

ЕЛЕНА КАРЕВИНА,

кандидат социологических наук, младший научный сотрудник отдела социально-политических процессов Института социологии НАН Украины

Экономические факторы политического успеха: анализ на примере последних президентских выборов в Украине

Abstract

The article is devoted to the problem of electoral success as an aspect of political success. An approach to study of economical determinants of political success is proposed. The problem of consistent of the voter's economical preferences and political subject's position is analyzed.

There are presented the results of the content-analysis of political platforms of the most successful in the first tour of president election candidates (L.Kuchma, P.Simonenko, N.Vitrenko) and the data of empirical research held after election.

Проблема политического успеха и факторов, с которыми связано достижение этого успеха, привлекает особое внимание в периоды “предвыборной гонки”, когда заостряется политическая борьба, активизируется политическая реклама, усиливается конкуренция между претендентами на власть. Что представляет собой политический успех: счастливый случай, политическое везение или закономерный результат применения политических технологий? Чем он обусловлен: политическим выбором населения (рациональным или нерациональным) или наличием у политического субъекта соответствующих административных возможностей и достаточного количества денег, которые заведомо все решают? И наконец, что больше влияет на этот успех: реальная деятельность политического субъекта или созданный ему имидж, рекламное, пропагандистское воздействие? Накануне и во время выборов решение этих вопросов становится актуальным не только для наиболее заинтересованных участников политического действия: политических субъектов, их команд, представителей “четвертой власти”, но и для научных работников, которые в последнее время все более активно вовлекаются в избирательные процессы.

Как правило, после завершения выборов общественный интерес к этой проблеме существенно падает. Вероятно, поэтому сегодня, несмотря на значительное количество работ прикладного характера, в отечественной социологии практически отсутствуют теоретические обобщения по этому вопросу. Во многом это объясняется еще и сложностью самого предмета изучения, а также неоднозначностью и относительностью критериев политического успеха, особенно в условиях трансформирующегося общества. Кроме того, политический успех не исчерпывается одним лишь успехом на выборах, это гораздо более широкое понятие. Сама же категория “политический успех” в теоретическом плане остается практически не разработанной, поэтому возникает необходимость в теоретическом определении ее содержания, анализе критериев и факторов такого успеха.

В рамках одной статьи, разумеется, нельзя претендовать на всесторонний анализ такого сложного явления. Мы попытаемся только обозначить подходы к проблеме политического успеха и определения его критериев, остановившись на анализе его экономических факторов. Сразу же заметим, что вынуждены ограничиться сферой публичной политики, не затрагивая теневой ее сферы, хотя последняя, без сомнения, представляет не меньший интерес.

К определению категории “политический успех”: субъекты, критерии, факторы

Под “успехом” в научной литературе обычно понимают достижение субъектом определенных целей в избранной сфере деятельности. Таким образом, политический успех следует рассматривать как достижение целей политическими субъектами в сфере политики. Традиционно политику определяют как сферу деятельности, главное содержание которой составляют завоевание, удержание и использование государственной власти. Следовательно, под **политическим успехом** мы будем понимать успех политических субъектов в завоевании, удержании и реализации власти. Н.Панина предлагает рассматривать политический успех как достижение политическим субъектом определенной позиции в политической иерархии и дальнейшее укрепление этой позиции при осуществлении политической деятельности.

Субъектами политического успеха могут выступать такие стороны политических отношений: 1) индивидуальные *акторы* (политические деятели, партийные лидеры, претенденты на выборные должности разного уровня, начиная с депутатов местных советов и заканчивая президентом страны); 2) групповые *акторы* (политические партии, объединения, блоки, общественные организации и т.п.); 3) административно-территориальные единицы (страны, регионы). Традиционно в социологии больше внимания уделяют индивидуальным и групповым политическим субъектам, тогда как административно-территориальные единицы рассматриваются преимущественно в рамках политологии и теории международных отношений. Мы также будем анализировать преимущественно успех индивидуальных и групповых политических субъектов.

Политический успех — явление довольно сложное и неоднозначное. С одной стороны, такой успех всегда “конкретен” и “ситуативен”, то есть всегда связан с определенным политическим субъектом, определенным отрезком времени и определенной политической ситуацией. И оценивать

политический успех можно “дискретно”, как ситуативное явление (наличие или отсутствие успеха исследуемого политического субъекта в тот или иной момент времени).

С другой стороны, политический успех можно рассматривать с точки зрения “исторической перспективы” — как процесс, разворачивающийся во времени. В качестве основных этапов процесса *достижения субъектом политического успеха* от момента его появления на политической арене в самом общем виде определим: 1) завоевание популярности, проявляющееся в осведомленности населения (потенциального электората) об определенном политическом субъекте (кандидате, партии, политическом блоке и т.п.); 2) завоевание расположения населения, проявляющееся в уровне доверия к субъекту, положительной оценке его деятельности; 3) убеждение электората относительно выбора данного субъекта (что, собственно, и обуславливает достижение политическим субъектом власти); 4) укрепление политической позиции субъекта, усиление его влияния; 5) формирование (усиление) устойчивых предпочтений электората относительно данного субъекта.

Как правило, политическая карьера большинства субъектов политики не заканчивается выигрышем или проигрышем в выборах либо успехом или не успехом в других политических ситуациях. В политической жизни каждого субъекта существует и ряд более или менее весомых достижений и событий, которые могут расцениваться как успех, и ряд неудач. Как отмечает Е. Головаха, политический успех отдельного политического субъекта представляет собой определенное соотношение его успехов и неудач, определяющих в итоге степень его успешности. Политический успех субъекта — это категория не “абсолютная”.

Можно говорить и об успехе в конкретных ситуациях, событиях политической жизни, и об “успешности” как интегративном показателе. Кроме того, нужно различать успешность нынешнего положения субъекта в иерархии властных отношений и перспективный политический успех. При этом оценка успеха и неуспеха, безусловно, существенно зависит от контекста, от ситуации.

Критерии политического успеха будут существенно различаться в зависимости от того, какие субъекты рассматриваются (индивидуальные, групповые или территориально-административные), а также в зависимости от этапа политической жизни страны (периоды выборов, межвыборные периоды) и этапа политической карьеры самого политического субъекта (поскольку то, что для тех, кто недавно оказался в сфере политики, может считаться важным достижением, для более “опытных” политических субъектов успехом не будет). Рассмотрим критерии успеха индивидуальных и групповых политических субъектов. Эти критерии могут быть *фактическими*, то есть непосредственно фиксированными (например, победа на выборах или занятие определенной позиции во властных структурах), и *оценочными*, поскольку успех — это прежде всего оценочная категория.

Если политический успех рассматривать как *успех в завоевании (достижении) власти*, то его критерием является позиция субъекта в иерархии властных отношений, а эмпирическим индикатором в демократических обществах — факт победы на выборах. Индикатором также может служить назначение субъекта на ту или иную должность, но факторы достижения успеха в этом случае — несколько иные, и здесь мы не будем их рассматривать. Выборы в различные ветви власти — это один из самых важных для политических субъектов этапов политической жизни страны, средство сме-

ны и формирования власти, средство “ответственности” политических субъектов за свою предыдущую деятельность, способ проявления отношения народа к текущей политике. В ходе выборов выясняется, какие именно идеи пользуются наибольшей поддержкой в тот или иной отрезок времени в данном обществе. Как раз поэтому выборам и предвыборной борьбе уделяется самое пристальное внимание в СМИ и в общественных науках, а победа на выборах считается едва ли не самым очевидным критерием политического успеха, хотя успех на выборах не исчерпывает понятия политического успеха и после победы на выборах карьера политического субъекта может складываться по-разному.

Если политический успех рассматривать как *успех в удержании власти*, то его критериями будут: уровень популярности политического субъекта; уровень доверия к субъекту и оценка его деятельности; уровень, занимаемый субъектом в иерархии властных отношений; мера его влияния; и наконец, устойчивость успеха политического субъекта, которая может проявляться в позитивной динамике его поддержки населением, увеличении числа его приверженцев, повторном успехе на выборах и перемещении на более высокую позицию в иерархии властных отношений.

Если же политический успех рассматривать как *успех в реализации власти*, то его критерием можно считать осуществление программных целей субъекта, о чем следует судить по результатам его реальной деятельности. Этот критерий — наименее очевидный, поскольку не всегда невыполнение программных положений сопровождается неуспехом субъекта по другим критериям, однако с точки зрения исторической перспективы он все же довольно весомый. Это, так сказать, “ретроспективный” критерий, по которому можно оценивать успешность деятельности политического субъекта в прошлом.

Отдельные критерии политического успеха не всегда совпадают и согласуются между собою, особенно в условиях переходного общества, характеризующегося нестабильностью политической системы, неустойчивыми формами политической жизни, отсутствием четких правил “политической игры”, несформированностью политической культуры и т.п. Так, высокая популярность субъекта у населения не всегда сопровождается высокой оценкой его деятельности; а невыполнение программных положений не обязательно исключает избрание субъекта на ближайших выборах и т.д. В целом же вопрос о том, как соотносятся отдельные критерии политического успеха, — это предмет отдельного исследования. На наш взгляд, на разных этапах политической жизни страны и на различных этапах политической карьеры определенного субъекта на первый план выходят различные критерии политического успеха.

Политический успех связан с целым рядом объективных и субъективных факторов. Эти факторы могут быть как “внешними” относительно субъекта, то есть не зависящими от него (например, социально-экономическая ситуация в стране), так и зависящими непосредственно от самого политического субъекта. Н.Панина предлагает выделять следующие *факторы политического успеха*: 1) имидж и организационные ресурсы субъекта; 2) политическая репутация субъекта; 3) конфигурация политических сил (степень благоприятности политической ситуации); 4) социально-экономическая ситуация и состояние массового сознания. Факторами политического успеха могут быть также уровень популярности политического субъекта и уровень доверия к нему, являющиеся важными предпосылками его успеха на выборах.

Весьма важное место среди этих факторов занимают экономические, начиная с таких, как сумма денег, израсходованных на организацию и проведение предвыборной кампании, и заканчивая особенностями экономического сознания населения. Среди важнейших *экономических факторов политического успеха* индивидуальных и групповых политических субъектов, на наш взгляд, можно выделить:

- 1) реальную экономическую ситуацию в стране, регионе, районе;
- 2) уровень жизни населения, отдельных групп потенциальных избирателей;
- 3) экономический статус и экономические возможности самого политического субъекта;
- 4) особенности экономического сознания электората (экономические интересы, ориентации, восприятие населением собственного социально-экономического положения и экономического положения в стране и т.п.);
- 5) “экономическая составляющая” имиджа политического субъекта (артикуляция субъектом определенных экономических ценностей, разделяемая, по его мнению, большинством электората);
- 6) презентация экономических вкусов политического субъекта или освещение его экономической деятельности в средствах массовой информации.

Показатели значимости каждого из этих факторов для успеха политических субъектов разного уровня должны существенно различаться. Так, экономическая ситуация в стране и ее оценка населением, вероятно, меньше повлияют на успех политических субъектов при выборах в местные органы власти, чем во время выборов в Верховную Раду.

Экономические факторы политического успеха могут также быть внешними относительно политического субъекта и не зависящими непосредственно от него. К числу важнейших *внешних относительно субъекта экономических факторов* его политического успеха относятся состояние экономики страны, уровень жизни отдельных групп населения, особенности экономического сознания населения (экономические интересы, ориентации и т.п.). Эмпирические исследования последнего времени указывают на наличие довольно значимой связи между экономическими предпочтениями, интересами, уровнем жизни различных групп населения и их политическими предпочтениями и политическим поведением.

К важнейшим экономическим факторам успеха, *зависящим от самого политического субъекта*, следует отнести его экономический статус, финансовые возможности (на сегодняшний день и население, и “четвертая власть”, и сами политики почти единодушны в том, что успех на выборах связан прежде всего с этим) и “экономическую составляющую” имиджа данного субъекта. В целом, очень важное значение для достижения успеха имеет имидж политического субъекта.

Как известно, оценка деятельности политических субъектов и политический выбор населения связаны с восприятием их имиджа [подр. см. : 2, с. 23–24]. Условно в имидже политического субъекта можно выделить “*программную*” составляющую (ценности, артикулируемые субъектом) и “*личностную*” составляющую (индивидуальные качества субъекта и приписываемые ему).

Конструирование или корректировка уже сформированного имиджа — это один из важнейших аспектов рекламных политических кампаний. Чтобы достичь успеха, в том числе на выборах, политический субъект должен соответствовать ожиданиям электората, и не в последнюю очередь — его экономическим ожиданиям, поскольку именно экономические трудности сегодня составляют едва ли не самую важную проблему, волнующую рядовых избирателей. Поэтому экономические ориентации электората всегда учитываются при организации и проведении политических кампаний, а разработке экономических программных положений уделяют очень много внимания. И хотя в современных условиях рядовой избиратель ориентируется не столько на программы политических субъектов, сколько на их личностные качества, эти положения являются важной составляющей имиджа данных субъектов [подр. см.: 2; 3; 4 и др.]. Большинство избирателей, как правило, не знакомятся непосредственно с содержанием предвыборных платформ разных политических субъектов, но накануне выборов активизируется политическая реклама, основной функцией которой является привлечение внимания избирателей к политическим субъектам и стимуляция интереса к содержанию их программ, то есть реклама играет важную роль в информировании электората.

С точки зрения политического маркетинга, для достижения политическим субъектом успеха очень важно правильно избрать “целевой сегмент” — ту часть избирателей, на которую субъекту следует ориентироваться в первую очередь.

Следовательно, для анализа экономических факторов политического успеха, с одной стороны, нужно определить, в какой мере на успех политических субъектов влияют такие “внешние” относительно субъекта факторы, как особенности экономического сознания электората и реальная экономическая ситуация в стране. А с другой стороны, нужно исследовать, насколько точным было “позиционирование” политических субъектов, их представленность в глазах потенциального электората, насколько экономическая составляющая имиджа политического субъекта отвечала ожиданиям его избирателей. Представление об экономической составляющей имиджа политического субъекта можно получить на основе анализа его программных документов. А по соотношению программных положений субъекта и экономических предпочтений большинства его приверженцев можно судить о том, насколько правильно субъект или его команда построили стратегию достижения успеха.

Что касается анализа экономических детерминант политического поведения индивида, в социологии существует два направления их изучения: во-первых, традиционное “партийно-идентификационное” и, во-вторых, подходы теории рационального выбора и близких к ней теорий социального выбора.

В рамках первого направления изучают разнообразные социальные переменные, влияющие на партийно-политическую идентификацию индивида и на его участие в выборах. В пределах этого подхода основным законом политического участия считают его детерминированность социально-экономическим статусом индивида, то есть обусловленность факторами, связанными со стратификацией общества. Разумеется, политическое поведение индивида зависит и от ряда социокультурных факторов (ценностей, разделяемых индивидом, установок групповой солидарности, группового сознания и групповой самоидентификации индивида и т.п.). По С.Лип-

сету, различия в политических ориентациях, связанные со стратификацией, в большей мере присущи экономически развитым, устойчивым демократиям, а различия, связанные с культурными, ценностными расхождениями, — обществам с неустойчивым государственным строем [5, с. 214–215]. Следовательно, в современном украинском обществе политический выбор населения должен определяться не столько факторами экономического статуса, сколько ценностными предпочтениями.

В рамках подхода теории рационального выбора (ТРВ) прежде всего рассматриваются логические модели индивидуального процесса принятия решений относительно выбора определенных политических субъектов. Постулируется, что избиратели в первую очередь пытаются максимизировать свое экономическое благосостояние, а политики — выгоды от своего положения и количество голосов на предстоящих выборах. Именно исходя из этого, первые решают, отдавать или не отдавать свой голос за определенного кандидата, политическую партию или блок, а последние предлагают определенную программу [6, с. 51–52]. Согласно этому подходу, индивид всегда действует рационально, а выбор считается рациональным, если он отвечает его интересам. В своем выборе определенных партий, с точки зрения ТРВ, человек руководствуется прежде всего своими экономическими интересами, хотя предполагается, что его интересы могут относиться и к другим сферам. Такое объяснение политического поведения весьма решительно критикуется в научной литературе. Да, люди действительно имеют представление о своих экономических интересах и о том, как изменился уровень их благосостояния за определенный отрезок времени. По различным экономическим и статистическим показателям (уровень ВВП, уровень инфляции, уровень безработицы и т.п.) они также могут оценить, как изменилась экономическая ситуация в стране. Но как именно избиратели определяют того из политических субъектов, кто может изменить к лучшему их жизнь в будущем и делают ли они это на самом деле, из подхода ТРВ непонятно. Да и сама теория рационального выбора постулирует, что выбор индивида оказывается лишь частично рациональным, поскольку каждый человек имеет ограниченные возможности восприятия, интерпретации информации и предвидения вероятных последствий своих решений. Кроме того, на политический выбор индивида в значительной мере влияет совокупность альтернатив, доступных ему в ситуации выбора. Довольно часто выбор индивида оказывается адаптивным, “тактическим” — когда реально предпочтительная альтернатива недоступна. То есть это та ситуация, когда вместо максимизации выгоды происходит выбор по принципу минимизации сожалений по поводу сделанного выбора. Именно такой выбор, на наш взгляд, осуществляется сейчас большей частью населения Украины.

Экономические факторы политического успеха: анализ эмпирических данных

В рамках данной статьи мы рассмотрим, каким образом успех на выборах как один из наиболее очевидных критериев политического успеха связан с такими факторами, как состояние массового экономического сознания, экономическое положение населения страны и согласованность экономического блока предвыборной программы политических субъектов с экономическими ожиданиями электората.

Эмпирической базой анализа являются данные общенационального опроса, проведенного Институтом социологии НАНУ и фирмой “СОЦИС” в январе 2000 года в рамках проекта “Украинское общество на рубеже XXI века” (авторы программы и инструментария — Н.В.Панина и Е.И.Головаха). По репрезентативной выборке, отражающей структуру населения Украины по основным социально-демографическим показателям, было опрошено 1810 человек. Генеральная совокупность — взрослое население Украины. Исследование проводилось после выборов Президента Украины, поэтому в качестве критерия политического успеха рассматривался успех на выборах, наиболее явным индикатором которого является реальный политический выбор населения (вопрос в анкете формулировался так: “За кого Вы проголосовали в первом туре выборов Президента Украины в 1999 году?”). Об успехе в первом туре речь шла потому, что выбор части электората во втором туре был “вынужденным”, когда кандидаты, которым эти избиратели в самом деле отдавали предпочтение, не прошли во второй тур.

Среди экономических факторов политического успеха, учитывая имеющиеся эмпирические данные, были выделены: экономические интересы и экономические ориентации населения, оценка населением экономического положения в стране и экономический статус опрошенных.

Под *экономическими интересами* в социологической литературе обычно понимают интересы, связанные со способом получения и реализации доходов субъекта экономической деятельности [7, с. 20] или с присвоением, обладанием собственностью, распределением, обменом, потреблением [8, с. 84]. Поэтому среди основных индикаторов экономических интересов были выделены: 1) сектор экономики, в котором работает индивид (государственный или частный); 2) наличие у человека дополнительного дохода; 3) оценка респондентом характера изменений, произошедших в уровне материальной обеспеченности семьи в последнее время.

Под *экономическими ориентациями* мы понимаем систему предпочтений индивида в сфере экономики, в соответствии с которыми человек избирает определенный способ действий. Среди социально-экономических ориентаций населения рассматривались: 1) ориентации относительно продолжения экономических реформ в стране (ускорение реформ, отдельные изменения или возвращение к прошлому экономическому устройству); 2) ориентации относительно приватизации земли, больших и малых предприятий, развития частного предпринимательства в стране (их одобрение или неодобрение); 3) наиболее общие ориентации в сфере занятости (отношение опрошенных к работе на частного предпринимателя); 4) самые общие ориентации в сфере потребления (выбор опрошенных между двумя типами экономической ситуации: наличие низких цен при существовании дефицита товаров или отсутствие дефицита и очередей при условии высоких цен).

Экономический статус, положение индивида в иерархии по уровню дохода обычно изучают на основе таких объективных и субъективных критериев, как: уровень материального дохода и субъективная оценка человеком собственного экономического статуса. Исходя из отсутствия возможности достоверного измерения доходов населения, все большее значение приобретают именно такие субъективные критерии измерения материального статуса. В исследовании респондентов спрашивали, к какой группе населения по материальным признакам они себя относят: к “высокообеспеченным”, к “людям со средним доходом” или к “малообеспеченным”. Их также

просили оценить материальный уровень жизни собственной семьи по 10-балльной шкале, где 0 — “самый низкий”, а 10 — “самый высокий” уровень.

Достаточно важным фактором успеха политических субъектов, особенно когда речь идет об успехе в общенациональном измерении, является *оценка населением экономического положения* в стране. В проведенном опросе респондентам предлагали оценить состояние экономики страны по 10-балльной шкале, где 0 — “очень плохое”, а 10 — “очень хорошее”.

По результатам первого тура президентских выборов, из 14 зарегистрированных претендентов на пост Президента Украины наиболее успешными оказались Л.Кучма и П.Симоненко. Напомним, что по данным ЦИК Л.Кучма в первом туре набрал 36,49% голосов избирателей, П.Симоненко — 22,24%, А.Мороз — 11,29%, Н.Витренко — 10,97%, Е.Марчук — 8,13%, Ю.Костенко — 2,17%, Г.Удовенко — 1,22%, другим 7 кандидатам отдали свои голоса менее 1% избирателей.

Чтобы узнать, какие именно из выделенных экономических факторов имели самое важное значение для дифференциации электоратов Л.Кучмы и П.Симоненко, применялась процедура дискриминантного анализа, используемая для вычисления линейной комбинации предикторов, которые лучше всего характеризуют различия между группами. Построенная модель правильно классифицировала 74% случаев. Судя по полученным данным, выделенные факторы примерно на 30% объясняют расхождения между избирателями Л.Кучмы и П.Симоненко.

Оценка относительной важности каждого предиктора осуществляется на основе значений стандартизированных коэффициентов канонической дискриминантной функции и внутригрупповой корреляции предиктора с канонической переменной (см. : табл. 1).

Как видно из таблицы, среди выделенных экономических факторов наибольшее влияние на разделение электората между Л.Кучмой и П.Симоненко оказывали ориентации относительно приватизации земли, экономических реформ в стране, развития бизнеса и работы на частного собственника, ориентации в сфере потребления, а также оценка населением экономического состояния страны и тех изменений, которые произошли в материальной обеспеченности семьи в последнее время. Такие же результаты были получены и при анализе данных опроса 1999 года, когда респондентов спрашивали, за кого они собираются проголосовать на предстоящих президентских выборах, то есть полученные данные являются довольно устойчивыми. Следовательно, этот выбор скорее был обусловлен экономическими ориентациями и предпочтениями, нежели реальными экономическими интересами населения.

В какой же мере отвечали ожиданиям электората программы обоих претендентов на пост Президента? Сразу следует заметить, что предвыборная программа — это весьма специфический документ, поскольку, как правило, ориентируется она на все вероятные группы потенциальных избирателей. Содержание программы, чтобы его легко воспринимал электорат, не должно слишком отличаться от распространенных в обществе представлений и ценностей. Поэтому в текстах программ, как правило, воссоздают один и тот же, рассчитанный на рядового избирателя перечень ценностей, символов, проблем (и предложений относительно путей их преодоления), которые представляют политическому субъекту наиболее важными и насущными. Этот перечень не очень широк. Прежде всего, это ценности

социальной защиты, экономические ценности, политические идеалы, внешнеполитические ориентации, в пределах которых каждый политический субъект выстраивает свою иерархию приоритетов.

Таблица 1

Экономические факторы, объясняющие расхождения между электоратом Л.Кучмы и П.Симоненко

Признак (предиктор)	Стандартизированные коэффициенты канонической дискриминантной функции	Внутригрупповая корреляция предиктора с канонической переменной
Отношение к приватизации земли	0,47	0,74
Отношение к продолжению экономического реформирования	0,28	0,59
Отношение к работе на частного предпринимателя	0,24	0,60
Отношение к развитию бизнеса	0,22	0,66
Какой экономической ситуации отдаете предпочтение: экономика дефицита или "экономика витринных потребителей"	0,19	0,45
Оценка экономического состояния страны	0,19	0,39
Оценка изменений в материальных условиях жизни семьи	0,15	0,31
Отношение к приватизации крупных предприятий	0,11	0,40
Оценка материального уровня жизни семьи	0,08	0,35
Отношение к приватизации мелких предприятий	0,05	0,46
Сектор экономики, в котором работает индивид	0,07	0,18
К какой группе людей по уровню дохода себя относит респондент	0,05	0,26
Наличие дополнительного дохода	0,02	0,10

Проведенный контент-анализ предвыборных программ Л.Кучмы и П.Симоненко показал, что экономические ценности занимают в обеих программах второе и третье место после социальных проблем и политических ценностей (эффективность власти, административная реформа и т.п.). Место, отведенное экономическим проблемам в обеих программах, составляет 24% от общего объема документа, то есть оба претендента придают экономическим проблемам практически одинаковое значение. Основные экономические ценности, которым уделяется внимание в обеих программах, — это экономическая система, приватизация, земельная реформа, налоговая система, теневая экономика и ортодоксальные экономические ценности — защита отечественного производителя, развитие внутреннего рынка, экономические льготы, приоритетные отрасли производства и т.п.

Пожалуй, существеннее всего экономические блоки предвыборных платформ Л.Кучмы и П.Симоненко различались оценками современного экономического состояния страны и перспектив экономического развития, а также отношением к приватизации, в том числе к приватизации земли (см. табл. 2).

Таблица 2

Экономические ценности в предвыборных программах претендентов на пост Президента

Экономический блок в программе Л.Кучмы	Экономический блок в программе П.Симоненко	Экономический блок в программе Н.Витренко	
Оценка экономической ситуации в стране накануне выборов			
<i>Положительная</i> Введена собственная валюта, укрощена гиперинфляция, остановлено падения производства, созданы условия для технологической модернизации промышленности, начата бесплатная передача земли тем, кто ее обрабатывает.	<i>Негативная</i> Губительность курса “радикальных рыночных реформ”, которые проводятся не в интересах трудового народа, а ради обогащения новой буржуазии. Потеря экономической независимости государства. Экономика доведена до критического предела.	<i>Негативная</i> Разрушены заводы, разворованы производственные ресурсы, возросли внешние долги.	
<i>Основные экономические ценности в программах</i>			
Л.Кучма	П.Симоненко	Н.Витренко	
1	2	3	4
Защита частной собственности. Укрепление среднего класса. Создание возможностей для всех, кто хочет начать собственное дело, через микрокредитование, льготное налогообложение. Гарантии прав держателей акций и земельных паев. Государственная защита мелких предпринимателей.	Отказ от политики либерализации экономики и монетаризма. Введение социально ориентированной модели развития многосекторной экономики на основе государственного регулирования с использованием рыночных инструментов и механизмов. Государственное регулирование социально-экономических процессов на основе государственных планов восстановления и развития экономики.	Отмена договоров с МВФ, которые навязывают стране кредиты под жесткие условия реформ. Государственное регулирование социально-экономических процессов на основе разработки текущего и перспективного планов. Введение государственного заказа на предприятиях всех форм собственности.	Экономическая система
Устойчивая денежная система. Сбалансированная бюджетная политика. Уменьшение государственного долга. Преодоление кризиса платежей.	Снижение цен на товары и услуги. Государственное регулирование цен на товары первой необходимости.	Фиксированные цены на энергоносители, товары первой необходимости.	Ценовая политика
Завершение земельной реформы. Свободное развитие всех форм хозяйствования. Благоприятствование коллективным, частно-арендным, фермерским, личным хозяйствам. Развитие рынка сельхозпродукции. Ипотечное кредитование.	Государственная поддержка различных форм хозяйствования на земле. Недопущение распродажи земли. Государственная поддержка инвестирования сельского хозяйства, перерабатывающей промышленности, областей АПК. Налоговые каникулы для них.	Интенсификация сельхозпроизводства через государственный заказ на его продукцию и государственную дотацию, паритет цен. Приоритет коллективных форм хозяйствования. Недопущение превращения земли в товар.	Земельная реформа

Окончание таблицы 2

1	2	3	4
Переход от сертификатной к инвестиционной приватизации. Введение действенной системы страхования инвестиций. Право собственности для инвестора на земельный участок.	Прекращение приватизации. Возвращение к государственной собственности на стратегически важные предприятия. Мощный государственный производственный сектор экономики.	—	Приватизация
Упрощение налоговой системы, существенное снижение налогов. 5-летний мораторий на изменения в налоговом законодательстве. Защита налогоплательщиков.	Снижение налоговых ставок, сокращение количества налогов. Налогообложение преимущественно рентных доходов и лиц со сверхвысокими доходами.	Упрощение налоговой системы, уменьшение налогового давления на товаропроизводителя.	Налоги
Оздоровление банковской системы. Развитие фондового рынка.	Государственное регулирование в кредитно-финансовой, налоговой и бюджетной сферах. Снижение кредитных ставок для производства. Увеличение объемов банковского кредита для развития производства.	Реформа банковской системы. Обеспечение доступности кредитов, денежная эмиссия в необходимых объемах. Финансирование бюджетной сферы и государственных предприятий через государственные банки.	Финансы
Ограничение теневой экономики. Прозрачность и контроль за использованием государственных средств.	Ликвидация теневой экономики и официальной системы “долларизации” экономики.	—	Теневая экономика
Развитие внутреннего рынка. Укрепление конкурентоспособности национальной экономики. Защита национального товаропроизводителя.	—	Обеспечение приоритетного развития общественных форм собственности для защиты внутреннего рынка.	Экономическая ортодоксия
Увеличение государственного финансирования научно-технической сферы. Государственная поддержка высокотехнологических отраслей. Стимулирование экспорта высокотехнологической продукции. Реструктуризация ПЭК.	Государственная поддержка базовых отраслей промышленности — топливно-энергетической, металлургии, машиностроения, оборонного комплекса.	Стимулировать привлечение инвестиций в сельское хозяйство, энергосберегающие, наукоемкие, высокопроизводительные технологии.	
—	Государственный контроль (монополизация) в сфере внешнеэкономической деятельности. Монополизация производства и реализации высоколиквидной продукции (алкоголь, табак, энергоносители).	—	

Судя по эмпирическим данным, экономические блоки программ Л.Кучмы и П.Симоненко в целом довольно точно отвечали стремлениям их электората, особенно по отношению к дальнейшему направлению экономического реформирования, развития приватизации и ценовой политики (см. табл. 3). То есть с точки зрения политического маркетинга целевой сегмент избирателей был достаточно точно выбран этими политическими субъектами, а “позиционирование” весьма точно отвечало экономическим ожиданиям большей части их избирателей.

Таблица 3

Различие в экономических ориентациях, интересах, оценках между электоратами претендентов на пост Президента Украины, % относительно опрошенных

	Электорат Л.Кучмы	Электорат П.Симоненко	Электорат Н.Витренко
Считают необходимым продолжение экономического реформирования в стране (полный переход к рынку или постепенные изменения)	62	25	47
Одобрят развитие бизнеса в стране	63	15	46
Хотят работать на частного предпринимателя	63	33	48
Одобрят приватизацию мелких предприятий	60	38	53
Одобрят приватизацию земли	51	29	29
Одобрят приватизацию крупных предприятий	25	5	9
Имеют дополнительный доход	25	19	18
Работают в негосударственном секторе экономики	15	7	9
Оценивают экономическое состояние страны очень низко	24	48	38
Отдают предпочтение экономике дефицита (наличие дефицита и очередей при низких ценах)	29	54	43
Считают материальный уровень жизни семьи значительно ниже среднего	46	69	61
Считают, что материальные условия жизни семьи в последнее время ухудшились	64	79	73
По уровню дохода относят себя к “малообеспеченным”	60	79	75

Интересно, что выделенные в табл. 3 экономические факторы лучше всего объясняют различие именно между приверженцами Л.Кучмы и П.Симоненко. Различия между электоратом Л.Кучмы и других претендентов на пост Президента Украины эти факторы объясняли гораздо меньше, то есть

данные различия были обусловлены скорее не экономическими, а другими факторами (политическими, имиджевыми и т.п.).

Так, различия между электоратом Н.Витренко и Л.Кучмы выделенные экономические факторы объясняли примерно на 10%. Более всего электораты Н.Витренко и Л.Кучмы различались по оценке экономического положения в стране (среди избирателей Л.Кучмы было больше тех, кто более позитивно оценивал экономическое положение в стране), отношению к приватизации земли и крупных предприятий (электорат Л.Кучмы наиболее склонен к проведению приватизации) и определению собственного экономического статуса (среди приверженцев Н.Витренко большая часть опрошенных оценивали свой экономический статус очень низко) (см. табл. 3).

Различия между избирателями Н.Витренко и П.Симоненко выделенные экономические факторы также объясняли примерно на 10%. Наибольшее влияние на распределение этих электоратов оказывали отношение к развитию бизнеса в стране (электорат Н.Витренко одобрительнее относится к развитию бизнеса), отношение к возможности работать на частного предпринимателя и отношение к дальнейшему реформированию экономики страны (среди избирателей Н.Витренко было больше тех, кто считает необходимым продолжение реформ) (см. табл. 3).

То есть в отличие от программ Л.Кучмы и П.Симоненко, экономический блок программы Н.Витренко меньше соответствовал экономическим предпочтениям ее избирателей, особенно что касается отношения к продолжению экономических реформ в стране (см. табл. 2). Кроме того, в экономическом блоке программы Н.Витренко не содержатся ценности, которые не содержались бы в программах Л.Кучмы и П.Симоненко, то есть ее программа (по крайней мере, в экономическом смысле) принципиально не отличалась от программных положений наиболее успешных ее конкурентов. Поэтому достаточно показательно, что во втором туре выборов, согласно тем же данным, примерно треть избирателей Н.Витренко отдали свои голоса Л.Кучме, а треть — П.Симоненко.

Разумеется, рассмотренные факторы политического успеха не являются исчерпывающими. Анализ экономических и организационных возможностей политических субъектов, а также анализ экономических факторов в ряду других (политических, внешнеполитических, социальных и т.п.) факторов может дать дополнительную, более глубокую информацию об особенностях достижения политического успеха субъектами, которые занимают выборные должности. Однако, если абстрагироваться от тех факторов, которые нельзя точно измерить (использование “административных ресурсов” и другие возможности влияния на результаты выборов), то из приведенного выше также можно сделать некоторые выводы по поводу роли экономических факторов в достижении успеха на выборах как одного из важных критериев политического успеха.

Во-первых, выделенные экономические факторы являются достаточно важными, хоть и не единственными факторами политического успеха. Политический выбор населения Украины в целом связан с его экономическими ориентациями, предпочтениями и экономико-статусными характеристиками, однако связь эта до сих пор остается не очень прочной, что может обуславливаться: 1) неопределенностью и амбивалентностью как политического, так и экономического сознания населения; 2) недостаточной

сформированностью и неосознанностью экономических интересов большей части населения страны; 3) непониманием населением необходимости политического участия.

Пожалуй, самым существенным образом влияние этих экономических факторов проявляется при выборе электората между теми политическими субъектами, которые имеют наиболее четко дифференцированные в экономическом смысле программы.

Во-вторых, успех на выборах весьма ощутимо связан с правильным позиционированием политических субъектов, то есть этот аспект политического успеха во многом является “технологическим”, связанным с точностью избранных технологий. Можно предположить, что четкое позиционирование (согласованность между экономическими ожиданиями потенциальных избирателей и программными положениями субъекта и собственно позиция субъекта в политическом пространстве, четко отделенная от позиций политических конкурентов) наиболее важное значение приобретает во время выборов на те должности, где может быть избран только один претендент.

Кроме того, успех на выборах существенно зависит от уровня политической конкуренции и наличия реальных альтернатив для выбора. В условиях довольно высокой конкуренции очень важное значение имеет уровень популярности политического субъекта, осведомленность о нем электората. Неуспех значительного числа претендентов на последних президентских выборах во многом был связан с неосведомленностью о них широкого круга избирателей. Безусловно, здесь возникает проблема свободного доступа политических субъектов к СМИ, но достаточного уровня популярности нельзя достичь только за счет предвыборной рекламы, особенно в тех случаях, когда субъект претендует на лидерство в общенациональном масштабе.

В целом же, как отмечалось, выбор населения Украины на сегодня является скорее “тактическим”, когда индивиды решают, что в сложившихся условиях придется выбрать ту альтернативу, которой в действительности они не отдают предпочтения [9, с. 30].

Литература

1. Коаліційне будівництво. — К., 1995.
2. Гринберг Т. Портрет лидера. — М., 1998.
3. Башкирова Е.И., Лайдиден Н.В. Каким видят россияне Президента // Социологические исследования. — 2000. — № 5.
4. Колесников А.Н. О роли предвыборной технологии в предвыборной борьбе // Социологические исследования. — 1995. — № 10. — С. 27–30.
5. Липсет С.М. Политическая социология // Американская социология. — М., 1972. — С. 203–219.
6. Швери Р. Теория рационального выбора: аналитический обзор // Социологический журнал. — 1995. — № 2. — С. 43–57.
7. Бляхман Л.С. Перестройка экономического мышления. — М., 1990.
8. Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности. — М., 1986.
9. Монро К.Р., Махер К.Н. Psychology and Rational Actor Theory // Political Psychology. — 1995. — № 1. — Р. 1–21.