

**ОТКРЫТОЕ
МНЕНИЕ**

«Образ идеального губернатора» (ОМ – Санкт-Петербург)

**Аналитический отчет о результатах
исследования**

Москва, Санкт-Петербург, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
1. Методология и методика исследования.....	6
1.1. Методология исследования.....	6
1.2. Методы опросов, схема формирования выборки.....	7
1.3. Социально-демографические характеристики реализованной выборки.....	10
2. Социальное самочувствие, актуальные проблемы города, удовлетворенность положением дел в Санкт-Петербурге.....	14
2.1. Общая удовлетворенность жизнью.....	14
2.2. Оценка динамики материального положения семьи за последние два года.....	16
2.3. Самооценка материального положения семьи.....	17
2.4. Удовлетворенность положением дел в Санкт-Петербурге.....	20
2.5. Мобильность (желание остаться в городе или переехать).....	22
3. Рейтинг социально-экономических проблем.....	24
4. Информационное потребление.....	28
5. Образ идеального губернатора.....	31
5.1. Важнейшие характеристики образа кандидатов в губернаторы.....	31
5.2. Идеальный губернатор: каков он? Необходимые качества идеального градоначальника.....	33
5.3. Каким не должен быть губернатор. Неприемлемые качества градоначальника...	37
5.4. Приоритетные характеристики идеального губернатора.....	39
6. Перспективы выборов 8 сентября.....	45
6.1. Декларируемое участие.....	45
6.2. Потенциальный объем электоратов.....	46
6.3. Близость и пересечение электоратов. Возможные перетоки.....	49
6.4. Рейтинг ожиданий.....	52
Заключение. Основные выводы.....	53
Приложение 1. Анкета опроса.....	56
Приложение 2. Таблицы распределений ответов респондентов.....	57
Приложение 3. Методический отчет о реализованной выборке.....	58

Введение

Настоящий отчет представляет собой краткое описание основных результатов опросного исследования **«Открытое мнение – Санкт-Петербург. Образ идеального губернатора»**, проведенного в течение мая-июля 2019 года.

Исследовательский проект **««ОМ – Санкт-Петербург»**, в основе которого лежал массовый опрос населения Санкт-Петербурга, осуществлен [содружеством профессиональных социологов «Открытое мнение»](#), объединяющим специалистов из разных исследовательских организаций России и ближнего зарубежья.

Инициатива исследования принадлежала ряду петербургских СМИ, которые весной с.г. заявили об остром дефиците открытой валидной информации об электоральных предпочтениях петербуржцев в преддверии выборов губернатора 8 сентября 2019 года и обратились с предложением об открытом независимом исследовании.

Специфика проведенного исследования заключается прежде всего в фокусировании внимания не на потенциальном электоральном поведении петербуржцев (пресловутый рейтинг предпочтений, потенциальная явка и т.п.), а на их представлениях о **желательных личностных и профессиональных качествах градоначальника**, его социальных связях и политической включенности, стратегии управления городом и т.п. Предполагалось получить ответы относительно отдельных предпочтительных (и неприемлемых) черт и характеристик желательного губернатора, а также выявить типовые образы идеального градоначальника в массовом сознании горожан. Кроме того, важными аспектами общественного запроса на нового руководителя города являются представления граждан о приоритетных направлениях деятельности губернатора (**рейтинг актуальных проблем города**), что также входило в предмет исследования.

В первом разделе настоящего отчета «Методика исследования» кратко описаны цель, объект и предмет исследования, а также плановая и реализованная выборки респондентов (более 1000 чел.), технологии опроса (телефонный и очный опросы) и другие важные методические характеристики.

Полевые работы (сбор первичных данных) выполнены в период с 3 по 21 июля четырьмя исследовательскими компаниями – АНО «ИЦ «Дискурс» (Москва, рук. – **Кузнецов Р.С.**), Фонд социальных исследований (Самара, рук. – **Звоновский В.Б.**), «Ехаст Poll» (Санкт-Петербург, рук. – **Изосимова О.А.**), «Решение» (Санкт-Петербург, рук. – **Сократилин В.В.**). Сборка массива и первичная обработка данных осуществлена **Сапоновым Д.И.**

Подробнее об исследовании, его целях, методической основе, инструментарии и результатах можно узнать, ознакомившись с комплектом методических материалов, представленных в открытом доступе на сайте содружества «Открытое мнение» (в разделе «Проект «ОМ – Санкт-Петербург» -

<https://openopinion.ru/sankt-peterburg>). В соответствии с принципами независимости и открытости, исповедуемыми содружеством «Открытое мнение», на сайте openopinion.ru (и сайте sociologos.ru) публикуются также *анкета опроса* (Приложение 1 к настоящему отчету), *таблицы распределений ответов респондентов* (Приложение 2 к настоящему отчету), *методический отчет о реализованной выборке* (Приложение 3 к настоящему отчету) и *массив первичных данных в формате IBM SPSS* (для самостоятельной работы с данными исследования специалистов-социологов).

Все процедуры выполнены в соответствии с главными принципами совместных открытых исследований (collaborative open research) – неангажированным участием в проекте специалистов из разных исследовательских организаций, максимально возможной прозрачностью и публичностью всего технологического процесса исследования, открытостью результатов исследования (открытый доступ к первичным данным с учетом ограничений, накладываемых Законом о персональных данных).

Разработка методики исследования и инструментария в соответствии с традициями Содружества «Открытое мнение» осуществлялись в формате открытого обсуждения в facebook-группе «Содружество Открытое мнение» <https://www.facebook.com/groups/OpenOpinionGroup/> в мае-июне 2019 г. В дискуссиях по ходу проекта приняли участие многие коллеги, которым административный совет Содружества выражает глубокую признательность. Коллеги из разных исследовательских компаний, ВУЗов, из разных регионов и стран предлагали собственные методические разработки и ноу-хау, делились своими рабочими материалами, вносили предложения по организации опроса в Петербурге и участвовали в разработке анкеты (которая существенно меняла дизайн по сравнению с первоначальными вариантами). Считаю необходимым особо отметить А.Вейхера, С.Давыдова, Г.Добромелова, И.Задорина, В.Звоновского, О.Караеву, И.Климова, Е.Князеву, Р.Кузнецова, А.Макарова, Т.Османова, Р.Ромашкину, В.Сократилина, А.Стожарова, А.Чурикова, Е.Шестопаля.

Финансирование исследования выполнено на основе краудфандинга (общественное финансирование), осуществленного в сотрудничестве с платформой Planeta.ru (<https://planeta.ru/campaigns/110848>). Весомый вклад в ресурсное обеспечение исследования внесли Фонд «Общественное мнение» (президент – **Ослон А.А.**), АНО «Исследовательский центр «Дискурс» (директор – **Кузнецов Р.С.**), Исследовательская группа ЦИРКОН (рук. – **Задорин И.В.**). Организационно-финансовым оператором проекта выступило ООО «Социал Бизнес Групп» (ген. директор – **Климов И.А.**).

Творческий коллектив исследования искренне и горячо благодарит всех многочисленных неравнодушных спонсоров исследования (в т.ч. и пожелавших остаться неизвестными), без помощи которых данный проект не смог бы состояться. Также участники проекта отмечают вклад многих коллег, помогавших исследованию в формате экспертизы pro bono.

В подготовке настоящего аналитического отчета принимали участие: **Давыдов С.Г., Добромелов Г.В., Задорин И.В., Звоновский В.Б., Мацкевич М.Г., Сапонова А.В., Шестопап Е.Б.** Поскольку нормы коллаборации участников проектов «Открытого мнения» предполагают определенную автономность каждого автора отчета, каждая глава (раздел) отчета сопровождается указанием ее автора.

Общее координация проекта и финальная редакция отчета – **Мацкевич М.Г.**

1. Методология и методика исследования¹

1.1. Методология исследования

Целью исследования являлось изучение **общественного запроса** избирателей Санкт-Петербурга к кандидатам на пост губернатора, выраженного в представлениях о желательных и, напротив, неприемлемых качествах и характеристиках градоначальника («образ идеального губернатора»), а также в декларировании приоритетных направлений его деятельности (актуальных проблемах города).

Объектом исследования определено взрослое (18 лет и старше) население Санкт-Петербурга, постоянно проживающие (зарегистрированные) в городе, т.е., иными словами - избиратели Санкт-Петербурга.

Предмет исследования включал следующие компоненты:

- общее социальное самочувствие (удовлетворенность жизнью, самооценка экономического положения),
- удовлетворенность положением дел в Санкт-Петербурге,
- актуальная социальная проблематика,
- укорененность (стаж проживания, миграционные настроения),
- основные источники информации,
- образ идеального губернатора Санкт-Петербурга, включая представления о главных желательных и главных неприемлемых качествах градоначальника;
- декларируемая электоральная активность,
- электоральные предпочтения, анти-предпочтения и ожидания;
- социально-демографические характеристики (пол, возраст), образование, занятость, материальное положение (самооценка) жителей.

Инструментарий исследования разрабатывался на основе описания объекта и предмета исследования и включал совокупность следующих документов:

- выборка репрезентативного опроса населения Санкт-Петербурга;
- инструкция по организации и проведению репрезентативного телефонного опроса в Санкт-Петербурге;
- инструкция по организации и проведению репрезентативного уличного опроса в Санкт-Петербурге;
- список точек для проведения уличного опроса;
- анкета опроса (варианты для телефонного и уличного face-to-face опросов);
- инструкции для интервьюеров.

¹ Авторы раздела – Мацкевич М.Г., Звоновский В.Б.

Анкета опроса разрабатывалась с учетом того, что она должна была быть единой и для телефонного, и для уличного опроса. Это накладывало ряд ограничений, как по длительности интервью, так и по дизайну анкеты. Вопросы должны были одинаково восприниматься и при личном контакте, и при интервью по телефону, а, например, использование визуальных материалов было возможным только в уличном опросе, и потому – незначительным. В итоге анкеты для телефонного опроса отличались присутствием ряда вопросов, связанных с методом: наличие/отсутствие стационарного/мобильного телефона, количеством номеров, особенностями пользования телефоном (количеством абонентов) и т.п. Кроме того, анкета уличного опроса включала один вопрос, не использовавшийся в телефонном опросе, где респондентам предъявлялась карточка с дихотомиями качеств «идеального губернатора».

Важной особенностью исследования было включение в анкету нескольких «открытых» вопросов, т.е. респонденты отвечали на них своими словами, не имея заранее сформулированных исследователями вариантов. Открытыми были главные вопросы исследования о желательных и неприемлемых качествах «идеального губернатора», об основных городских проблемах и об источниках информации о событиях в городе. В каждом из этих вопросов респонденты могли давать несколько ответов.

Опрос реализован методом формализованного интервью. Тип выборки - комбинированная (mixed) с отдельными подвыборками телефонного (cati) и уличного (face-to-face) опросов. Общий объем выборочной совокупности составил **1012** респондентов, в т.ч. 512 респондентов cati и 500 респондентов ftf (из них в 250 интервью использовались бумажные анкеты и в 250 – планшеты).

Три из четырех подопросов (два «телефонника» и один «уличник», 762 респондента) проводились в течение 3-14 июля 2019 г., четвертый («уличник», 250 респондентов) – с 17 по 21 июля 2019 г.

1.2. Методы опросов, схема формирования выборки

1.2.1. Телефонный опрос

Использовалась двухосновная выборка номеров мобильных и стационарных телефонов. Данное решение обусловлено различиями в проникновении мобильной и стационарной телефонии. Использование двух типов телефонов позволяет уменьшить ошибку покрытия выборки до респондентов, у которых нет ни мобильного, ни стационарного телефона. В некоторых городах РФ, в частности в Петербурге, традиционно уровень телефонизации стационарными телефонами был одним из самых высоких еще в советское время. Помимо общего уровня покрытия, стоит учитывать различия в телефонизации социально-демографических групп, например, наличие

мобильного телефона сильнее всего зависит от возраста респондента, а стационарного – от района проживания (центр-новостройки).²

Исследуемой совокупностью является телефонизированное население, постоянно проживающее на территории Санкт-Петербурга в возрасте 18 лет и старше.

Тип выборки - случайная выборка стационарных и мобильных номеров (RDD). В качестве основы выборки использовался полный список телефонных номеров (как мобильных, так и стационарных), задействованных на изучаемой территории. При формировании основы выборки использовались данные о диапазонах телефонных номеров с официального сайта Россвязи и из других открытых источников. Объем основы выборки для мобильных номеров (DEF диапазон) - 35 625 974 номера, для стационарных номеров (ABC диапазон) - 6 066 109 номеров. Всего - 41 692 083 телефонных номера. ABC диапазоны отобраны только для Санкт-Петербурга, DEF диапазон – для Ленинградской области и Санкт-Петербурга в целом. Для проведения опроса сгенерирована выборка размером 75000 телефонных номеров, т.е. с 150-кратным запасом на недостижимость и несуществующие телефонные номера (в пропорции мобильных и стационарных 2:1 - 50000 мобильных и 25000 стационарных номеров). Данное соотношение подбиралось, исходя из максимального приближения половозрастной структуры выборки к данным Петростата и возможности сопоставления ответов респондентов, опрошенных по мобильным и по стационарным домашним телефонам. Генерация проводилась путём систематического отбора номера из задействованных диапазонов с равным шагом и случайной начальной точкой. Дополнительной генерации номеров в связи с низкой достижимостью респондентов не проводилось.

Различная вероятность отбора респондентов компенсируется весовыми коэффициентами. Респондент со стационарным и мобильным телефоном имеет большую вероятность попасть в выборку, чем респондент с одним типом телефона. Более того, вероятность отбора по домашнему стационарному телефону зависит от размера домохозяйства респондента, а вероятность отбора по мобильному телефону зависит от количества мобильных телефонов у респондента и количества людей, постоянно ими пользующихся. Эти факторы собирались при проведении опроса: фиксировался тип телефона, по которому проведен опрос, наличие других телефонов и количество людей, постоянно ими пользующимися.

При звонке на мобильный и на стационарный домашний телефон опрашивался человек, взявший трубку. По служебным стационарным телефонам опрос не проводился. Общий объем телефонной подвыборки составляет 512 полных интервью.

² См., например: Османов Т., Рогозин Д. (2016). «Оптимальное соотношение мобильных и стационарных телефонов в двухосновной выборке, проектируемой для телефонного опроса» // «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены», no. 5 (135), 2016, с. 41-63.

Выборка была распределена поровну между двумя звонковыми центрами. Каждый центр получил 37500 телефонных номеров, по которым должен был провести не менее 250 полных интервью (не все телефонные номера из выборки были задействованы). В итоговом массиве 261 респондент опрошен по телефону исследовательским центром «Дискурс» (Москва) и 251 – Фондом социальных исследований (Самара). На каждый телефонный номер было сделано не менее 3 попыток дозвона. Звонки на стационарные телефоны сделаны с 17-00 до 22-00 местного времени, на мобильные – с 12-00 до 22-00 местного времени. Полевые работы были проведены с 8 по 14 июля 2019 года.

После сбора данных была проведена процедура перевзвешивания массива. Распределение респондентов по городским районам и половозрастная структура выборки сопоставлены с данными Петростата. Существенных отклонений при этом выявлено не было.

Контроль качества работы интервьюеров проводился путём прослушивания аудиозаписей полных интервью. Прослушаны 25 аудиозаписей полностью. Сделанные замечания тут же доносились до интервьюеров.

1.2.2. Уличный опрос

Выборка для метода уличного опроса (500 человек) была распределена между 18 районами Санкт-Петербурга. Из них 250 анкет делалось на планшетах (компания «Решение», Санкт-Петербург), 250 – на бумажных носителях (компания «Экзакт-полл», Санкт-Петербург). Для проведения опроса выборка была распределена между точками опроса так, что на каждого интервьюера приходилось не более 20 опрошенных, а на каждую точку – 10-15 опрошенных.

Выборка была организована как многоэтапная выборка с использованием разных методов по этапам:

1 этап – стратифицированная по традиционно выделяемым зонам города со схожим типам застройки, времени заселения (исторический центр, «старая застройка» спальных районов, новая застройка и т.д.), доли в населении города (по данным Петростата на 2019 г.).

2 этап – выбор зон проведения опроса на территории районов, с учетом рекомендаций и ограничений: в качестве точки проведения опроса выбирались места, максимально приближенные к месту проживания респондентов (где мало приезжих и много местных жителей, предпочтительно - проживающих в микрорайоне); запрет на проведение опроса у остановок городского транспорта, крупных пересадочных узлов и крупных торговых точек, привлекающих жителей разных районов; учебных заведений и крупных предприятий.

При этом учитывался не только район, но и известные социально-демографические характеристики его жителей, тип застройки, тип и время его заселения. По совокупности этих признаков определялось не только количество точек опроса, но и их расположение.

3 этап – определение квот по полу, возрасту (2*4 = 8 групп), с учетом данных Петростата за 2018 г.

4 этап – осуществляемая интервьюером квотно-вероятностная выборка респондентов (вероятностная с определенным шагом в пределах заданных квот по правилам, сформулированным в Инструкции интервьюерам).

Каждая компания сформировала список конкретных точек для проведения уличного опроса. Интервью проводились в заранее условленных точках в обусловленное время, с возможностью визуального контроля работы интервьюера. После завершения работ был проведен выборочный контроль проведенных интервью.

1.3. Социально-демографические характеристики реализованной выборки

По типу реализованная выборка является смешанной. Для телефонного опроса – случайная выборка телефонных и мобильных номеров (RDD); для уличного опроса – многоэтапная стратифицированная, с определением квот по полу и возрасту на последнем этапе. Объем квот рассчитывался на основе данных Петростата на 1 января 2018 г. (последние доступные на момент опроса официальные данные).³ Общая численность населения Санкт-Петербурга, по данным на начало 2019 г., очень мало изменилась по сравнению с 2018 г., что позволяет предположить, что доли социально-демографических групп либо не изменились, либо изменились статистически не значимо. Выборочная совокупность респондентов опроса репрезентирует население Петербурга по параметрам пола, возраста и района города (см. таблицы 1.3.-1 и 1.3.-2).

Таблица 1.3.-1. Характеристика итоговой выборки по контролируемым параметрам (в сопоставлении с данными Петростата).

	Статистика 01.01.2018	Выборка
Разбивка по полу и возрасту		
муж 18-29	9%	8%
муж 30-44	15%	16%
муж 45-59	11%	11%
муж 60 и старше	9%	9%
жен 18-29	9%	8%
жен 30-44	15%	15%
жен 45-59	13%	14%
жен 60 и старше	18%	18%

³ Возрастно-половой состав населения Санкт-Петербурга на 1 января 2018 г.: Статистический бюллетень// Управление Федеральной службы государственной статистики по г. Санкт-Петербургу и Ленинградской области (ПЕТРОСТАТ). СПб, 2018.

	Статистика 01.01.2018	Выборка
Район города		
Адмиралтейский	3%	3%
Василеостровский	4%	4%
Выборгский	10%	9%
Калининский	10%	8%
Кировский	6%	9%
Колпинский	3%	2%
Красногвардейский	7%	6%
Красносельский	7%	10%
Кронштадтский	1%	0,2%
Курортный	1%	1%
Московский	7%	9%
Невский	10%	9%
Петроградский	3%	2%
Петродворцовый	2%	1%
Приморский	11%	12%
Пушкинский	3%	3%
Фрунзенский	8%	9%
Центральный	4%	6%

Таблица 1.3.-2. Распределение итоговой выборочной совокупности по важнейшим социально-демографическим параметрам (в % в соответствии с ответами респондентов на вопросы анкеты)

ОСНОВНЫЕ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ	N	%
ВСЕГО	1012	100%
ПОЛ		
Мужской	446	44%
Женский	566	56%
СКОЛЬКО ПОЛНЫХ ЛЕТ ВАМ ИСПОЛНИЛОСЬ?		
до 25 лет	98	10%
от 25 до 34 лет	194	19%
от 35 до 44 лет	189	19%
от 45 до 54 лет	153	15%
от 55 до 64 лет	174	17%
от 65 лет и старше	206	20%
СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАКОЕ У ВАС ОБРАЗОВАНИЕ?		
неполное среднее или ниже	20	2%
среднее общее (школа)	127	13%
начальное профессиональное (ПТУ, колледж, лицей и т.п.) и среднее специальное (ССУЗ, техникум, медицинское училище и т.п.)	295	29%
незаконченное высшее (обучение в вузе без получения диплома)	50	5%
высшее (диплом инженера, специалиста, бакалавра, магистра, ученая степень)	520	51%

ОСНОВНЫЕ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ	N	%
КАКОВО ВАШЕ ОСНОВНОЕ ЗАНЯТИЕ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ? (ЗАНЯТОСТЬ)		
Работает	602	60%
Учится	40	4%
Занимается домашним хозяйством	79	8%
Временно не работает	58	6%
На пенсии	287	28%
Другое	17	2%
Затрудняюсь ответить + Отказ от ответа	1	0,1%
СКОЛЬКО ЧЕЛОВЕК 18 ЛЕТ И СТАРШЕ, ВКЛЮЧАЯ ВАС, ПРОЖИВАЕТ ВМЕСТЕ С ВАМИ В ВАШЕЙ СЕМЬЕ?		
1 человек	192	19%
2 человека	400	40%
3 человека	216	21%
4 человека	136	13%
5 человек	30	3%
6 и более	20	2%
затрудняюсь ответить+ отказ от ответа	18	2%
СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ВЫ РОДИЛИСЬ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ ИЛИ ПРИЕХАЛИ СЮДА ПОЗЖЕ? / ЕСЛИ ОТВЕТ “ПРИЕХАЛ”, ТО УТОЧНЯЮЩИЙ ВОПРОС: СКОЛЬКО ЛЕТ НАЗАД?		
родился(лась) в Санкт-Петербурге	565	56%
родился (лась) в Санкт-Петербурге, потом уехал и вернулся несколько лет назад	12	1%
приехал в Санкт-Петербург несколько лет назад	431	43%
Другое +Отказ от ответа	4	0.4%

Пол и возраст

По параметрам пола и возраста реализованная выборка либо не отклоняется от известных на настоящее время официальных статистических данных, либо отклоняется не более чем на 1%, что позволяет считать ее репрезентативной взрослому населению Петербурга (старше 18 лет) по указанным характеристикам.

Образование

По доле людей с высшим профессиональным образованием (включая послевузовское) Санкт-Петербург все последние годы занимал одно из первых мест в стране, согласно данным Росстата. Эта доля во всем взрослом населении города (включая экономически неактивное) растет на протяжении последних 10 лет и в настоящее время приближается к 50%. В нашей выборке 51% респондент сообщил о наличии законченного высшего образования, и еще 5% - о незаконченном высшем. Большинство из тех, кто еще не получил диплома, - в настоящее время учатся (4% респондентов являются студентами и учащимися).

Род занятий

Почти две трети опрошенных (60%) работают, чуть более четверти (28%) – пенсионеры, доля временно не работающих в выборке составляет 6%, занимающихся домашним хозяйством – 8%. Стоит отметить, что, согласно официальным статистическим данным, уровень занятости в Петербурге является одним из самых высоких в стране, рассчитанный по методике МОТ уровень безработицы – лишь 1,3%, ниже показатель – только в Москве.⁴

Семейное положение

Более половины петербуржцев (59%) проживает в семьях, где, не считая детей, один или двое взрослых (19% и 40%, соответственно). Таким образом, можно предположить, что большая часть горожан живет отдельно от старших поколений. Еще каждый пятый (21%) живет в семье с тремя взрослыми. Наконец, в больших семьях, где совместно живут четверо и больше взрослых, проживают менее одной пятой горожан (18%).

Район проживания

Распределение респондентов по районам проживания отличается от официальных данных не более чем на 1-3%. Заранее учитывалась доля каждого района в составе населения города только при определении точек для уличного опроса. При этом учитывался не только сам район, но и известные социально-демографические характеристики его жителей, тип застройки, тип и время его заселения. Однако при соединении выборок, полученных методом уличного и телефонного опросов, итоговое распределение респондентов по районам, без перевзвешивания, практически не отличалось от официальных данных. Это позволяет считать реализованную выборку репрезентативной также и по данному параметру.

Укорененность

Среди опрошенных лишь чуть более половины (56%) родились в Петербурге. По этому показателю Петербург сейчас близок к характеристикам Москвы 6-летней давности (тогда половина жителей столицы сообщили, что родилась в Москве, а половина – что приехали в поисках работы или учебы⁵). Каждый десятый опрошенный (10%) приехал в Петербург менее 10 лет назад (около половины из них – менее 5 лет назад), еще почти столько же (12%) – от 10 до 20 лет назад, а примерно каждый пятый (19%) – более 20 лет назад. Таким образом, даже среди приехавших в Петербург подавляющее большинство живет здесь уже давно - от 10 лет и дольше.

⁴ См. Ситуация на рынке труда в Санкт-Петербурге в январе-марте 2019 года: Аналитическая справка// Комитет по информатизации и связи Администрации Санкт-Петербурга, СПб ГУП «Санкт-Петербургский информационно-аналитический центр». Июнь 2019 г. С.2. https://www.gov.spb.ru/helper/new_stat/ (дата обращения – 15.08.2019).

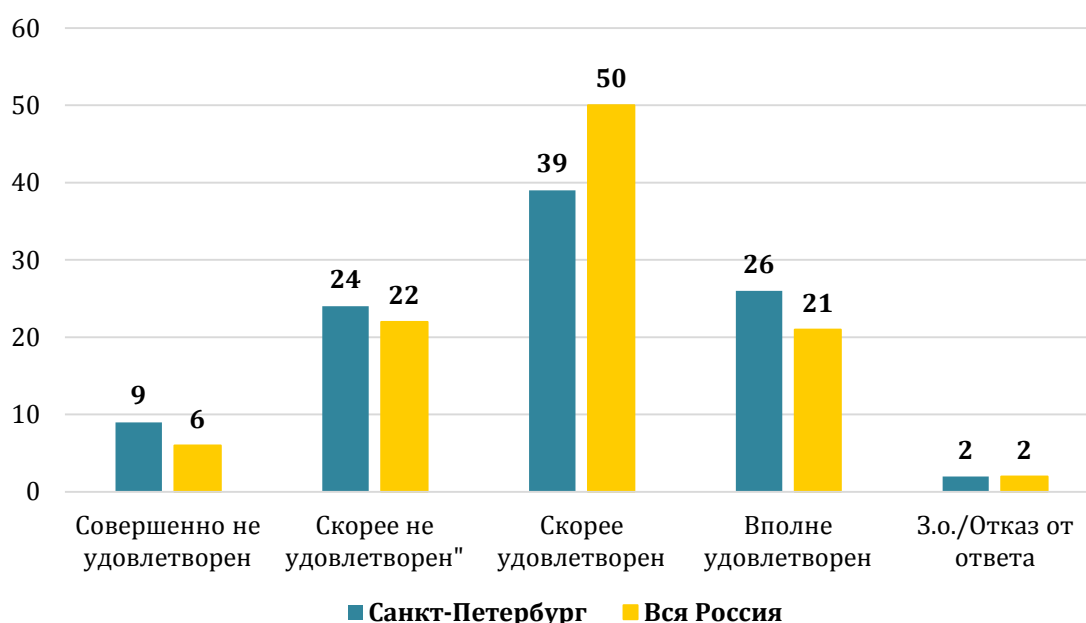
⁵ Москва: «Здесь лучше. Всем»// Пресс-выпуск ФОМ, 19.11.2013. <https://fom.ru/Nastroeniya/11200> (дата обращения - 15.08.2019).

2. Социальное самочувствие, актуальные проблемы города, удовлетворенность положением дел в Санкт-Петербурге⁶

2.1. Общая удовлетворенность жизнью

Для измерения уровня общей удовлетворенности жизнью среди населения Санкт-Петербурга респондентам был задан следующий вопрос: «Скажите, если говорить в целом, Вы удовлетворены или не удовлетворены вашей сегодняшней жизнью?» Полученное распределение ответов на него свидетельствует о том, что число удовлетворенных жизнью среди опрошенных почти вдвое превышает число неудовлетворенных. При этом вполне удовлетворены жизнью 26%, а совершенно не удовлетворены 9% (см. Рис. 2.1.-1).

Рисунок 2.1-1. Если говорить в целом, вы удовлетворены или не удовлетворены вашей сегодняшней жизнью? (в % от всех)



Сравнение с результатами общероссийского опроса «Кварта», проведенного исследовательской группой ЦИРКОН в январе 2019 года (n=1600, личные интервью по месту жительства респондентов) свидетельствует о том, что россияне чаще выбирают вариант ответа «скорее удовлетворен», а остальные варианты – реже⁷.

Социальный оптимизм среди женщин и мужчин существенно не отличается, равно как и среди коренных петербуржцев сравнительно с

⁶ Автор раздела – Давыдов С.Г.

⁷ В исследовании Кварта вопрос был сформулирован следующим образом: «Скажите, в целом Вы удовлетворены или не удовлетворены жизнью, которую Вы ведете?»

приезжими. В то же время, он падает по мере увеличения возраста. Если среди респондентов в возрастной группе 18-24 удовлетворены жизнью 89%, то для респондентов старше 55 лет этот показатель равен уже 58%.

Также зафиксированы различия среди электоральных подгрупп. В частности, среди участников опроса, с той или иной степенью вероятности планирующих принять участие в выборах, соотношение удовлетворенных и неудовлетворенных жизнью составляет 67% к 31%. Среди не принявших решение об участии или неучастии в выборах, а также не планирующих сентября идти на избирательные участки данное соотношение составляет, соответственно, 58% к 41% и 57% к 38%. Таким образом, вероятность участия в выборах выше среди людей с хорошим социальным самочувствием.

Обратим внимание на различия в социальном самочувствии среди потенциального электората различных кандидатов. Среди участников исследования, допускающих возможность голосования за Александра Беглова, доля респондентов с хорошим социальным самочувствием выше среднего – 68%. У Владимира Бортко данный показатель составляет 57%, у Оксаны Дмитриевой – 55%, у Бориса Вишневого – 45% (см. таб. 2.1.-2).

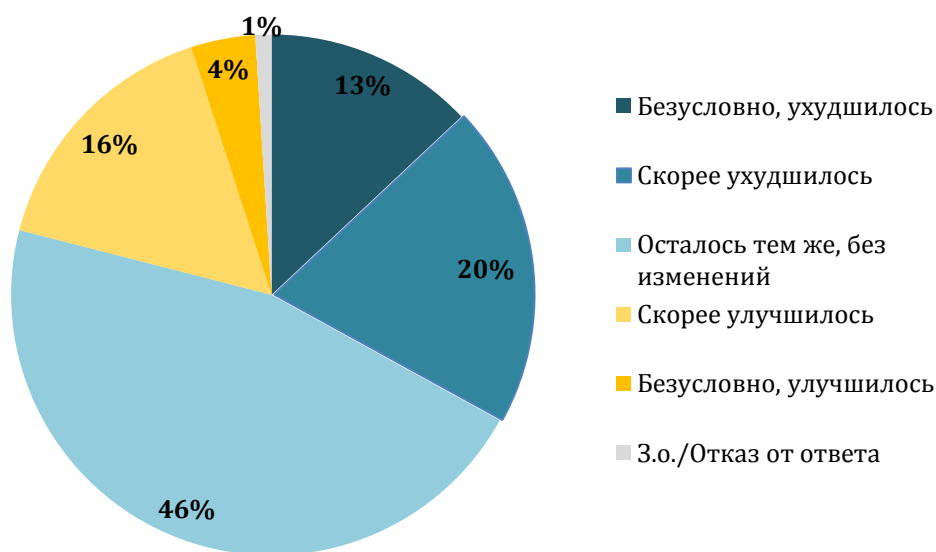
Таблица 2.1.-2. Если говорить в целом, вы удовлетворены или не удовлетворены вашей сегодняшней жизнью? (в % от всех)

	Совершенно не удовлетворен	Скорее не удовлетворен	Скорее удовлетворен	Вполне удовлетворен	З.о./Отказ от ответа
ВСЕ	9	24	39	26	2
Возраст 18-24	2	8	51	38	1
Возраст 25-34	2	27	40	30	1
Возраст 35-44	11	24	40	23	2
Возраст 45-54	12	24	39	24	2
Возраст 55+	11	27	35	23	4
Собирающиеся участвовать в выборах	7	23	40	27	2
Не решившие, участвовать или нет	9	33	39	19	1
Не собирающиеся участвовать в выборах	17	22	33	24	5
Допускающие возможность голосования за А. Беглова	7	23	41	27	2
Допускающие возможность голосования за О. Дмитриеву	9	31	35	21	5
Допускающие возможность голосования за В. Бортко	20	21	34	23	2
Допускающие возможность голосования за Б. Вишневого	11	40	25	21	4

2.2. Оценка динамики материального положения семьи за последние два года

Почти половина участников исследования (46%) отмечают отсутствие изменений материального положения своей семьи в течение последних двух лет. Треть (34%) отмечают негативную динамику, причем 13% говорят о безусловном ухудшении. Улучшилась ситуация в семьях у каждого пятого респондента (19%), причем 4% заявили о безусловном улучшении (рис. 2.2.-1).

Рисунок 2.2.-1. Как вы полагаете, ваше материальное положение (положение вашей семьи) за последние два года улучшилось, ухудшилось или осталось без изменений? (в % от всех)



Как и в предыдущем случае, статистически значимых различий в ответах мужчин и женщин, а также коренных и не-коренных петербуржцев выявлено не было. В то же время, как и в случае с общей удовлетворенностью жизнью, есть различия в возрастных и электоральных группах.

Доля респондентов, говорящих об улучшении материального положения за последние два года, снижается обратно пропорционально возрасту. Число заявляющих об ухудшении материального положения, напротив, снижается, однако здесь исключение составляет группа 55+, представители которой чаще указывают на стабильность, чем на ухудшение своего положения.

Не собирающиеся участвовать в выборах чаще, чем собирающиеся голосовать, говорят как об ухудшении материального положения (35% против 27%), так и об улучшении (24% против 19%), при этом реже заявляют о том, что оно осталось без изменений (40% против 50%). Среди допускающих возможность голосования за четырех кандидатов, занимающих первые позиции мягкого рейтинга, результаты следующие (таб. 2.2.-2). Доля респондентов, свидетельствующих об улучшении материального положения, различается незначительно, находясь в диапазоне от 17% до 20%. Отличия связаны с

соотношением тех, кто говорит о стабильности или ухудшении ситуации. Больше всего «стабильных» среди потенциально готовых поддержать А. Беглова (55% при 27% говорящих об ухудшении), далее следуют О. Дмитриева (соответственно, 40% и 44%), В. Бортко (36% и 46%) и Б. Вишневский (30% и 49%).

Таблица 2.2.-2. Как вы полагаете, ваше материальное положение (положение вашей семьи) за последние два года улучшилось, ухудшилось или осталось без изменения? (в % от всех)

	Безусловно, ухудшилось	Скорее ухудшилось	Осталось тем же, без изменений	Скорее улучшилось	Безусловно, улучшилось	З.о./Отказ от ответа
ВСЕ	13	20	46	16	4	1
Возраст 18-24	5	13	48	24	9	1
Возраст 25-34	12	18	43	21	6	1
Возраст 35-44	13	24	40	20	2	1
Возраст 45-54	19	22	39	16	3	1
Возраст 55+	14	21	53	9	2	1
Собирающиеся участвовать в выборах	12	22	46	16	3	0
Не решившие, участвовать или нет	13	14	50	17	2	3
Не собирающиеся участвовать в выборах	18	17	40	16	8	2
Допускающие возможность голосования за А. Беглова	9	18	55	15	4	1
Допускающие возможность голосования за О. Дмитриеву	20	24	40	13	4	0
Допускающие возможность голосования за В. Бортко	26	20	36	14	5	0
Допускающие возможность голосования за Б. Вишневского	16	33	30	19	1	0

2.3. Самооценка материального положения семьи

Материальное положение семьи определялось при помощи вопроса со следующей формулировкой: «*Какое из следующих описаний точнее всего соответствует Вашему материальному положению? Я сейчас буду зачитывать утверждения, а Вы остановите меня, когда я произнесу близкий Вам вариант*». Респонденту предлагались на выбор следующие утверждения:

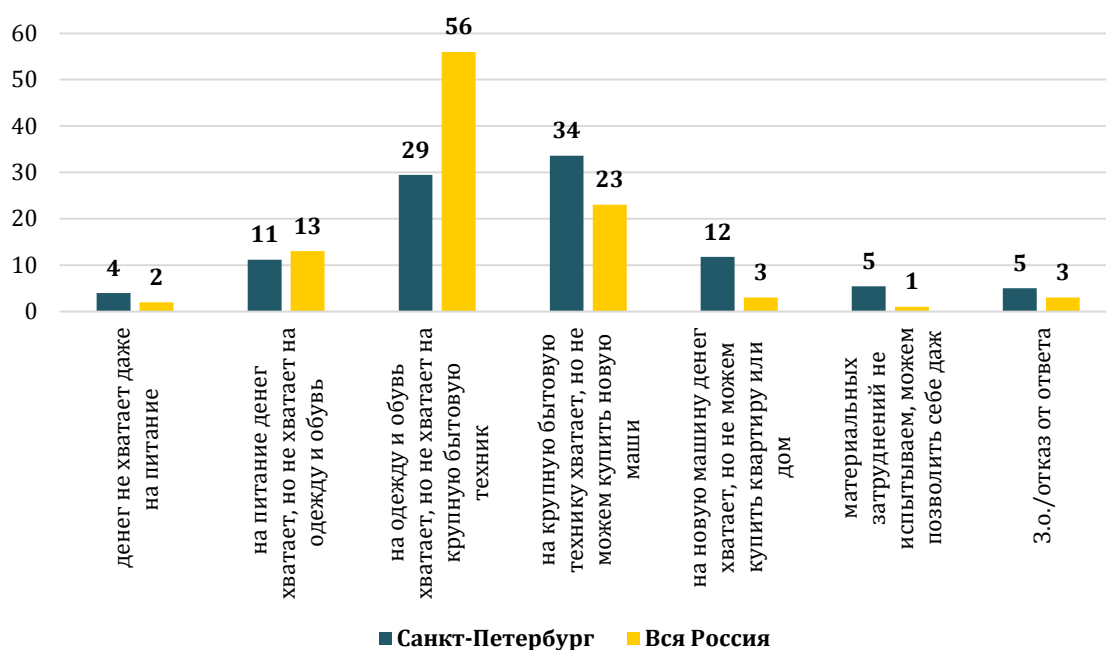
- денег не хватает даже на питание;
- на питание денег хватает, но не хватает на одежду и обувь;

- на одежду и обувь хватает, но не хватает на крупную бытовую технику;
- на крупную бытовую технику хватает, но не можем купить новую машину;
- на новую машину денег хватает, но не можем купить квартиру или дом;
- материальных затруднений не испытываем, можем позволить себе даже покупку дома.

Варианты «затрудняюсь ответить» и «отказ от ответа» не зачитывались и при необходимости самостоятельно выбирались интервьюером.

На вопрос дали ответ 95% участников исследования (рис. 2.3.-1). В том числе, 15% оценили свое материальное положение, как низкое (первые два из шести возможных вариантов ответа), 63% - как среднее (варианты ответа 3 и 4), 17% - как высокое (варианты ответа 5 и 6).

Рисунок 2.3.-1. Самооценка материального положения участников исследования (в % от всех опрошенных)



Сравнение с общероссийскими данными⁸ показывает, что петербуржцы оценивают свое материальное положение более оптимистично по сравнению со всеми россиянами. Особенно заметна разница между числом выбравших утверждение «на одежду и обувь хватает, но не хватает на крупную бытовую технику»: по Санкт-Петербургу этот показатель составляет 29%, тогда как по России – 56%.

⁸ Проект «Кварта» исследовательской группы ЦИРКОН, январь 2019, n=1600, личные интервью по месту жительства респондентов. Задавался вопрос: «Скажите, к какой из следующих групп населения по материальному положению Вы скорее могли бы себя отнести?»

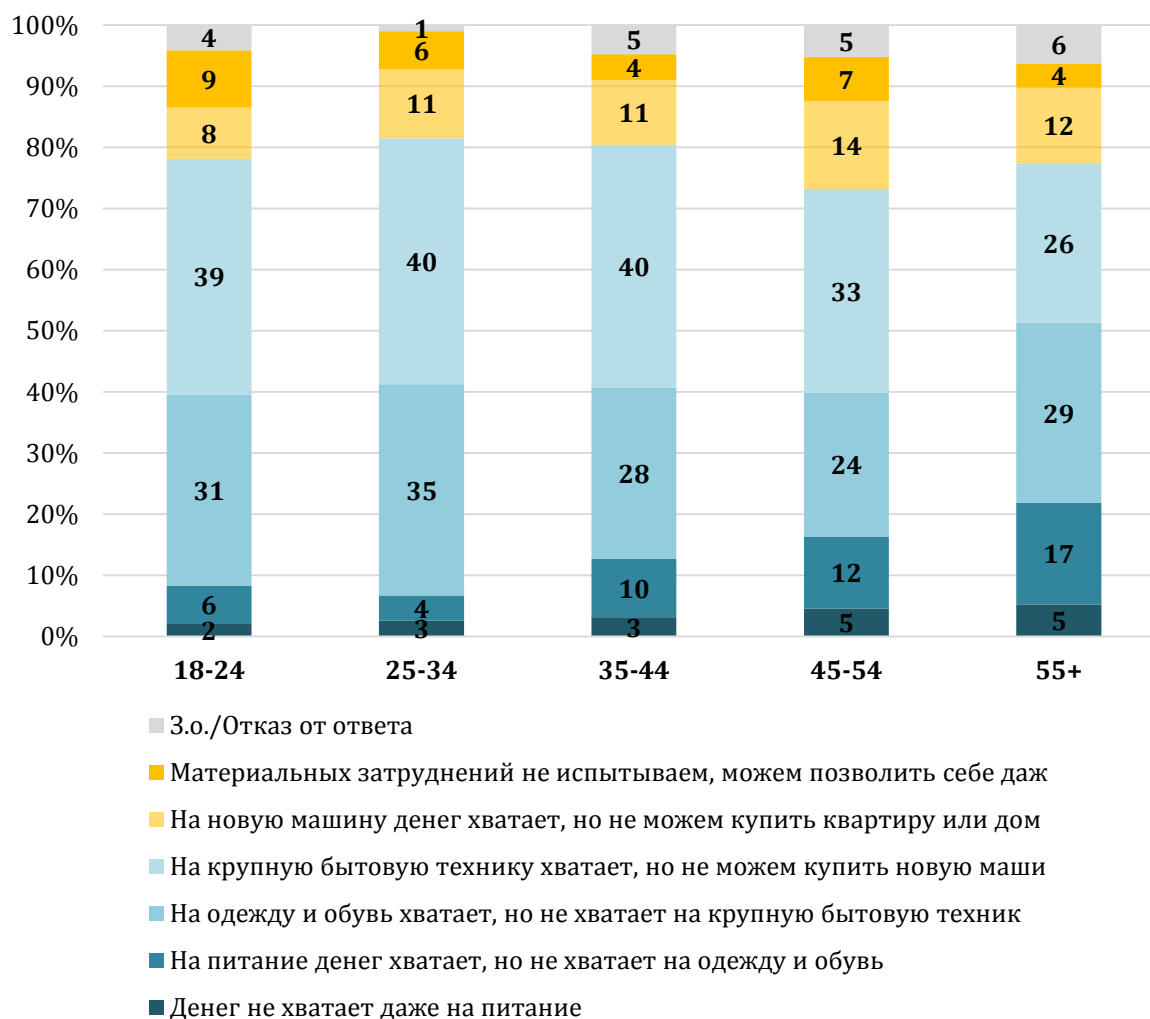
Таблица 2.3.-2. Какое из следующих описаний точнее всего соответствует вашему материальному положению? (в % от категорий)

	Денег не хватает даже на питание	На питание денег хватает, но не хватает на	На одежду и обувь хватает, но не хватает на крупную бытовую технику	На новую машину денег хватает, но не	Материальных затруднений не испытываем, можем позволить	З.о./Отказ от ответа
ВСЕ	4	11	29	34	12	5
Собирающиеся участвовать в выборах	8	4	24	35	13	8
Не решившие, участвовать или нет	2	13	28	40	11	4
Не собирающиеся участвовать в выборах	4	12	30	32	12	4
Допускающие возможность голосования за А. Беглова	3	15	29	32	10	4
Допускающие возможность голосования за О. Дмитриеву	5	12	30	39	10	1
Допускающие возможность голосования за В.Бортко	5	14	29	34	10	3
Допускающие возможность голосования за Б. Вишневого	1	8	30	47	7	1

Обратим внимание, что, в среднем, мужчины оценивают свое материальное положение несколько лучше, чем женщины. Значимых расхождений между коренными и не коренными жителями города нет. Различия в возрастных подгруппах отражены на Рисунке 2.3.-3.

В группах, готовых поддержать того или иного из четверки кандидатов с наиболее высоким мягким рейтингом, зафиксирована наиболее высокая по сравнению с другими электоральными группами доля респондентов со «средним» материальным положением (77%) при сравнительно меньших показателях для низкого и высокого материального положения. Также выше среднего данный показатель у потенциального электората О. Дмитриевой (68%), тогда как у допускающих возможность голосования за В. Бортко и А. Беглова он ниже среднего (соответственно, 63% и 61%). Также обратим внимание на несколько более высокую долю «среднего» благосостояния среди респондентов, не определившихся с желанием принять участие в голосовании (68%), в сравнении с теми, кто решил пойти (62%) или, наоборот, не ходить на выборы (59%).

Рисунок 2.3.-3. Какое из следующих описаний точнее всего соответствует вашему материальному положению? (в % среди различных возрастных групп)



2.4. Удовлетворенность положением дел в Санкт-Петербурге

По данным опроса, горожане скорее удовлетворены ситуацией в городе на Неве. Ту или иную степень удовлетворенности выразили 47% опрошенных, причем наиболее популярным из пяти возможных вариантов оказался «скорее удовлетворен» (37%). Не удовлетворены положением дел 28% респондентов, 18% чем-то удовлетворены, а чем-то нет (рис. 2.4.-1).

Рассматриваемый показатель не зависит от пола респондента. Отметим, что коренные жители Санкт-Петербурга склонны оценивать положение дел в Северной столице критичнее, чем приехавшие (и указавшие точное число лет, прошедших с момента приезда).

Рисунок 2.4.-1. Скажите, вы в целом удовлетворены или не удовлетворены положением дел в Санкт-Петербурге? (в % от категорий)

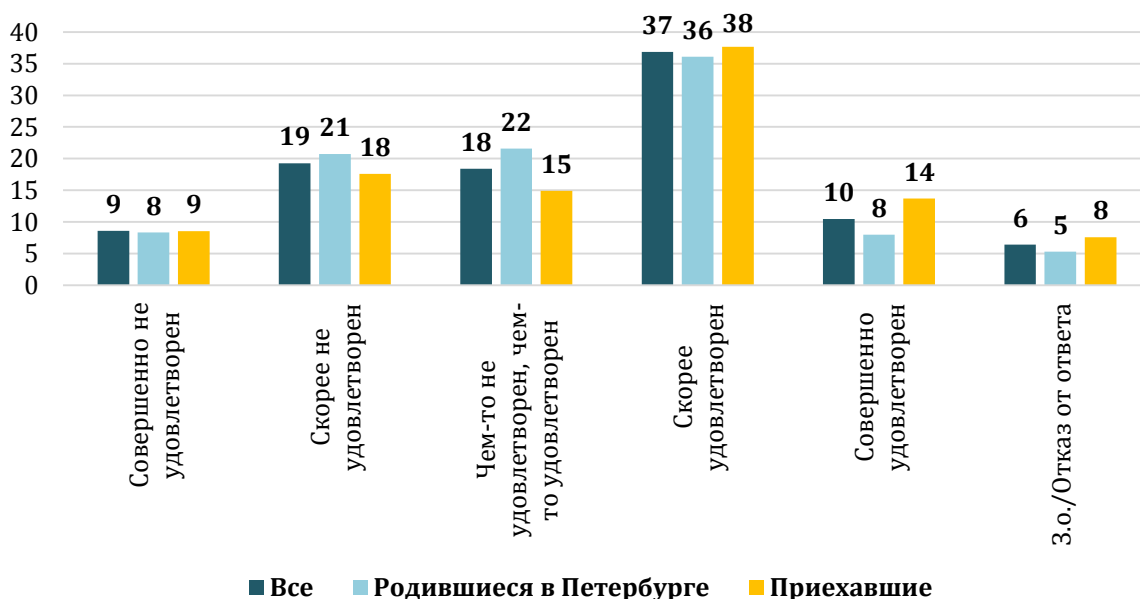


Таблица 2.4.-2. Скажите, вы в целом удовлетворены или не удовлетворены положением дел в Санкт-Петербурге? (в % от категорий)

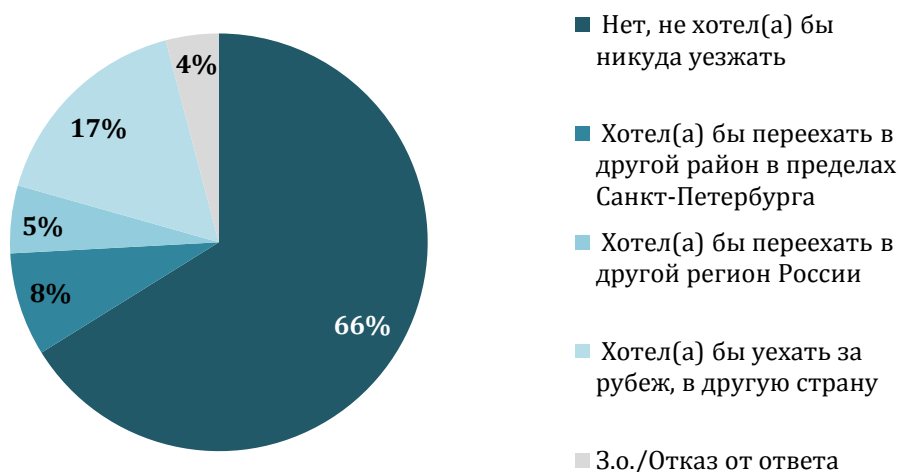
	Совершенно не удовлетворен	Скорее не удовлетворен	Чем-то не удовлетворен, чем-то удовлетворен	Скорее удовлетворен	Совершенно удовлетворен	З.о./Отказ от ответа
ВСЕ	9	19	18	37	10	6
Собирающиеся участвовать в выборах	8	19	18	37	11	7
Не решившие, участвовать или нет	4	22	26	40	5	2
Не собирающиеся участвовать в выборах	15	19	14	32	12	8
Допускающие возможность голосования за А. Беглова	4	13	19	43	14	6
Допускающие возможность голосования за О. Дмитриеву	12	33	23	25	3	5
Допускающие возможность голосования за В. Бортко	10	21	19	38	9	2
Допускающие возможность голосования за Б. Вишневого	16	38	16	15	8	5

Наиболее высокий уровень удовлетворенности ситуацией в городе высказывают респонденты, готовые поддержать А. Беглова. На втором месте по данному показателю оказался потенциальный электорат В. Бортко, на третьем – О. Дмитриевой. Наиболее критичны к положению дел в Петербурге оказались респонденты, готовые выразить поддержку Б. Вишневскому.

2.5. Мобильность (желание остаться в городе или переехать)

Большинство – точнее, две трети - петербуржцев не имеют желание менять место проживания (рис. 2.5.-1).

Рисунок 2.5.-1. Если бы представилась такая возможность, хотели бы вы переехать в другой район города, другой населенный пункт области, другой регион России, в другую страну?» (в % от всех)



Второй по популярности ответ связан с миграцией за рубеж, такое желание есть у 17% опрошенных. Еще 8% респондентов хотели бы переехать в другой район города, а 5% - в другой регион России.

Мужчины несколько чаще женщин выражают желание уехать за границу (20% против 14%), в остальном различия между гендерными группами статистически не значимые. С возрастом мобильность понижается: если в группе 18-24 о своем нежелании менять место проживания сообщили 51%, то в группе 55+ - 81%. Нет статистически значимых различий между распределением ответов у тех, кто родился в городе, и тех, кто в него приехал.

Таблица 2.5.-2. Мобильность петербуржцев в различных группах (%)

	Нет, не хотел(а) бы никуда уезжать	Хотел(а) бы переехать в другой район в пределах Санкт-Петербурга	Хотел(а) бы переехать в другой регион России	Хотел(а) бы уехать за рубеж, в другую страну	З.о./Отказ от ответа
ВСЕ	66	8	5	17	4
Возраст 18-24	51	9	8	28	3
Возраст 25-34	52	10	7	28	3
Возраст 35-44	59	8	4	22	6
Возраст 45-54	66	6	4	18	6
Возраст 55+	81	7	4	4	3

	Нет, не хотел(а) бы никуда уезжать	Хотел(а) бы переехать в другой район в пределах Санкт-Петербурга	Хотел(а) бы переехать в другой регион России	Хотел(а) бы уехать за рубеж, в другую страну	З.о./Отказ от ответа
Собирающиеся участвовать в выборах	70	8	5	14	3
Не решившие, участвовать или нет	63	5	7	19	5
Не собирающиеся участвовать в выборах	51	10	5	29	5
Допускающие возможность голосования за А. Беглова	79	8	6	6	3
Допускающие возможность голосования за О. Дмитриеву	61	8	5	20	6
Допускающие возможность голосования за В. Бортко	69	10	5	13	3
Допускающие возможность голосования за Б. Вишневого	48	5	4	40	3

В электоральных группах заметные различия касаются доли тех, кто не хочет переезда, и тех, кто хочет уехать за границу; показатели желающих уехать в другой район Санкт-Петербурга или регион России более-менее стабильные. Возможный электорат А. Беглова имеет наименее выраженное желание покинуть место нынешнего проживания (79%); доля желающих покинуть Россию среди них составляет всего 6%. У В. Бортко данные показатели составляют, соответственно, 69% и 13%, и О. Дмитриевой – 61% и 20%. Наиболее сильные миграционные настроения у тех, кто допускает возможность поддержки Б. Вишневого: только половина (48%) удовлетворены местом жительства, за границу хотели бы уехать 40%.

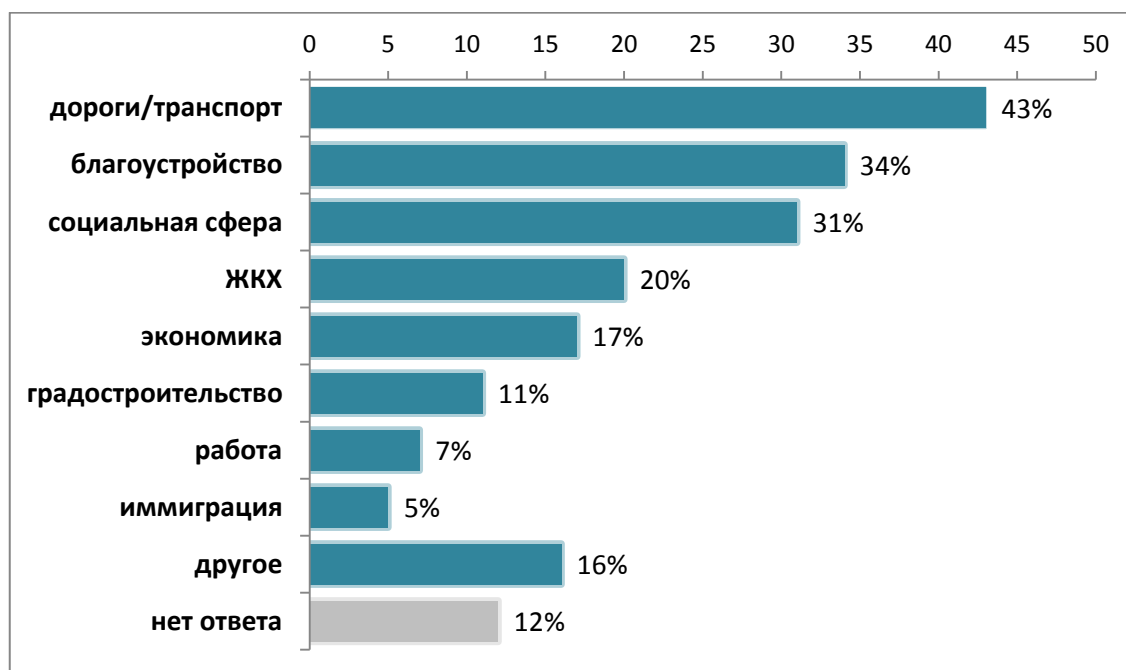
3. Рейтинг социально-экономических проблем⁹

Жители Петербурга охотно отвечали на вопрос о проблемах, стоящих перед городом, который задавался в «открытой» форме (без заранее сформулированных в анкете вариантов). В опросах довольно часто случается, что такие вопросы вызывают у респондентов трудности, многие отказываются на них отвечать или отвечают кратко. Однако в представляемом опросе об основных городских проблемах петербуржцы говорили подробно и называли даже не только две-три, но и большее количество проблем. Затруднились с ответом только немногим более одной десятой горожан (12%), а остальные назвали от одной до шести проблем, причем подавляющее большинство ответивших – две и более.

Поскольку респонденты описывали проблемы своими словами, при группировке и кодировании, названия категорий, как правило, приближены к высказываниям опрошенных.

Какие проблемы волнуют петербуржцев чаще всего? На первом месте по числу упоминаний - проблемы, связанные с дорогами и общественным транспортом (43%) (Рис. 3.-1).

Рисунок 3.-1. Назовите, пожалуйста, две-три самые острые проблемы Санкт-Петербурга, которые, на ваш взгляд, требуют решения в первую очередь (возможны несколько ответов, % от всей выборки)



Причем «состояние дорог» и «пробки», лидировавшие в этой категории еще несколько лет назад, сейчас уступают таким задачам как строительство новых станций метро, работа общественного транспорта, строительство новых дорог и развязок. Особое место здесь занимают проблемы дорог и транспорта в новых

⁹ Автор раздела – Мацкевич М.Г.

районах и жилых комплексах. То, что качество дорожного покрытия и пробки упоминаются меньше в сравнении с предшествующими десятилетиями, может свидетельствовать как о том, что некоторые проблемы постепенно решаются и утрачивают прежнюю остроту, так и о том, что возникают новые (особенно в связи с новым строительством), которые воспринимаются острее. Косвенно это подтверждается тем, что чаще, чем в среднем, об этом говорят жители отдаленных районов – например, Красносельского, Пушкинского, Петродворцового, а реже – жители центра.

На втором месте по количеству упоминаний – благоустройство. В этой категории респонденты говорили либо о «благоустройстве» вообще, либо о том, что конкретно необходимо сделать, с их точки зрения: лучше убирать улицы, заниматься озеленением, обустраивать парки, заботиться об экологии, строить еще больше детских и спортивных площадок, пешеходной инфраструктуры, пандусов и т.п. Очень часто опрошенные говорили о «грязи» и «мусоре» на улицах. В целом, тема мусора в разных формулировках звучала постоянно: чаще всего в связи с благоустройством (чистота улиц, урны и т.д.) и жилищно-коммунального хозяйства (раздельный сбор и переработка, уборка во дворах). Стоит отметить, что забота о качестве среды волнует жителей Петербурга все больше, что характерно для современных столиц и мегаполисов многих стран. Однако этот сдвиг в сторону проблем, возникающих на более высоком уровне развития города, не всегда обнаруживался в опросах, предлагавших «закрытый» список проблем. То, что ЖКХ, экономические проблемы или «миграция» – уже не главные для петербуржцев, можно считать новым и важным результатом исследования «Открытое мнение-Петербург».

Следующая по важности проблема (31% респондентов) – то, что можно отнести к социальной сфере: здравоохранение, образование, соцзащита, выплата пособий и пр. В этой группе проблем опрошенные чаще всего говорили о проблеме мест и очередях в детских садах, нехватке детских садов, школ и поликлиник (в частности, детских), необходимости детских кружков и иных внешкольных занятий. Особенно актуальны эти проблемы для районов новостроек – респонденты часто говорили о недостаточности социальной инфраструктуры именно в новых районах.

На следующем месте в рейтинге, со значительным отрывом от предыдущего, – проблемы ЖКХ, ранее очень «популярные» в Петербурге. Здесь речь шла об «изношенности коммуникаций», «вывозе мусора» и «контейнерах» для «раздельного сбора», протечках, «ремонте крыш» и «капремонте», «аварийном жилье», в целом о «плохом качестве» и «высоких тарифах» ЖКХ и пр.

Экономические проблемы упомянули 17% горожан. Под ними подразумеваются «высокие цены», «низкие зарплаты и пенсии», «нищета», проблема «доступного жилья» и «ипотеки», «развитие малого и среднего бизнеса» и пр. Обычно во всероссийских опросах, экономические проблемы занимали и занимают первые места. В нашем исследовании спрашивалось о городских

проблемах, что могло снизить упоминаемость проблем, которые можно отнести к числу тех, которые решаются не на уровне города. Тем не менее, в прошлые годы, экономика (цены, зарплаты, пенсии и т.п.) занимали первые места и в Петербурге.

Конечно, жителей нашего города не перестало волновать состояние экономики, и, например, если объединить категории «экономика» и «работа», то объединенная категория займет четвертую позицию в рейтинге проблем (24%), потеснив «ЖКХ» (20%). Однако и в этом случае останется заметный разрыв в рейтинге между первыми тремя темами и «экономикой». Из наших данных следует, что проблемы, свойственные именно современному развитому мегаполису (в частности, забота о качестве среды), стали приобретать самостоятельную значимость в глазах петербуржцев.

Среди градостроительных проблем (11% упоминаний) респонденты чаще всего говорили, как и в других разделах, о новых районах – непродуманной застройке, неудачной планировке, отсутствии необходимой инфраструктуры. Кроме того, горожан волнует и уплотнительная застройка, и качество и архитектура новых зданий в центре города. По смыслу эта группа проблем близка к группе «благоустройство», но чаще всего здесь звучала тема новых районов, что побудило выделить ее в отдельную категорию. Если бы такого выделения не произошло, объединение «благоустройства» с «градостроительством» сделало бы эту тему самой популярной (45%).

Относительно немного опрошенные говорили о «миграции» и «мигрантах» как о проблеме¹⁰ (только 5%), о дефиците рабочих мест и безработице (7%). В категорию «другое» (16%), как правило, попадали либо проблемы очень редкие и частные, либо, напротив, носящие обобщенный характер: «бюрократизм», «воровство», «коррупция», «состояние культуры», «политические свободы», «митинги», «честные выборы» и многое другое. «Политическая» тематика в ответах звучала довольно редко, что согласуется с тем, что описывается в разделе 5 «Образ идеального губернатора».

Если обратить внимание на распределения упоминаемости проблем в разных группах горожан (см. табл. 3.-2), то можно заметить ряд различий. Так, «дороги» и «транспорт» особенно волнуют горожан самого активного возраста, 35-44 лет (55% при 43% в среднем). Что вполне ожидаемо, т.к. вероятно они больше всего перемещаются по городу, многие – на машинах. Это подтверждается и более высокой, чем в среднем, значимостью данной проблемы для людей в возрасте 25-54 лет, и снижением упоминаемости среди самых молодых, 18-24-летних (они еще не всегда воспринимают это как проблему) и людей старше 55 и – особенно – старше 65 лет (когда у многих мобильность уменьшается).

¹⁰ Выделение в отдельную категорию этой группы ответов респондентов было вызвано тем, что в СМИ и экспертных высказываниях нередко встречаются утверждения, что темы, связанные с миграцией из других регионов или стран, являются острыми и актуальными, особенно для столиц – Москвы и Петербурга.

Можно было заранее предположить, что о проблемах социальной сферы (где значительную долю составляют «детские сады», «школы» и «поликлиники») женщины говорят чаще мужчин (38% против 21%, соответственно), в то же время мужчины больше уделяют внимание качеству дорог и пробкам. Люди в возрасте, когда в семье растут дети (25-44 года), говорят о детских садах и школах чаще остальных (35% и 31%, соответственно), а студенты – о благоустройстве (50%, при средних 34%). Экономические проблемы заметно реже, чем в среднем, называют молодые люди 18-34 лет, а градостроительные – самые молодые в возрасте до 25 лет. Такие закономерности во многом объясняются описанным выше наполнением каждой из категории проблем: низкие зарплаты и пенсии при высоких ценах пока еще не слишком беспокоят более оптимистичную молодежь, а в новых районах чаще живут те, кто купил или арендовал жилье для семьи.

Таблица 3.-2. Назовите, пожалуйста, две-три самые острые проблемы Санкт-Петербурга, которые, на ваш взгляд, требуют решения в первую очередь (% от категорий)

Проблемы (проблемные зоны)	Итого	пол		возраст					
		муж	жен	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Дороги и транспорт	43%	46%	40%	38%	47%	55%	46%	38%	31%
Благоустройство	34%	31%	36%	41%	41%	30%	35%	31%	30%
Социальная сфера	31%	21%	38%	22%	35%	35%	25%	29%	32%
ЖКХ	20%	22%	19%	21%	19%	21%	21%	18%	21%
Экономика	17%	18%	16%	9%	12%	14%	20%	24%	20%
Градостроительство	11%	10%	11%	7%	14%	13%	11%	10%	7%
Работа	7%	7%	7%	1%	7%	7%	10%	7%	8%
Иммиграция	5%	8%	3%	7%	4%	6%	4%	8%	3%
Другое	16%	18%	15%	22%	15%	17%	14%	16%	17%
Нет ответа, затрудняюсь ответить	12%	13%	11%	14%	11%	10%	14%	11%	14%

4. Информационное потребление¹¹

В целом, распределение разных социально-демографических групп петербуржцев по различным каналам получения информации¹² отражает общероссийские тенденции, которые достаточно хорошо известны.¹³

Так, процент респондентов, которые в качестве источников информации о кандидатах в губернаторы назвали *телевидение*, плавно возрастает по мере повышения возраста: в возрастной когорте от 65 лет и старше он достигает 76% (против 26% в группе 25-34 года). С использованием *интернет-источников* ситуация прямо противоположная, с одной оговоркой – понижение числа пользователей начинает фиксироваться только с когорты 45-54 года и выше, с 24 до 44 лет показатель остается стабильным. Диверсифицирующим фактором, наравне с возрастом, также можно назвать уровень образования: респонденты и неполным средним и неполным высшим отмечают меньший спектр источников информации. Например, первые не получают информацию из *outdoor* каналов (различные виды наружной рекламы: билборды, баннеры, плакаты и т.д.), вторые – от близкого круга (семьи и друзей). Эти тенденции в целом совпадают с результатами, полученными в общероссийских опросах. В то же время, медиапотребление в Санкт-Петербурге отличается несколько большей долей интернет-источников и меньшей – традиционных СМИ. Бóльшая, по сравнению с общероссийской, доля интернет-источников, и меньшая – традиционных СМИ, характерны для всех возрастных групп Санкт-Петербурга. Кроме того, в Петербурге, люди 24-44 лет по своему потреблению СМИ ближе к молодежи, чем к более старшим возрастам.

Самыми крупными совокупными источниками информации о городских событиях, о кандидатах в губернаторы в частности, можно считать *интернет* (59%) и *телевидение* (50%). Гораздо меньше респондентов отметили в качестве информационных ресурсов *газеты и журналы* (15%) и *радио* (12%). Наименьший охват демонстрируют следующие способы взаимодействия с аудиторией: *неформальная коммуникация* (друзья, знакомые, члены семьи) – 4%, *outdoor* реклама – 3%, агитация с помощью волонтеров и листовок – 1%.

Единственным показателем, который отличается от общероссийских показателей, является телевидение (50% VS 71%). Такое значение, существенно ниже среднего, может быть объяснено: 1) сниженной долей телезрителей в

¹¹ Автор раздела – Сапонова А.В.

¹² Вопрос о каналах получения информации о кандидатах в губернаторы задавался в формате открытого: респонденты могли назвать не более трёх источников. На основе полученных ответов были выделены 13 совокупных источников информации. Например, упоминания «Яндекс», «YouTube», «Mail.ru» были объединены в категорию «Интернет».

¹³ См., например: Источники новостей и доверие СМИ // пресс-выпуск ФОМ, 30.01.2019 <https://fom.ru/SMI-i-internet/14170> (дата обращения - 15.08.2019); Эпоха цифровых медиа: бумага против экрана// Пресс-выпуск ВЦИОМ № 3551, 10.01.2018 <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=8876> (дата обращения 15.08.2019); Волков Д., Гончаров С. Российский медиаландшафт-2019 // Пресс-выпуск Левада-центра, 1.08.2019 <https://www.levada.ru/2019/08/01/21088/> (дата обращения - 15.08.2019).

крупных городах; 2) разницей в практиках потребления информации о городских и всероссийских событиях.

Таблица 4.-1. Сравнение медиапотребления горожан Санкт-Петербурга и россиян в целом

	СПб	Россия ¹⁴
Интернет	59	63 ¹⁵
Телевидение	50	71
Газеты и журналы	15	12
Радио	12	12
Неформальная коммуникация (друзья, знакомые, члены семьи)	4	-
Outdoor реклама	3	-
Агитация с помощью волонтеров и листовок	1	-

В ходе проведения анализа были выделены четыре наиболее значимых по охвату канала для сторонников всех потенциальных кандидатов. Ими, вполне ожидаемо, стали: *интернет, телевидение, пресса и радио*. На медиа-портретах ниже (рис. 4.-2) показано, какие медиаканалы используют сторонники того или иного кандидаты в губернаторы.

Так, электорат А. Беглова отличается более консервативным медиапотреблением: 72% получают информацию с телеэкранов, 42% - из интернета, 21% и 15% из прессы и радио соответственно. В эту группу можно отнести сторонников В. Макарова и А. Миллера (хотя у электората второго процент использования теле- и интернет-источников примерно одинаковый – 63% и 67% соответственно).

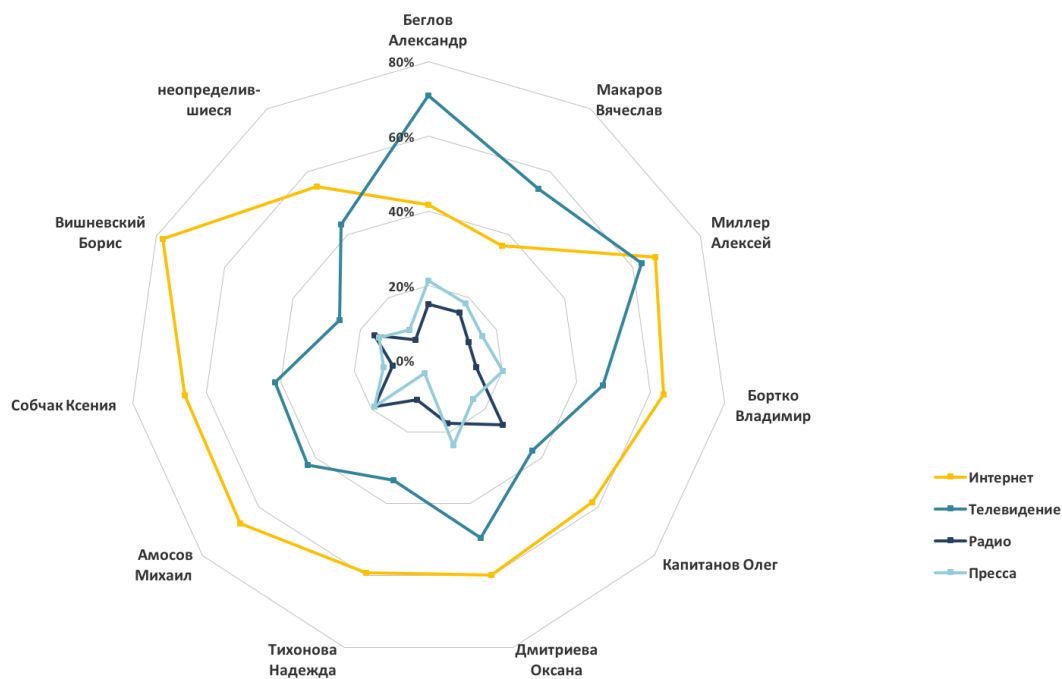
Высокая степень интернет-включенности у респондентов, которые допускают возможность голосования за Б. Вишневого (78%), М. Амосова (67%), К. Собчак (66%) и В. Бортко (64%). Порядка четверти электората О. Капитанова получают информацию из радиоканалов – 26%, сторонники О. Дмитриевой более других групп отдают предпочтение газетам – 24%.

Повышенный процент респондентов, которые получают информацию по личным контактам, фиксируется у потенциальных избирателей В. Бортко и Н. Тихоновой (по 7%). Также те, кто допускают голосование за Н. Тихонову, характеризуются повышенным вниманием к outdoor рекламе – она является источником информации для 19% её электората (при среднем значении в 3%, как отмечалось выше). Сторонники же М. Амосова, В. Макарова и К. Собчак этот канал в качестве источника информации не отметили вовсе.

¹⁴ Источник данных: 20 января 2019, «ФОМнибус» – опрос граждан РФ от 18 лет и старше. 53 субъекта РФ, 104 населенных пункта, 1500 респондентов. Статистическая погрешность не превышает 3,6%. Вопрос: «Из каких источников вы чаще всего узнаете новости, информацию?». Любое число ответов. URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14170> (дата обращения – 26.08.2019)

¹⁵ Сумма ответов «Новостные сайты в интернете» (44%) и «Форумы, блоги, сайты социальных сетей» (19%).

Рисунок 4.-2. Медиа-портреты электората



Таким образом, можно предположить, что обозначенные медиа-портреты напрямую связаны с социально-демографическими характеристиками потенциальных избирателей, среди которых наиболее диверсифицирующими оказались возраст респондента, а также уровень образования.

5. Образ идеального губернатора¹⁶

На массовое политическое сознание перед предстоящими выборами губернатора Санкт-Петербурга оказывает влияние ряд факторов. Прежде всего, это *общий политический контекст* в стране (для которого характерно серьезное снижение доверия граждан к власти и лидерам уже после президентских выборов 2018 года) и в городе, в частности, тот набор *возможных* участников будущих губернаторских выборов, куда наряду с действующим и.о. главы региона входят в т.ч. известные оппозиционные политики. Иными словами, первая группа факторов касается текущего *политического предложения*.

Вторая группа факторов восприятия связана с воспринимающим субъектом, то есть горожанами, *спецификой массовых представлений*, связанной с региональной политической культурой и традициями Санкт-Петербурга. При этом важным параметром, определяющим восприятие и электоральное поведение граждан, является наличие в сознании людей определенных *эталонных представлений*, с которыми горожане перед выборами сопоставляют реальных кандидатов. Причем, этот эталон или идеал существует как со знаком «плюс» (максимальное приближение к нему дает любому кандидату в губернаторы фору в выборной гонке), так и со знаком «минус» (любое сходство с антигероем ведет к снижению его поддержки на выборах). Опыт исследования идеальных и реальных политических образов¹⁷ показывает, что в идеальный образ граждане вкладывают прежде всего те характеристики, которых, по их мнению, недостает реальным прототипам. Таким образом, вторая группа факторов характеризует *общественный запрос, неудовлетворенные потребности*, касающиеся градоначальника.

Именно эти эталонные представления («общественный запрос») описываются далее на основании полученных эмпирических данных.

5.1. Важнейшие характеристики образа кандидатов в губернаторы¹⁸

Прежде, чем выявлять набор качеств, характеризующих идеального губернатора, логично было бы поинтересоваться, а на что в первую очередь обращают внимание избиратели при принятии решения о предпочтении того или иного кандидата на высокий пост градоначальника второй российской столицы. В анкете уличных опросов (500 чел.) был соответствующий вопрос «*Если бы вы сейчас участвовали в голосовании на выборах губернатора Санкт-Петербурга и рассматривали бы разных кандидатов, то на что в первую очередь вы обратили бы внимание?*», причем респондентам предлагалось выбрать несколько (до 3-х) самых важных аспектов из 10 заданных на карточке (См. табл. 5.1.-1).

¹⁶ Авторы раздела – Задорин И.В., Шестопап Е.Б.

¹⁷ Шестопап Е.Б. Власть и лидеры в восприятии российских граждан. М., Весь мир. 2019, с. 411.

¹⁸ Автор подраздела – Задорин И.В.

Таблица 5.1-1. Если бы вы сейчас участвовали в голосовании на выборах губернатора Санкт-Петербурга и рассматривали бы разных кандидатов, то на что в первую очередь вы обратили бы внимание? (выбор не более 3-х самых важных аспектов из заданных на карточке)

Характеристики (аспекты)	Вся выборка	Возраст: от 65 лет и старше	Высшее образование	Допускают голос. за А.Беглова	Допускают голос. за А.Вишневого
Профессиональные и деловые качества (организаторские способности)	61%	64%	67%	63%	61%
Морально-нравственные характеристики	52%	47%	54%	47%	52%
Характер, темперамент, привычки («психологические» характеристики)	26%	17%	23%	23%	39%
Внешность, одежда, манера поведения	10%	12%	10%	9%	9%
Программа деятельности кандидата	34%	28%	40%	29%	30%
Политические ориентации (партийность)	14%	9%	11%	11%	13%
Биография, предыдущий опыт	33%	27%	36%	33%	39%
Возраст кандидатов	12%	5%	11%	13%	17%
Здоровье кандидатов	7%	12%	8%	10%	0%
Рейтинг (популярность) кандидатов	1%	2%	1%	2%	0%
Другое	3%	7%	5%	4%	0%
Затрудняются ответить	1%	2%	0%	1%	0%

Как и ожидалось, чаще всего респонденты в качестве важнейших аспектов личности политика выбирали его личные («собственные») характеристики: «Профессиональные и деловые качества (организаторские способности)», «Морально-нравственные характеристики», а также «Характер, темперамент, привычки («психологические» характеристики)», то есть характеристики, которые в известной степени зависят от самого человека, и которыми он, как предполагается, может управлять (совершенствовать). Еще одна компонента из этого же комплекса личных характеристик «Внешность, одежда, манера поведения» не получила достаточного числа голосов в качестве важной (хотя среди молодежной аудитории этот аспект назывался чаще).

Также довольно высокий процент в качестве важной получила категории «Программа деятельности кандидата» и «Биография, предыдущий опыт», то есть характеристики, которые уже не столько связаны непосредственно с личностью кандидата (как и «партийность»), сколько характеризуют его социальный статус, связи и траекторию жизненного пути в перспективе и ретроспективе. Вместе с тем, следует признать, что такие «социальные» характеристики, судя по декларациям респондентов, все-таки менее значимы при выборе кандидата, чем «личные».

Наконец, наименее значимой характеристикой респонденты считают «рейтинг» (популярность) кандидата.

Понятно, что в данном случае мы имеем дело не с реальными приоритетами при отборе предпочтительных кандидатов, а с декларируемыми, которые можно кратко определить известной формулой российской политической культуры - «*главное, чтобы человек был хороший*».

К тому же надо учитывать дефицитарный принцип ответов на вопросы о «важности» чего-либо: наиболее важными характеристиками (объектами, потребностями, ценностями и пр.) респонденты чаще называют те, которые в текущий момент являются для них неудовлетворенными («дефицитными»). Таким образом, можно признать, что в общественном запросе «на руководство» (политического лидерство) граждане прежде всего фиксируют дефицит положительных личностных качеств политиков.

5.2. Идеальный губернатор: каков он? Необходимые качества идеального градоначальника¹⁹

Образ идеального губернатора определялся в исследовании через вопрос «*Какими качествами должен в первую очередь обладать идеальный глава Санкт-Петербурга?*», причем он задавался респондентам в открытой форме (без заданных вариантов ответа). Таким образом, портрет идеального губернатора рисовался на основе палитры естественного языка рядовых избирателей. Причем респонденты отвечали на вопрос довольно активно (всего 6% затруднились с ответом, что очень немного для открытых вопросов), и язык описания атрибутов эталонного градоначальника получился довольно богатым. Это богатство доставляло определенные трудности при кодировании, в итоге исследователи сформировали 122 элементарных кода («буквосочетаний», встречающихся в ответах респондентов), описывающих соответствующие позитивные качества идеального губернатора, которые в свою очередь были объединены в 28 категорий. Статистика встречаемости в ответах респондентов указанных категорий представлена на рисунке 5.2.-1., демонстрирующей первую половину описания образа идеального губернатора – положительные качества.

Нетрудно видеть, что среди качеств идеального губернатора есть явные лидеры общественного запроса – *забота о людях, честность и ответственность (верность слову)*. Представленный рейтинг во многом соответствует данным ранее проведенных общероссийских исследований²⁰. Вместе с тем есть и специфика настоящего момента и конкретного города.

¹⁹ Автор подраздела – Шестопап Е.Б.

²⁰ См., например, «Качества власти. Восприятие и представления населения» / ЦИРКОН, 2011. http://www.zircon.ru/upload/iblock/21f/Kachestva_vlasti-2011_Analiticheskij_otchet_01.11.2011.pdf

Рисунок 5.2.-1. Желательные качества идеального градоначальника (доля упоминаний в % от всех респондентов)



Чтобы более обобщенно проанализировать полученные ответы, все эти качества были разделены на несколько групп: *внешность* (возраст, здоровье, поведенческие особенности и т.п.); *психологические* характеристики (коммуникабельность, ум, воля, интеллект и др.); *морально-нравственные* характеристики (честность, порядочность, заносчивость справедливость, чуткость, принципиальность и т.п.); *политические, деловые, профессиональные* характеристики (хозяйственник, партийная принадлежность, опыт профессиональной деятельности и пр.).

Общее соотношение разных категорий ответов выглядит следующим образом – см. табл. 5.2-2.

Таблица 5.2.-2. Характеристики образа идеального губернатора со знаком плюс

Класс характеристик	% респондентов
Внешность	1
Психологические качества	34
Моральные качества	30
Политические, деловые, профессиональные качества	44
<i>Затруднились с ответом</i>	8

Заметим, что сами вопросы об идеальном губернаторе не вызывали у опрошенных затруднений. Это говорит о том, что эталонные представления у респондентов вполне сформированы и имеют довольно устойчивый характер. В отличие от ситуативных установок, они быстро не меняются.

1. Внешность. Лишь единицы среди наших респондентов упомянули манеру поведения, возраст, здоровье и другие внешние особенности его образа. Так, один респондент (мужчина, 63 года) указал, что идеальный губернатор должен *«иметь хорошее физическое здоровье»*, а другой – (мужчина, 52 года) высказал любопытную мысль о том, что идеальный губернатор должен быть *«молодым, радостным, чтобы мог больше внимания уделять городу»*.

В наших предыдущих исследованиях образов реальных губернаторов внешние параметры образа всегда обсуждались. У кого-то они имели большой вес, у кого-то – меньший, но всегда фигурировали. К примеру, в образе В.И. Матвиенко на протяжении всего срока ее пребывания в этой должности внешность играла очень заметную роль. А вот в образе идеального губернатора Санкт-Петербурга они практически отсутствуют. Это может говорить о том, что в данный момент в отношении образа идеального губернатора, и со знаком плюс, и со знаком минус, внешность не работает как фактор отбора.

2. Психологические качества. Человеческие, психологические качества в образе идеального губернатора стоят на втором месте, они упомянуты примерно третью опрошенных. Среди психологических черт идеального губернатора это, *во-первых*, запрос на общечеловеческие добродетели: идеальный губернатор видится респондентам ответственным, заботливым, внимательным человеком.

Во-вторых, это коммуникативные способности. От идеального губернатора ждут не только понимания важности общения с гражданами, уважения к их мнению, налаживания диалога с ними, но и умения вести публичную полемику, наличие самостоятельных взглядов и независимых мнений. Это подтверждается и тем, что из пары: *«публичный-непубличный политик»* 70% опрошенных предпочтут открытого к коммуникации, публичного политика.

В-третьих, отдельная группа психологических характеристик связана с трудолюбием, активностью, энергичностью, деятельным характером идеального губернатора. И, наконец, *четвертая группа* психологических качеств связана с интеллигентностью, образованностью, толерантностью – с одной стороны, и жесткостью, требовательностью, пробивными способностями, умением рисковать – с другой. Как видим, эти наборы качеств противоречивы и в реальном губернаторе вряд ли совместятся, но в образе идеального лидера региона опрошенные хотят видеть и первое, и второе, и третье.

3. Моральные качества. Среди различных смысловых оттенков моральной составляющей образа идеального губернатора на первом месте стоят *честность* и *порядочность*, *наличие совести*. При этом, в последнее понятие опрошенные вкладывают необходимость выполнять данные им обещания. Отмечают они и ожидание *«честной победы на выборах»*.

Вторую категорию моральных качеств составляет *«неподкупность»*, *некоррупционированность* губернатора. Многие прямо говорят, что на этом посту они не хотят видеть *«вора»*.

Таким образом, моральная составляющая в образе идеального губернатора значима почти для трети опрошенных и будет играть важную роль при принятии ими электорального решения. Любые реальные факты или даже подозрения на нечестность, несамостоятельность или равнодушие к людям будет служить серьезным фильтром для избирателей.

4. Политические, деловые, профессиональные качества. Политические, деловые и профессиональные качества стоят на первом месте по значимости в образе идеального губернатора (44%). Хотя мы и объединили указанные характеристики в одну категорию, но вес каждой из ее составляющих у опрошенных весьма различен. С большим перевесом лидирует запрос на профессиональные, прежде всего хозяйственные аспекты роли идеального губернатора. Лишь изредка профессиональные качества сливаются в сознании респондентов с политическими. Так, например, женщина 58 лет дала емкую формулу идеального губернатора: *«Хозяйственник, царь»*. А другая опрошенная, 55 лет, определила идеального губернатора и как хозяйственника, и как политика. Но для большинства эта роль сводится лишь к первой части формулы: *хозяйственник*. При этом под понятием *«хозяйственник»* респонденты подразумевают вполне конкретные вещи, которыми губернатор должен заниматься: плохие дороги, проблемы малого бизнеса, слишком плотная застройка, плохая медицина, некомфортная городская среда, мало трамвайных путей и пр.

Более того, политические аспекты роли губернатора не просто не приветствуются, но и выступают для большей части респондентов барьером для избрания того кандидата, который решит использовать свой политический ресурс, будь это поддержка правящей партии или поддержка федерального центра, Президента. Другая же часть респондентов, напротив, подчеркивает, что губернатор должен быть *«политиком высокого уровня»*. Однако для большинства опрошенных важно, чтобы губернатор был внепартийным. Таких ответов на другой вопрос (дихотомия: партийный-беспартийный) оказалось в два с лишним раза больше (46% против 21%). При этом часть респондентов выражала свою нелюбовь к партии власти *«Единая Россия»*. Другой акцент в политических пристрастиях опрошенных связан с представлением о независимости губернатора от любой власти (58%), особенно от той, которая ассоциируется с *«Москвой»*.

5.3. Каким не должен быть губернатор. Неприемлемые качества градоначальника²¹

Образ идеального губернатора, безусловно, включает и качества, которые категорически не должны проявляться в эталонном лидере. В связи с этим представляемом исследовании респондентам задавался вопрос: «А какие качества совершенно неприемлемы для человека, претендующего на пост градоначальника?» (вопрос задавался также в открытой форме). На этот вопрос респонденты отвечали несколько менее активно (13% затруднились с ответом), чем про желательные качества, но количество элементарных кодов, описывающих соответствующие неприемлемые качества губернатора, оказалось чуть больше – 135. В итоге элементарные коды были объединены в 26 категорий. Статистика встречаемости в ответах респондентов указанных категорий представлена на рисунке 5.3.-1., демонстрирующей вторую половину описания образа идеального губернатора – неприемлемые негативные качества.

Рисунок 5.3.-1. Неприемлемые качества идеального градоначальника (доля упоминаний в % от всех респондентов)



²¹ Автор подраздела – Шестопап Е.Б.

Образ претендента на пост губернатора, неприемлемого для опрошенных, оказался отнюдь не зеркальным его положительному двойнику. Так, во-первых, больше респондентов не смогли дать ответ на этот вопрос (См. таблицу 5.3.-2). Во-вторых, значение отдельных характеристик для идеального и неприемлемого губернаторов имеет разный вес. Так, для позитивного образа на первом месте стоят политические, деловые и профессиональные характеристики, а для негативного – моральные качества.

Таблица 5.3.-2. Характеристики образа идеального губернатора со знаком минус

Класс характеристик	% респондентов
Внешность	1
Психологические качества	40
Моральные качества	45
Политические, деловые, профессиональные качества	17
<i>Затруднились с ответом</i>	11

1. Внешние характеристики еще меньше волнуют опрошенных в негативном образе губернатора, чем в позитивном. При этом среди неприемлемых черт были названы «старость», «плохое физическое здоровье», вредные привычки. Респонденты одновременно опасаются и слишком молодых, не имеющих опыта претендентов на должность губернатора: 45.9% предпочитают более опытного политика в годах, а 36.2% - молодого.

2. Неподобающие моральные качества в негативном образе занимают первое место. При этом опрошенные прямо говорят, что не хотели бы видеть в кресле губернатора вора и бандита. Это не просто нечестность, а очевидно, вполне конкретные воспоминания о реальной практике, когда граждане нередко сталкивались с «коррупцией», «взяточничеством», «алчностью» и «жаждой наживы» со стороны городской власти, которая «любила взять из бюджета лишнего». Отсюда ясное указание на неприемлемость губернатора, «привлекавшегося к уголовной ответственности».

3. Описание психологически неприемлемых качеств не только вышло в негативном образе на второе место (в отличие от третьего места в идеальном образе губернатора), но и является логическим продолжением перечисленных выше моральных дефектов власти. Опрошенные не приемлют «хамства» и «цинизма», «безразличия к нуждам граждан» и «халатности», «бездействия власти», ее «высокомерия» и «закрытости от людей». Список психологических черт этого типа лишь ненамного короче списка моральных уродств, описанных выше.

4. Поразительно, что число **политических дефектов** в образе идеального губернатора со знаком минус почти в 2,5 раза меньше, чем число описаний того, каким он должен быть. Это говорит о том, что большая часть опрошенных при оценке реальных кандидатов на этот пост будет руководствоваться не столько

партийными, политическими или идеологическими критериями, сколько критериями моральными и психологическими.

5.4. Приоритетные характеристики идеального губернатора²²

Помимо возможности свободно высказаться относительно желательных и, напротив, неприемлемых качеств идеального губернатора, респондентам предлагалось определиться относительно некоторых альтернативных качеств желательного губернатора. В 10-ти дихотомиях были зафиксированы некоторые важные признаки политического лидера, дифференцирующие избирателей по предпочтительному типу градоначальника. При этом указанные дихотомии отражали многие отмеченные в подразделе 5.1. важные характеристики кандидата в губернаторы: «деловые, профессиональные качества», «психологические характеристики», «политическую позицию», «биографические особенности» и т.п.

Таблица 5.4-1. Как вы думаете, какой глава нужен сейчас городу в первую очередь? ... Выберите из каждой пары противоположных качеств то, которое для вас более предпочтительно.

№	Первый вариант качества	Согласен с первым	з/о	Согласен со вторым	Второй вариант качества
1	Открытый к коммуникации, публичный политик, часто выступающий на телевидении, в интернете	70%	12%	18%	Нечасто появляющийся на публике политик, избегающий выступлений в СМИ
2	Нацелен на серьезные перемены, радикальные реформы	57%	11%	32%	Стремится к сохранению стабильности, преемственности
3	Спокойный, опытный человек «в годах»	46%	18%	36%	Энергичный, молодой человек
4	Является членом политической партии	21%	33%	46%	Беспартийный, не имеет партийных симпатий
5	Умеет сотрудничать с бизнесом, финансовыми и промышленными компаниями	67%	11%	22%	Дистанцируется от бизнеса, готов идти на конфликт с бизнес-структурами
6	Старается сотрудничать с любой властью	33%	9%	58%	Не боится быть в оппозиции любой власти
7	Новый человек во власти, ранее не работавший в органах государственного управления	27%	13%	60%	Человек с опытом работы в органах государственного управления
8	Жесткий руководитель, не допускает отступлений от принятых решений	30%	8%	62%	Гибкий руководитель, готовый к согласованиям и компромиссам
9	Человек, много лет проживший и проработавший в городе	78%	13%	9%	Новый человек в городе
10	Политик, имеющий тесные связи с Русской Православной Церковью	33%	28%	39%	Нерелигиозный политик, не имеющий связей с Русской Православной Церковью

²² Автор подраздела – Задорин И.В.

В таблице 5.4.-1 представлены процентные распределения ответов на вопрос о предпочтениях по 10-ти дихотомиям-качествам будущего главы города.

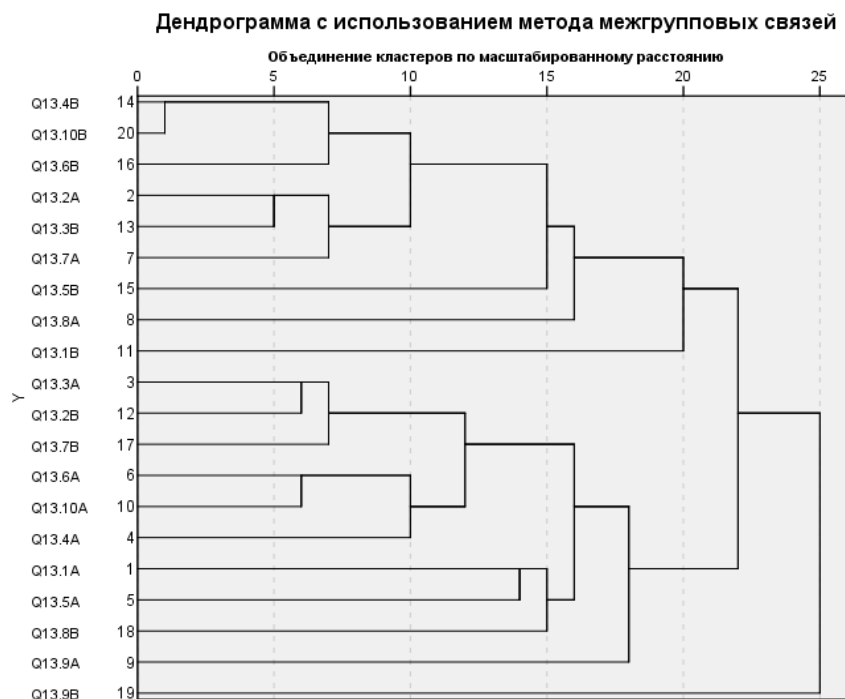
Следует сказать, что в 5-ти из 10-ти пар альтернативных качеств опрос показал явное доминирование (60% и более) одной из альтернатив, а именно большинство петербуржцев предпочитает «Человека, много лет прожившего и проработавшего в городе», «Открытого к коммуникации публичного политика, часто выступающего в СМИ», «Умеющего сотрудничать с бизнесом, финансовыми и промышленными компаниями», «Гибкого руководителя, готового к согласованиям и компромиссам», «Человека с опытом работы в органах государственного управления». Можно сказать, что политик, в образе которого явным образом будут зафиксированы черты такого опытного, общительного и склонного к сотрудничеству и согласию управленца, будет иметь ощутимые преимущества в электоральном соревновании за голоса петербуржцев.

По другим парам альтернатив ситуация не столь однозначна. Видно, что респонденты довольно серьезно разделены во мнениях относительно признаков «идеального губернатора». Особенно это характерно для вопроса о *возрасте* главы города и его *позиции по отношению к РПЦ* (последняя тема, судя по всему, является в Санкт-Петербурге в настоящее время конфликтогенной).

Понятно, что осознанный выбор тех или иных качеств (признаков) желательного градоначальника предполагает определенную связь между ними, которая в свою очередь определяет предпочтительный тип желаемого лидера как совокупность «близких» (комплементарных друг другу) качеств. Для определения указанной типологии были проведены процедуры кластерного анализа переменных-признаков с разными метриками и алгоритмами классификации. В результате обобщения различных эвристических процедур кластеризации была получена довольно устойчивая конфигурация этих признаков. Наиболее наглядно она проявлена в кластеризации с использованием коэффициента Юла, характеризующего связь между двумя бинарными переменными (см. рис. 5.4.-2).

Как видно из результатов кластерного анализа переменных, в пространстве заданных 10-ти альтернативных пар признаков (20 характеристик) фактически выявлено **два типа предпочтительного губернатора**. Оба эти типа включают в себя 4 общие характеристики, набирающие наибольшее число голосов (более 60%) и выделенные в таблице 5.4.-1 жирным курсивом. А далее первый тип включает 6 признаков, характеризующих по большей части «ориентацию на перемены» («опозиционный» тип характеристик, отмеченных розовым цветом), и второй тип - тоже 6 признаков, скорее характеризующих «ориентацию на стабильность и преемственность» («консервативный» тип характеристик, выделенных голубым фоном).

Рисунок 5.4.-2. Дендрограмма кластерного анализа переменных-признаков по вопросу о предпочтительных качествах главы города

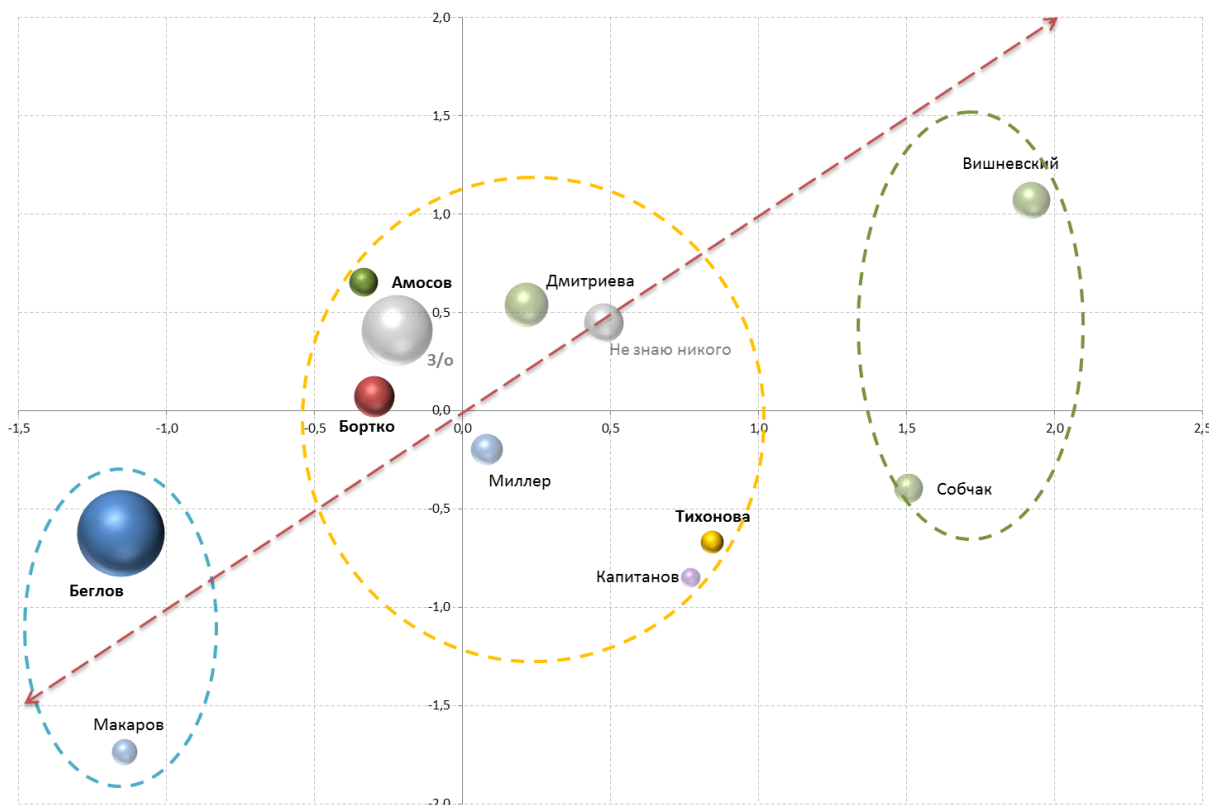


Из всей совокупности респондентов были выделены те, в ответах которых наблюдается превышение ответов первого типа («настрой на нового градоначальника»), и те, в ответах которых наблюдается превышение ответов второго типа («настрой на старого градоначальника»). Соотношение этих двух групп респондентов составило 34% к 27% (еще по 39% респондентам не выявлено очевидных предпочтений по типу идеального губернатора). Таким образом можно сказать, что электоральная база смены губернатора в городе явно присутствует.

Для каждого потенциального кандидата в губернаторы, по которым измерялся уровень симпатий, был построен его «характеристический профиль», представляющий собой вектор значений доли «симпатизантов» данного кандидата, предпочитающих ту или иную характеристику из набора 20-ти признаков. На основе корреляционной метрики близости «характеристических профилей» строилась матрица близости электоратов (по их восприятию «идеального губернатора»). На этой матрице была проведена процедура многомерного шкалирования, результаты которой приведены на рис. 5.4.-3.

Из результатов анализа, представленных на рис. 5.4.-3, можно предположить, что электораты двух полярно противоположных политиков – А. Беглова и Б. Вишневого - фактически относятся к группам респондентов с разным типом предпочитаемого губернатора. Данная гипотеза подтверждается сравнением характеристических профилей электоратов двух указанных политиков.

Рисунок 5.4.-3. Конфигурация электоральных групп по мере сходства образа предпочитаемого губернатора



Примечания к рисунку 5.4.-3.

1. Величина (площадь) кружка пропорциональна объему «мягкого» (потенциального) электората (раздел 6.).
2. Окраска кружка соответствует кластеру, к которому относится кандидат, исходя из близости электоратов, основанной на их пересечении (раздел 6.).

В табл. 5.4.-4 приведены доли сторонников каждого «полярного» политика (А.Беглов – Б.Вишневский), выбирающих ту или иную характеристику «идеального губернатора», которые, как нетрудно заметить, имеют обратную (отрицательную) корреляцию. В электорате А. Беглова чаще встречаются респонденты, предпочитающие черты «консервативного политика»: «Человек с опытом работы в органах государственного управления», «Спокойный, опытный человек «в годах», «Политик, имеющий тесные связи с РПЦ», «Старается сотрудничать с любой властью», «Стремится к сохранению стабильности, преемственности, Является членом политической партии». Напротив, в электорате Б. Вишневского доминируют респонденты, ориентированные на «нового губернатора»: «Не боится быть в оппозиции любой власти», «Нацелен на серьезные перемены, радикальные реформы», «Беспартийный, не имеет партийных симпатий», «Нерелигиозный политик, не имеющий связей с РПЦ», «Энергичный, молодой человек», «Новый человек во власти, ранее не работавший в органах государственного управления» (см. Табл. 5.4.-4, данные по всей выборке и отдельно в скобках по электоратам А.Беглова и Б.Вишневского).

Таблица 5.4.-4. Как вы думаете, какой глава нужен сейчас городу в первую очередь? ... Выберите из каждой пары противоположных качеств то, которое для вас более предпочтительно.

№	Первый вариант качества	Согласен с первым (голос. за Беглова – голос. за Вишневого)	з/о	Согласен со вторым (голос. за Беглова – голос. за Вишневого)	Второй вариант качества
9	Человек, много лет проживший и проработавший в городе	78% (82% - 70%)	13%	9% (7% - 16%)	Новый человек в городе
1	Открытый к коммуникации, публичный политик, часто выступающий на телевидении, в интернете	70% (75% - 84%)	12%	18% (16% - 10%)	Нечасто появляющийся на публике политик, избегающий выступлений в СМИ
5	Умеет сотрудничать с бизнесом, финансовыми и промышленными компаниями	67% (71% - 67%)	11%	22% (20% - 25%)	Дистанцируется от бизнеса, готов идти на конфликт с бизнес-структурами
8	Гибкий руководитель, готовый к согласованиям и компромиссам	62% (64% - 78%)	8%	30% (31% - 18%)	Жесткий руководитель, не допускает отступлений от принятых решений
6	Не боится быть в оппозиции любой власти	58% (50% - 77%)	9%	33% (41% - 19%)	Старается сотрудничать с любой властью
2	Нацелен на серьезные перемены, радикальные реформы	57% (49% - 84%)	11%	32% (42% - 10%)	Стремится к сохранению стабильности, преемственности
4	Беспартийный, не имеет партийных симпатий	46% (23% - 49%)	33%	21% (43% - 21%)	Является членом политической партии
10	Нерелигиозный политик, не имеющий связей с Русской Православной Церковью	39% (27% - 76%)	28%	33% (47% - 14%)	Политик, имеющий тесные связи с Русской Православной Церковью
3	Энергичный, молодой человек	36% (26% - 58%)	18%	46% (59% - 18%)	Спокойный, опытный человек «в годах»
7	Новый человек во власти, ранее не работавший в органах государственного управления	27% (21% - 48%)	13%	60% (71% - 38%)	Человек с опытом работы в органах государственного управления

Дополнительный комментарий к разделу (Е.Шестопа)

Как показал проведенный анализ, эталон, с которым избиратели будут сравнивать реальных претендентов на пост губернатора Санкт-Петербурга, вполне сложился и в его позитивной, и в негативной частях.

1. В отличие от образов руководителей других регионов, образ идеального губернатора Санкт-Петербурга в настоящее время практически не содержит упоминаний о манере поведения, здоровье, возрасте и других внешних характеристиках. Это может говорить

о том, что в данный момент в отношении образа идеального губернатора, и со знаком плюс, и со знаком минус, внешность не работает как фактор отбора.

2. О конкретных соискателях этой должности в Санкт-Петербурге избиратели будут судить в первую очередь по их моральным качествам. Примечательно, что до этого ни в одном регионе, где коллектив исследователей под руководством проф. Е.Шестопаля изучал образы реальных губернаторов, такого числа упоминаний о коррумпированности, воровстве и непорядочности, переходящих черту не только моральных норм, но и закона, не встречалось. Нельзя однозначно утверждать, что это связано исключительно с местным контекстом, а не отражает, в том числе, общероссийские изменения в настроениях избирателей. Тот факт, что запрос на порядочность, ответственность и отсутствие судимостей, особенно остро проявился в образе идеального губернатора со знаком «минус», может означать, что этот параметр будет играть роль реального электорального фильтра.

3. Центральным требованием к психологическим характеристикам образа губернатора выступает наличие у претендента ответственности и заботы о городе и людях. Этот факт заслуживает внимания, так как в отношении других типов политических ролей (президенты, депутаты, лидеры партий и т.п.) и в отношении всех реальных губернаторов, образы которых изучались ранее, эти качества ни разу не занимали такого места, как в данном исследовании. Можно высказать гипотезу, что именно в последнее время, когда на российских граждан обрушились весьма пренебрежительные высказывания чиновников в отношении общества, общество ответило на это запросом на «умение слушать народ», «способность «выходить к людям разговаривать», «внимание к обращениям людей» и т.д. На предстоящих выборах от претендентов как никогда потребуется демонстрация навыков публичных политиков, умение вступать в диалог с гражданами, проявлять открытость и искренность.

4. Выборы пройдут в очень сложном политическом контексте. Исследование показало, что любые политические, идеологические, партийные факторы считаются большей частью гражданами как раздражающий фактор. Идеальный губернатор Санкт-Петербурга по этому параметру выглядит весьма противоречиво: с одной стороны, он, по определению, не может не быть политиком, причем крупным. С другой стороны, - любое упоминание о его поддержке центром, связи с действующей властью, правящей партией, «зависимостью» от «Москвы», тут же делают его нежелательным для избирателей Петербурга.

5. Общий вывод о состоянии массового политического сознания состоит в том, что избиратели расколоты в политическом отношении: если для одних идеальный губернатор не должен быть из команды Путина или из Единой России, то для других как раз Путин выступает в качестве образца для подражания. Эта расколотость массового сознания по политическим вопросам провоцирует рост тревожности, которая в свою очередь делает политическое поведение вообще, и электоральное в особенности, неустойчивым, трудно предсказуемым, плохо контролируемым и приводящим к парадоксальным результатам. В отрицании респондентами политического содержания данной роли сказывается общая усталость от политики вообще и от той региональной политики, которая формировалась в городе в течение всего пост-советского периода.

6. Идеальный губернатор должен по возможности быть уроженцем Санкт-Петербурга и любить этот город. И хотя, количественно число таких ответов не так велико, но по сравнению с другими темами, которые возникали в ответах, тема чужаков, особенно присланных центром, явно будоражит опрошенных. Противопоставление Петербурга Москве проходит лейтмотивом в их сознании. От идеального губернатора ожидают проявления политической самостоятельности – с одной стороны, и умения договариваться с центром – с другой. Во всех случаях из всех характеристик этого блока хозяйственные и профессиональные качества ценятся горожанами намного выше политических.

7. Сказанное позволяет предположить, что для действующего и.о. губернатора выборы будут непростыми. Сомнения опрошенных в честности выборов делают эти выборы весьма сложными и для их организаторов, и для участников.

6. Перспективы выборов 8 сентября²³

Электоральная ситуация на момент опроса (за пару месяцев до голосования) представляется достаточно определенной. Существует явный лидер – врио губернатора Санкт-Петербурга Александр Беглов, а остальные допущенные кандидаты: депутат Законодательного собрания Санкт-Петербурга Михаил Амосов, выдвинутый от «Гражданской платформы»; депутат Государственной Думы, кинорежиссер Владимир Бортко, выдвинутый от КПРФ; и депутат Законодательного собрания Санкт-Петербурга Надежда Тихонова, которую выдвинула «Справедливая Россия», - больших шансов на успех не имеют.

6.1. Декларируемое участие

Большинство опрошенных петербуржцев (72,3%) заявляет, что готово принять участие в выборах 8 сентября (Таблица 6.1.-1).

Таблица 6.1.-1. В сентябре 2019 года состоятся выборы губернатора Санкт-Петербурга. Скажите, вы будете участвовать в голосовании или нет?

	% респондентов
Совершенно точно не буду	8
Скорее всего, не буду	4
Может быть буду, может быть нет, еще не решил	13
Возможно, буду	24
Совершенно точно буду	49
Затрудняюсь ответить, отказ от ответа	3

Более склонны говорить, что *«совершенно точно буду»* голосовать респонденты предпенсионного возраста (55-64 лет), а *«возможно, буду»* - молодежь в возрасте от 25 до 34 лет. Вариант *«совершенно точно не буду»* наиболее характерен для малообеспеченных жителей города, кто заявляет, что *«денег не хватает даже на питание»*. «Не удовлетворенные» ситуацией в городе также склонны категорически отрицать свое возможное участие, *«скорее не удовлетворенные»* – скорее не готовы и голосовать; а те, кто не определился с оценкой положения дел в Петербурге (*«чем-то не удовлетворен, чем-то удовлетворен»*) также склонны выбирать средний вариант готовности к голосованию (*«может быть буду, может быть нет, еще не решил»*).

Проживание по месту регистрации как фактор электоральной активности

Электоральная активность на выборах 8 сентября связана еще и с тем, насколько доступен (близок) избирательный участок, к которому приписан

²³ Автор раздела – Добромелов Г.В., анализ данных – Задорин И.В.

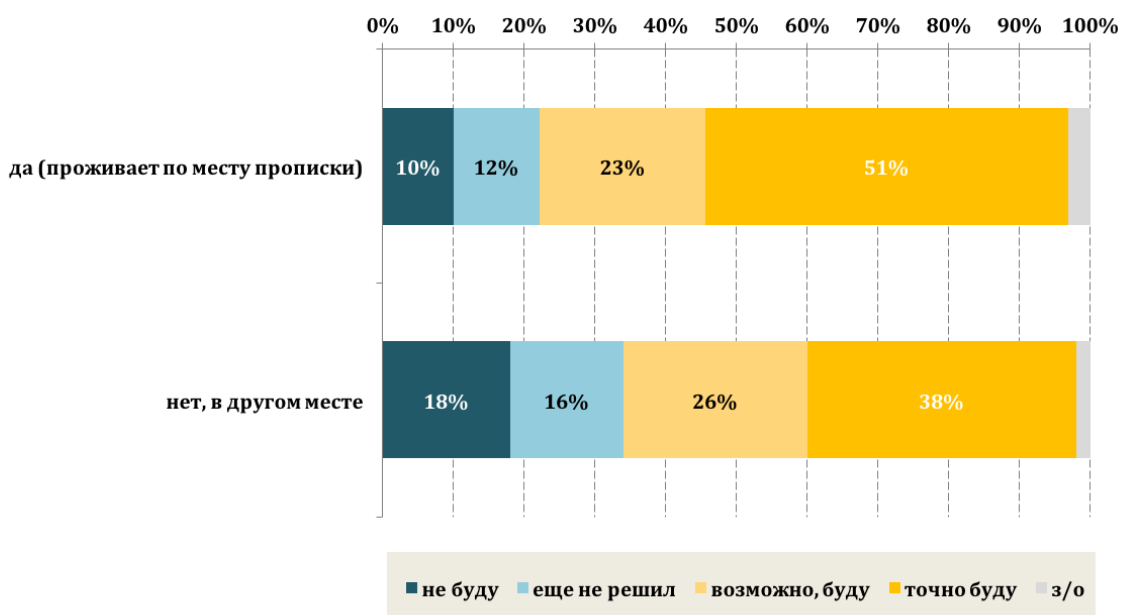
избиратель, с фактическим местом проживания гражданина. А в Санкт-Петербурге, судя по данным опроса, у 16% избирателей эти места не совпадают (см. табл. 6.1.-2).

Таблица 6.1.-2. Скажите, вы живете там же, где зарегистрированы как избиратель, или в другом месте? И если в другом месте, то где - в этом же районе или в другом?

	% респондентов
да (проживает по месту прописки)	84
нет, в другом месте – в этом же районе	6
нет, в другом месте – в другом районе, другом населенном пункте	9
затрудняюсь ответить, отказ от ответа	1

Вместе с тем заметно влияние данного фактора на электоральную активность. У тех горожан, которые живут не в месте их регистрации, вероятность прихода на избирательный участок примерно в 1,5 раза ниже (см. табл. 6.1.-3).

Рисунок 6.1.-3. Зависимость декларируемого потенциала участия в голосовании от места проживания



6.2. Потенциальный объем электоратов

В исследовании целенаправленно использовался не жесткий рейтинг кандидатов с вопросом «За кого бы вы проголосовали, если бы выборы состоялись в ближайшее воскресенье?» (предполагающий однозначный выбор), а т.н. «мягкий» с возможным выбором нескольких кандидатов. Причем в список были

включены как те, кто на момент опроса уже заявил о своем участии, так и те, кто не заявлял или уже отказался.²⁴

Явным лидером симпатий петербуржцев является А. Беглов (Таблица 6.2-1.), который почти в четыре раза опережает идущую второй депутата Законодательного собрания Санкт-Петербурга О. Дмитриеву, не ставшую выдвигать свою кандидатуру. Еще один депутат Законодательного собрания Санкт-Петербурга Б. Вишневский (выдвинувшийся, но не прошедший муниципальный фильтр), чуть отстал от занявшего третью позицию в рейтинге В. Бортко. Примечательно, что более трети избирателей города (38%) на момент опроса не определились со своими предпочтениями.

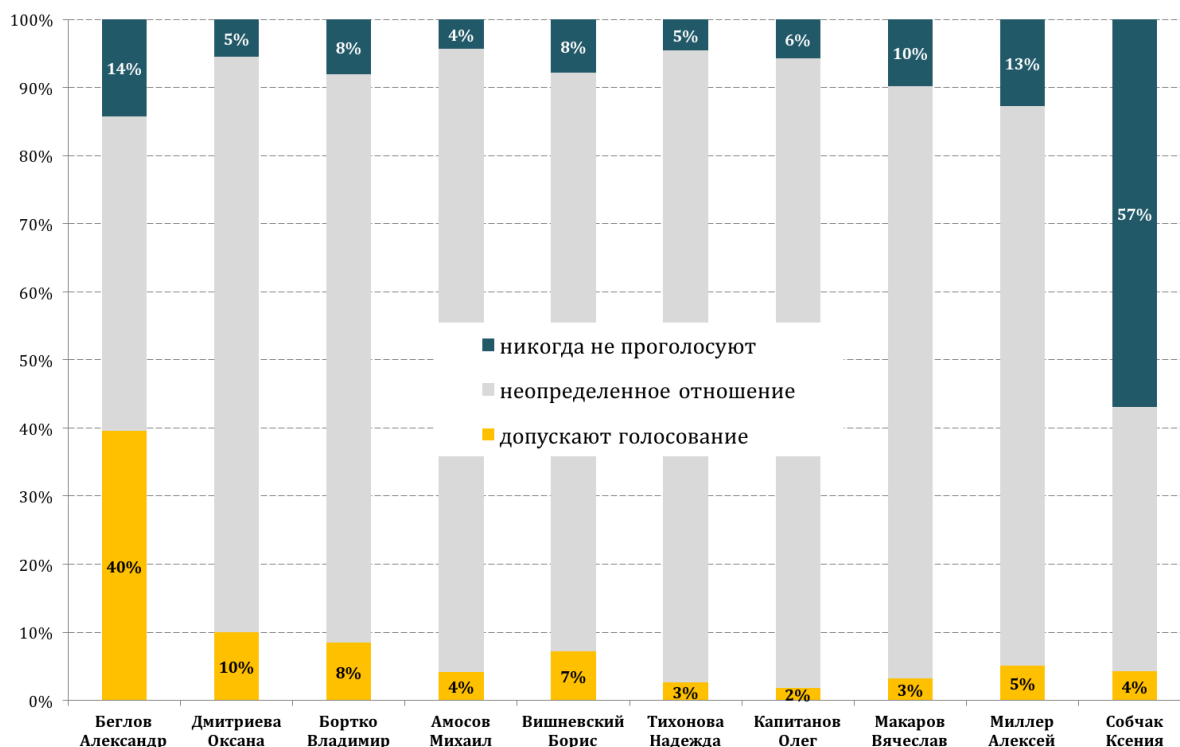
Лидером же антирейтинга (т.е. избиратели не считают возможным проголосовать за кандидата ни при каких условиях) является телеведущая и политик К. Собчак, которой отказывают в возможности голосования за нее почти 60% жителей города. А. Беглов оказался в этом рейтинге на втором месте, при этом соотношение его рейтинга и антирейтинга - достаточно неплохое (3 к 1). Таким образом, превышение рейтинга над антирейтингом наблюдается только у А.Беглова (3:1) и О.Дмитриевой (2:1) (см. также рис. 6.2.-2).

Таблица 6.2.-1. Сейчас я зачитаю вам имена возможных кандидатов в губернаторы, а вы скажите, за кого из них вы лично допускаете возможность проголосовать, если будете участвовать в выборах? А за кого из них вы не проголосуете ни при каких обстоятельствах?

	Допускают голосование % респондентов	Никогда не проголосуют % респондентов
Беглов Александр	40%	14%
Дмитриева Оксана	10%	5%
Бортко Владимир	8%	8%
Амосов Михаил	4%	4%
Вишневский Борис	7%	8%
Тихонова Надежда	3%	5%
Капитанов Олег	2%	6%
Макаров Вячеслав	3%	10%
Миллер Алексей	5%	13%
Собчак Ксения	4%	57%
<i>Не знаю никого</i>	8%	5%
<i>Затрудняюсь ответить</i>	26%	19%
<i>Отказ от ответа</i>	4%	3%

²⁴ Те или иные имена включались в список на основании того, что в разное время в СМИ и экспертном сообществе обсуждалась возможность их участия в выборах.

Рисунок 6.2.-2. Потенциал электорального роста для разных кандидатов

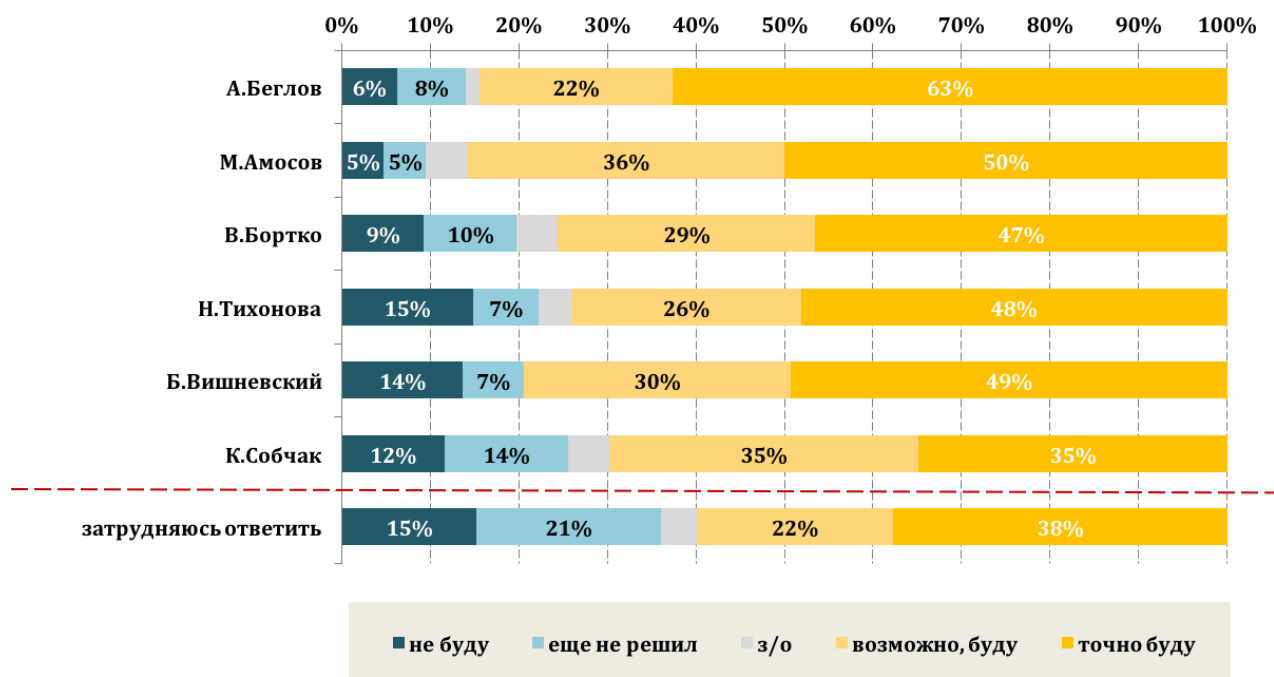


Для кандидатов, которые в итоге оказались в списке для голосования, отдельно были рассмотрены социально-демографические группы, склонные и не склонные голосовать за них. Оказалось, ни М. Амосов, ни В. Бортко, ни Н. Тихонова не обладают значимой спецификой электората. Только для представителя «Гражданской платформы» чуть более значимой является группа тех, кто скорее не удовлетворен ситуацией в городе.

А вот у А. Беглова электоральная база сторонников и противников (тех, кто не готов его поддержать) является более определенной. Его чаще, чем в среднем по выборке, поддерживают женщины, люди старшего поколения (от 65 и старше), лица со средним специальным образованием, удовлетворенные ситуацией в городе, а также те жители, кому «на питание денег хватает, но не хватает на одежду и обувь». В свою очередь реже готовы голосовать за врио губернатора мужчины, молодежь (от 18 до 35), респонденты с высшим образованием и представители крайних по уровню дохода групп («денег не хватает даже на питание» и «материальных затруднений не испытываем»).

Электорат А. Беглова также является весьма мобилизованным - 85% тех, кто допускают голосование за него, заявляют о готовности принять участие в выборах 8 сентября (Рисунок 6.2.-3.). В электоратах его оппонентов реже заявляют о готовности прийти на избирательные участки (особенно, это касается электоратов не участвующих в выборах Б.Вишневского и К.Собчак). Но важно, что и среди затруднившихся определить свои симпатии 60% заявляют о той или иной степени готовности прийти на избирательные участки.

Рисунок 6.2.-3. Потенциал участия в выборах для электората разных кандидатов



6.3. Близость и пересечение электоратов. Возможные перетоки

Поскольку исследование в первую очередь было нацелено не на прогнозирование результатов выборов 8 сентября, а на определение текущего состояния электорального поля – характеристик кандидатов и соотнесения их с образами идеального губернатора Санкт-Петербурга, была предпринята попытка определить взаимную близость и пересечение электоратов возможных кандидатов.

Для каждого респондента был построен индекс отношения к каждому потенциальному кандидату в губернаторы как разницу между значениями бинарных переменных - ответа на вопрос «за кого вы допускаете голосование» и ответа на вопрос «за кого никогда не проголосуете» (т.о. индекс принимает значения = 1, 0, -1, характеризующее отношение респондента к кандидату). На основе корреляционной метрики строилась матрица близости электоратов (фактически по сходству электората/антиэлектората). На этой матрице корреляций выборов/антивыборов каждой пары кандидатов осуществлены процедуры кластерного анализа (см. рис. 6.3.-1) и многомерного шкалирования (см рис. 6.3.-2).

Результаты многомерного шкалирования достаточно четко выявили две шкалы оценки кандидатов – «власть-оппозиция» и «правые-левые» (на рисунке рис. 6.3.-2. это соответственно горизонтальная и вертикальная оси в соответствии с результатами процедуры многомерного шкалирования).

Рисунок 6.3.-1. Кластеризация электоратов на основе их близости (пересечения)

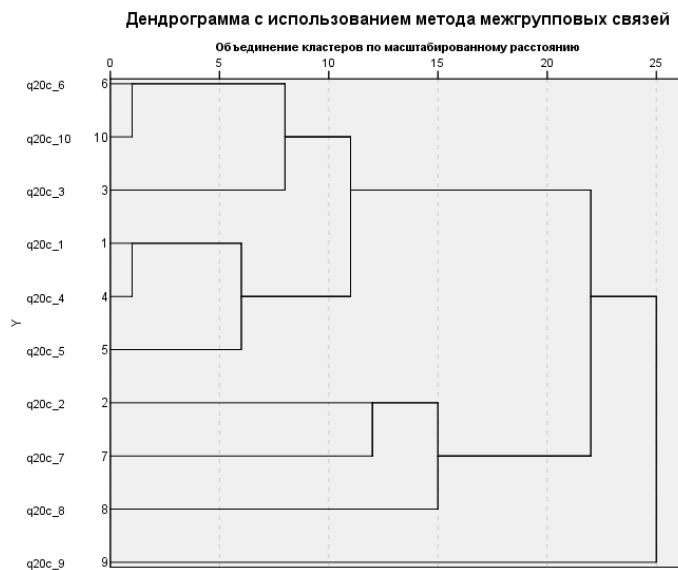
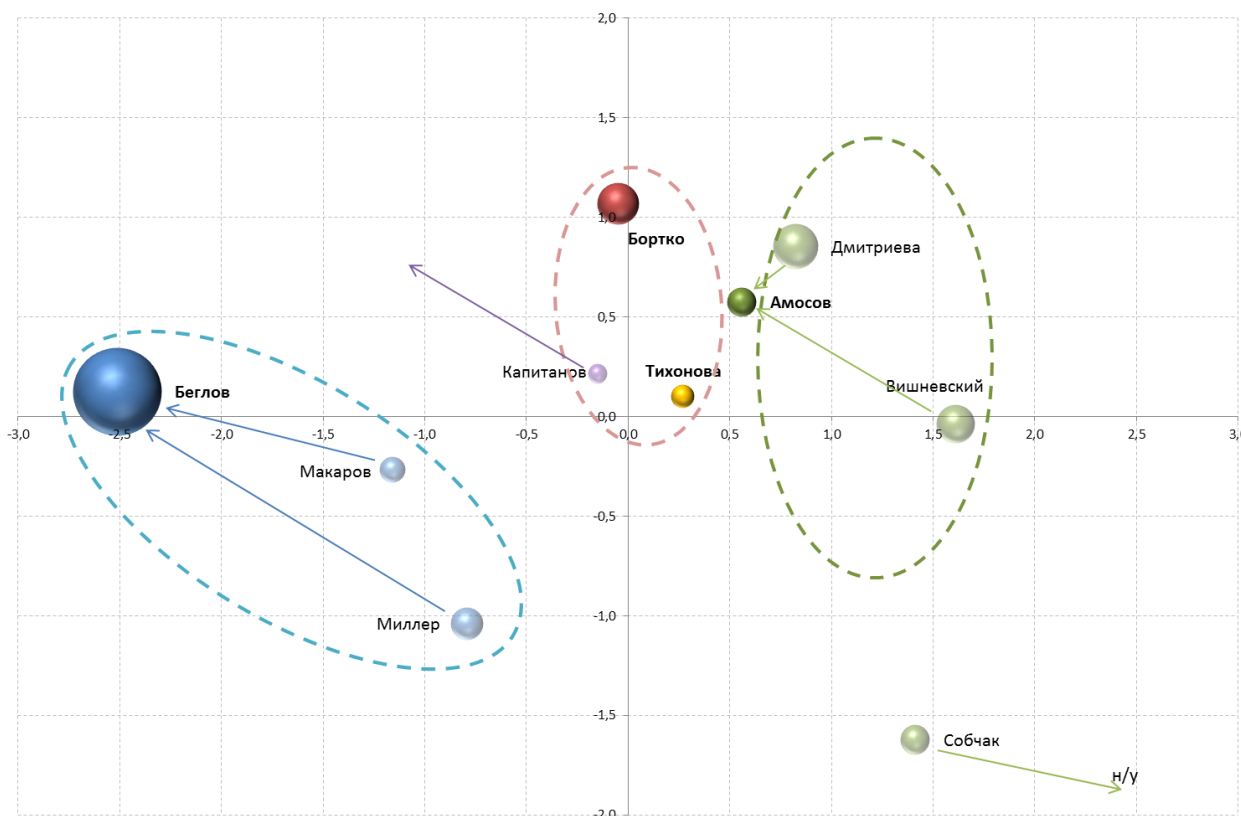


Рисунок 6.3.-2. Взаимная близость электоратов (пересечения)



Примечания к рисунку 6.3.-2.

1. Диаграмма представляет собой результат многомерного шкалирования матрицы близости электоратов, построенной на корреляционной метрике ρ .
2. Величина (площадь) кружка пропорциональна объему «мягкого» (потенциального) электората.
3. Окраска кружка соответствует кластеру, к которому относится кандидат (см. также ограничивающие окружности).

Результаты опроса показывают, что А. Беглов является доминирующей фигурой на «провластном» поле и в глазах жителей позиционирован как центристский кандидат без четкой идеологической повестки. В наибольшей степени к его электорату близок электорат спикера Законодательного собрания Санкт-Петербурга и лидера городского отделения «Единой России» В. Макарова. Т.е. как бы ни отделяли врио губернатора от партии, он попадает в традиционную нишу для единороссов.

На крайне правом поле оказались председатель правления «Газпрома» Алексей Миллер, который ассоциируется у петербуржцев с «правой» риторикой, и К.Собчак. Но если потенциальный избиратель руководителя госкорпорации тяготеет к А.Беглову, то электорат дочери первого губернатора Петербурга – оппозиционен.

Представитель КПРФ В. Бортко ожидаемо оказался на противоположном полюсе – левом. При этом для избирателей он не находится в оппозиции. Даже электорат Н.Тихоновой, находящейся практически в самом центре, чуть более оппозиционен.

Наибольшим оппозиционером в глазах петербуржцев является Б. Вишневский, что ожидаемо с учетом его большой активности в СМИ. При этом депутат «Яблока» (как и партия в целом в последние годы) находится в центристской позиции: по ряду вопросов демонстрируя левую риторику, по ряду – правую. Близок к нему и электорат О.Дмитриевой, которая, напротив имеет четкую левую ориентацию в глазах петербуржцев, вопреки даже своему членству в определяющей себя как абсолютно правая «Партии Роста».

М. Амосов оказался практически единственным (вместе с К.Собчак) из списка кандидатов, который не попадал четко ни в одно из облаков тяготения. На разных процедурах кластеризации он оказывался то в одной, то в другой группе. При этом его общее позиционирование также не удивительно – менее оппозиционный, чем Б. Вишневский, и более «левый» («традиционное» Яблоко 90х гг.).

Исходя из выявленной в рамках опроса близости электоратов, можно допустить определенное перетекание электоратов политиков, не участвующих в предвыборной гонке. А именно: голоса сторонников О.Дмитриевой и Б.Вишневского с большой вероятностью перейдут М.Амосову, сторонники А.Миллера и В.Макарова – проголосуют за А.Беглова, сторонники К.Собчак и О.Капитанова по большей части могут просто проигнорировать выборы.

На основе анализа данных о качествах предпочтительного губернатора (см. раздел 5 настоящего отчета) можно предположить, что голоса неопределившихся к моменту опроса с большой вероятностью распределятся пропорционально голосам определившихся избирателей (см. рис. 5.4.-4).

6.4. Рейтинг ожиданий

Возможное перераспределение голосов неопределившихся какой-либо интригой не обладает. Несмотря на то, что А. Беглов обладает наименьшей зоной неопределенного отношения к нему со стороны жителей Петербурга (Рисунок 6.2.-2.), именно он скорее всего станет бенефициаром перетекания голосов тех, кто склонен определяться прямо на избирательном участке, в силу его явного доминирования как наиболее ожидаемого победителя. (Таблица 6.4.-1.)

Почти 60% жителей города уверены, что именно врио губернатора победит на выборах. Этого, в совокупности с микроскопическими (в глазах петербуржцев) шансами его оппонентов, вполне может хватить для уверенной победы в первом туре голосования 8 сентября.

Таблица 6.4.-1. А кто из них, по вашему мнению, победит на выборах в сентябре?

Кандидат	% респондентов
Беглов Александр	59,8
Макаров Вячеслав	1,2
Амосов Михаил	0,9
Миллер Алексей	0,8
Собчак Ксения	0,8
Бортко Владимир	0,6
Вишневский Борис	0,6
Дмитриева Оксана	0,4
Капитанов Олег	0,3
Тихонова Надежда	0,3
<i>Не знаю никого</i>	4,5
<i>Затрудняюсь ответить</i>	27,3
<i>Отказ от ответа</i>	2,6

Заключение. Основные выводы

Одной из основных задач настоящего исследования было определение параметров актуальной предвыборной ситуации в Санкт-Петербурге – как со стороны спроса (представления горожан об основных городских проблемах и о том, каким должен быть губернатор), так и со стороны предложения (возможные кандидаты на этот пост). Кроме того, выявлены общие параметры того, как горожане воспринимают общую ситуацию в Петербурге и оценивают свое личное положение, каковы их источники информации о положении дел. Исследование в первую очередь было нацелено не на прогнозирование результатов выборов 8 сентября, а на определение текущего состояния электорального поля – характеристик кандидатов и соотнесения их с образами идеального губернатора Санкт-Петербурга. Были получены ответы относительно отдельных предпочтительных (и неприемлемых) черт и характеристик желательного губернатора, выявлены типовые образы идеального градоначальника в представлении горожан.

Ситуация в городе, по оценкам жителей, в целом выглядит достаточно благополучной, а свое собственное положение горожане оценивают как скорее стабильное и более или менее благополучное. Так, большинство горожан (примерно две трети) удовлетворены ситуацией в Петербурге, а вероятность участия в выборах выше среди людей с хорошим социальным самочувствием.

По тому, какие проблемы больше всего волнуют горожан, сегодня Петербург приближается ко многим современным столицам и мегаполисам. На первые места выходят проблемы, связанные с качеством среды: благоустройство, экология, дороги и общественный транспорт, социальная инфраструктура, градостроительство, качество жизни в новых районах. Горожан все больше занимает и проблема мусора в разных аспектах – тема его раздельного сбора и последующей переработки, чистота улиц и дворов. То, что ЖКХ, экономические проблемы или «мигранты» – уже не главные для петербуржцев, можно считать новым и важным результатом.

Основными источниками информации о городских событиях, о кандидатах в губернаторы в частности, являются интернет и телевидение, причем интернет даже в большей степени. Доля респондентов, получающих информацию от телевидения, заметно ниже, чем в среднем по России, что, в принципе, характерно для мегаполисов. При этом электорат врио губернатора отличается более консервативным медиапотреблением, с преобладанием телевизионной информации, а высокую степень интернет-включенности демонстрируют респонденты, которые допускают возможность голосования за кандидатов, ассоциирующихся с оппозицией.

Важным параметром, определяющим восприятие и электоральное поведение граждан, является наличие в сознании людей определенных *эталонных представлений*, с которыми горожане перед выборами сопоставляют

реальных кандидатов. В идеальный образ граждане вкладывают прежде всего те характеристики, которых, по их мнению, недостает реальным прототипам. Однако в данном случае мы имеем дело не с реальными приоритетами при отборе предпочтительных кандидатов, а с декларируемыми, которые можно кратко определить известной формулой российской политической культуры - *«главное, чтобы человек был хороший»*. К тому же наиболее важными характеристиками респонденты чаще называют те, которые в текущий момент являются для них неудовлетворенными. Таким образом, в общественном запросе на политическое лидерство граждане прежде всего фиксируют дефицит положительных личностных качеств политиков. На первом месте по значимости в образе идеального губернатора стоят деловые и профессиональные качества. При этом с большим перевесом лидирует запрос на профессиональные, прежде всего хозяйственные, аспекты. Лишь изредка профессиональные качества сливаются в сознании респондентов с политическими, для большинства опрошенных важно, чтобы губернатор был внепартийным. Среди личных психологических и моральных качеств идеального губернатора есть явные лидеры общественного запроса – *забота о людях, честность и ответственность (верность слову)*.

Если для позитивного образа на первом месте стоят деловые и профессиональные характеристики, то для негативного – моральные качества (прежде всего – нечестность).

Опрос показал, что большинство петербуржцев предпочитает *«человека, много лет прожившего и проработавшего в городе»*, *«открытого к коммуникации публичного политика, часто выступающего в СМИ»*, *«умеющего сотрудничать с бизнесом, финансовыми и промышленными компаниями»*, *«гибкого руководителя, готового к согласованиям и компромиссам»*, *«человека с опытом работы в органах государственного управления»*. Можно сказать, что политик, в образе которого явным образом будут зафиксированы черты такого опытного, общительного и склонного к сотрудничеству и согласию управленца, будет иметь ощутимые преимущества в электоральном соревновании за голоса петербуржцев.

В результате кластерного анализа выявлено два типа предпочтительного губернатора. Первый тип включает признаки, характеризующие по большей части «ориентацию на перемены» («оппозиционный» тип характеристик), и второй тип - признаки, характеризующие «ориентацию на стабильность и преемственность» («консервативный» тип характеристик). Из всей совокупности респондентов были выделены те, в ответах которых наблюдается превышение ответов первого типа («настрой на нового градоначальника»), и те, в ответах которых наблюдается превышение ответов второго типа («настрой на старого градоначальника»). Соотношение этих двух групп респондентов составило 34% к 27%. Таким образом можно сказать, что социальная база смены губернатора в городе явно присутствует.

Электоральная ситуация на момент опроса представляется достаточно определенной. Существует явный лидер – А.Беглов, а остальные допущенные

кандидаты - М.Амосов, В. Бортко, Н.Тихонова - больших шансов на успех не имеют. Хотя большинство опрошенных заявляют о намерении принять участие в выборах, опыт предшествующих предвыборных опросов и прогнозов на их основе показывает, что реальная явка, как правило, существенно ниже декларируемой. Тем более, на выборах регионального уровня, в отсутствие явных стимулов (как позитивных, так и негативных), явка, как правило, невысока.

Электорат А. Беглова является весьма мобилизованным (подавляющее большинство тех, кто допускают голосование за него, заявляют о готовности принять участие в выборах 8 сентября), а потенциальные избиратели его оппонентов реже готовы голосовать. Но важно, что на выборы могут прийти многие, кто может принять решение о том, за кого голосовать, лишь в последний момент. На основе анализа данных о качествах предпочтительного губернатора можно предположить, что голоса неопределившихся с большой вероятностью распределятся пропорционально голосам определившихся избирателей. Несмотря на то, что А. Беглов обладает наименьшей зоной неопределенного отношения к нему со стороны жителей Петербурга, именно он, скорее всего, станет бенефициаром перетекания голосов тех, кто склонен определяться прямо на избирательном участке, в силу его явного доминирования как наиболее ожидаемого победителя. Почти 60% жителей города уверены, что именно врио губернатора победит на выборах. Этого, в совокупности с микроскопическими (в глазах петербуржцев) шансами его оппонентов, вполне может хватить для уверенной победы в первом туре голосования 8 сентября.

Общее распределение кандидатов в электоральном поле говорит о том, что команда А. Беглова провела хорошую работу по определению удобных спарринг-партнеров. Все три оппонента находятся приблизительно в одной электоральной нише, скорее забирая голоса друг у друга, чем у врио губернатора. При этом на право-оппозиционном поле, традиционно значимом для петербуржцев, после отказа в регистрации Б.Вишневскому ни осталось ни одного кандидата.

Необходимо также отметить, что если А. Беглов привлек в свой электорат около 55% избирателей, ориентированных на консервативный тип «идеального губернатора», то Б. Вишневский рекрутировал в ряды своих сторонников менее 15% избирателей, ориентированных на «оппозиционный» тип «идеального губернатора». Иными словами, можно сказать, что у довольно большой группы петербуржцев, явно декларирующих запрос на «нового» губернатора, в настоящее время просто отсутствует приемлемое для них политическое предложение.

Приложение 1. Анкета опроса

См. отдельный документ на сайте <https://openopinion.ru/>

Приложение 2. Таблицы распределений ответов респондентов

См. отдельный документ на сайте <https://openopinion.ru/>

Приложение 3. Методический отчет о реализованной выборке

См. отдельный документ на сайте <https://openopinion.ru/>