А. Лукашенко; 4,6% — за В. Новикова; 10,1% — за З. Позняка; 8,4% — за С. Шушкевича; 22% вообще не голосовали; 1,8% не дали ответа,

А вот как выглядят фактические результаты первого тура голосования: 4,7% граждан, пришедших к избирательным урнам, проголосовали за А. Дубко; 13,7% — за В. Кебича; 35,5% — за А. Лукашенко; 3,6% — за В. Новикова; 10,1% — за З. Позняка; 7,8% — за С. Шушкевича; 21,2% — против всех.

Следует заметить, что в апреле рейтинг Александра Лукашенко был значительно выше рейтинга Вячеслава Кебича. В мае лидировал В. Кебич. Перелом наступил 10—18 июня. С этого момента растет популярность А. Лукашенко. Если за неделю до первого тура разница рейтингов была невелика (по данным опроса она составляла 4,2%), то к моменту первого тура голосования разрыв оказался значительным, а на втором туре — уничтожающим для оппонента. Неделя 10—18 июня 1994 г. в политической биографии А. Лукашенко знаменательна, именно в эти дни он начал приобретать черты харизматического лидера.

С точки зрения техники массового социологического опроса это была наиболее интересная и трудная задача: точно отследить, уловить момент в ситуации общей психологической атмосферы, создаваемой истеблишментом. Дело в том, что С. Шушкевич, В. Кебич и З. Позняк давно известны на белорусском политическом ландшафте. А вот А. Дубко, В. Новиков и А. Лукашенко в такой предвыборной гонке были новичками. Успех А. Дубко и А. Лукашенко поразительный. Так, А. Дубко в период от первого до второго замеров увеличил свой рейтинг более чем в три раза. А рейтинг А. Лукашенко увеличился за время предвыборной гонки в четыре раза. Его рейтинг с 10 июня по 5 июля увеличивался каждый день в среднем на 2%. Теледебаты еще более увеличили эту цифру.

Как известно, в первом туре голосования приняло участие 78,97% от общего числа граждан, имеющих право голоса; во втором — 69,9%. Заметим, что второй тур проходил в выходной летний день. Такая активность белорусских избирателей является, скорее, исключением для нынешнего этапа развития посттоталитарных обществ, где преобладает политическая апатия населения. Здесь, вероятно, сказались две вещи. Во-первых, «эффект последней надежды». Белорусское президентство ассоциировалось не с обычной кадровой перестановкой, постоянно протекающей в верхах и, как правило, не приводящей ни к каким реальным практическим изменениям, а с некоторой радикальной переменой к возможной лучшей жизни. Во-вторых, «эффект новизны». Это первые выборы такого рода в Белоруссии, что само по себе привлекало внимание выборщиков. Если бы это были выборы локального уровня, например, в местные советы, то активность, конечно же, была бы значительно ниже. Для

сравнения можно напомнить ситуацию с **перевыборами** в парламент нашей республики, когда необходимый минимум выборщиков не пришел на избирательные участки.

СМИ: эффект отрицательной адаптации. Это явление вполне понятно с позиции здравого смысла. Оно уже отмечалось в печати. Здесь мы можем лишь подтвердить его социологическими данными. Как показали наши опросы, периоды наиболее активных антилукашенковских кампаний в средствах массовой информации совпадали по времени с падением рейтинга В. Кебича. Очевидно и то, что СМИ были перегружены агитацией в пользу одного кандидата — экс-премьера В. Кебича. Поэтому наступила такая реакция массовой аудитории, когда любые положительные сообщения о личности В. Кебича воспринимались «с точностью до наоборот», отрицательно, а любые отрицательные сообщения о А. Лукашенко — положительно. Подобная доминанта в сознании электората начала работать против кандидатуры В. Кебича. Это стало заметно после 9 июня. Именно в данный период стали проявляться такие черты предвыборной кампании экс-премьера, как очевидное давление в его пользу со стороны масс-медиа, это во-первых; а во-вторых, хождения по квартирам и хатам слишком рьяных агитаторов за Вячеслава Францевича, которые, в конечном счете, сослужили ему плохую службу.

К слову, с чисто технической точки зрения это было для нас, социологов, одной из существенных полевых трудностей при проведении данного опроса. Интервьюеры иногда воспринимались как агитаторы за В. Кебича. Им на местах приходилось преодолевать этот психологический барьер со стороны респондентов.

А. Лукашенко и его избиратели. Можно говорить о сходстве А. Лукашенко как личности и некоего обобщенного образа белорусского избирателя (если такие обобщения вообще позволительно делать). Этот мотив уже звучал в средствах массовой информации. Так, например, отмечалось, что А. Лукашенко говорит на тряснице - диалекте, на котором фактически объясняется большинство населения Белоруссии. Вызывало интерес понимание населением республики главных задач, стоящих перед будущим президентом. Мы попросили респондентов, участвовавших в третьем опросе (27 июня—5 июля), назвать три наиболее важные задачи, которые предстоит решать будущему президенту. При этом респонденту предлагался список из 16 задач. Так вот, восьмерку первых по значимости задач (на которые обратило внимание более 5% опрошенных) составили следующие:

1. Борьба с коррупцией и мафией в структурах власти (13,9% опрошенных),
2. Борьба с инфляцией (13,9%).
3. Борьба с повышением цен (12,9%).
4. Наведение порядка в республике (12,1%)
5. Борьба с организованной преступностью (9, 8%)
6. Борьба с безработицей и сохранение рабочих мест на государственных предприятиях (8%).
7. Поддержание нормальных экономических связей с Россией (5,7%).
8. Установление государственного контроля за продуктами питания и товарами народного потребления (5,7%).

Данный список свидетельствует о том, что А. Лукашенко совершенно точно спрогнозировал доминирующие настроения общественного мнения как на этапе своей деятельности в парламенте, когда он возглавлял комиссию, которая занималась вопросами борьбы с организованной преступностью, так и на этапе уже самой предвыборной борьбы, когда основной акцент делался именно на антикоррупционные моменты. Такое чутье, несомненно, сильная сторона А. Лукашенко как политика.

Отношения А. Лукашенко с другими кандидатами на пост президента можно охарактеризовать так: все они способствовали продвижению его кандидатуры на этот пост. В самом деле, в первом туре выборов за В. Кебича проголосовало 17,33% избирателей; во втором туре он получил 14,2% голосов, то есть фактически допол-

нительных голосов не получил. Все голоса избирателей, голосовавших в первом туре за других кандидатов, отошли только к А. Лукашенко, так как все кандидаты в президенты внесли свою лепту в критику предыдущего правительства, с которым однозначно ассоциировался В. Кебич. Этим, как видим, реально воспользовался А. Лукашенко.

При анализе двумерных распределений электоратов А. Лукашенко и В. Кебича обнаружилось, что практически не оказалось ни одной социальной группы, отдавшей предпочтение последнему. Разница между группами состоит только в том, что у одних из них пропорция в пользу А. Лукашенко большая, у других — меньшая.

Вот некоторые из этих пропорций (приводятся результаты третьего предвыборного опроса):

— рабочие низкой и средней квалификации — 68,6%/9,8% (пропорция семь к одному, то есть из каждых семи рабочих лишь один намеревался голосовать за В. Кебича);

— высококвалифицированные рабочие: за А. Лукашенко хотели проголосовать 62,2% опрошенных, за В. Кебича — лишь 12,7%;

— специалисты, соответственно, 46,9% и 20,3%;

— специалисты высокой квалификации, соответственно, 33,5% и 22,3% (заметим, однако, что специалисты высокой квалификации дали наибольший процент по графам «не буду голосовать» и «буду голосовать против всех» — около 30%);

— представители промышленности (в целом), соответственно, 53,6% и 20,9%;

— представители сельского хозяйства (в целом), соответственно, 66,8% и 15%;

— за А. Лукашенко во втором туре голосовали 54,4% опрошенных из числа имеющих право голоса мужчин и 52,4% опрошенных из имеющих право голоса женщин.

На интересные размышления наводят данные о респондентах по уровню образования и месту жительства (%):

Образование	За	
	Кебича	Лукашенко
Начальное и неполное среднее	16	65,6
Среднее	17,7	55,1
Высшее и неполное высшее	24,5	37,3

Здесь отражено линейное уменьшение пропорции голосовавших за А. Лукашенко (процента от данной социальной группы, то есть процента по строке) по мере увеличения уровня образования).

Тип населенного пункта	За		Против всех	Не буду голосовать	Отказ от ответа	Не знаю, затрудняюсь ответить
	Кебича	Лукашенко				
Минск	13	47,3	18,3	7,1	2,4	11,8
Областные центры	34,1	45,5	10,5	8,9	4,7	6,3
Город более 50 000 человек	24,1	51,3	13,1	6,8	3,1	1,6
Город менее 50 000 человек	21,3	54,1	6	4,9	4,4	9,3
Деревня	19,1	61,3	4,8	5,4	3,1	6

Лишь два исключения показали наши данные. Первое — группа «руководители» (она подразделялась нами на две категории: «руководитель предприятия» и «руководитель подразделения»). В группе «руководитель предприятия» 33,4% опрошенных отдали предпочтение А. Лукашенко, а 33,2% — В. Кебичу; в группе «руководитель подразделения», соответственно, 33% и 44,2%. Это весьма важный социальный факт. Данная группа, являясь по абсолютной численности не очень большой, по своей роли в обществе занимает важные позиции.

Второе исключение показала группа «работники культуры». 35,4% опрошенных отдали предпочтение В. Кебичу, а 22,9% — А. Лукашенко. Как видим, здесь у президента возможны серьезные проблемы.

Отсутствие общенационального политического лидера являлось одной из наиболее характерных черт общественного мнения и политической культуры республики. Это повлекло за собой ряд социально-политических последствий.

Приведенные данные позволяют говорить о том, что на момент второго тура выборов А. Лукашенко обрел качества харизматического лидера (более 80% проголосовало за него). По крайней мере, в статистическом смысле этого слова. Аналогичный уровень набирал, пожалуй, лишь Б. Ельцин в период своей наибольшей политической популярности. В этой связи напомним, что на проходивших параллельно выборах на Украине президент Л. Кучма набрал 52,14% голосов. Билл Клинтон (США) в 1992 г. — 43% (от *popular vote*); Франсуа Миттеран (Франция) в 1981 г. — 52,26% и в 1987 г. — 53,94%. Для славянских стран, где значение личности в Политическом процессе всегда особенно велико, такое харизматическое приобретение является неким более важным событием, чем очередные перевыборы.