

# Межрегиональный электоральный мониторинг - 2007 (2 волна)



## Описание исследования

**Цель проекта** – изучение территориальной (региональной) дифференциации партийно-электоральных предпочтений россиян в преддверии выборов в Государственную Думу РФ 2 декабря 2007 г.

Проект продолжает аналогичные исследования Группы «7/89», проведенные в 2003-2004 годах (см. <http://www.789.ru/new/projects/>).

### Методы исследования (способы сбора данных):

- формализованное интервью по месту жительства (квартирный опрос);
- формализованное интервью по телефону (в отдельных случаях).

**Каждый региональный участник проекта включает согласованный вопросник в свои регулярные опросы 2 раза в течение 2007 года.**

	Сроки	Количество регионов	Объем выборки
<b>1 волна</b>	май 2007 г.	14	8535
<b>2 волна</b>	октябрь 2007 г.	19	9709

## География исследования

	Федеральный округ	Регион, город	Объем выборки	Тип опроса (тел., уличный, кварт.)	Участник
1.	Северо-Западный	Архангельская обл. г. Архангельск	500	кварт.	Центр социологических и маркетинговых исследований «Форис»
2.	Северо-Западный	Новгородская обл. г. Великий Новгород	400	кварт.	Консультационно-маркетинговый центр «Редан»
3.	Северо-Западный	Вологодская область	1500	Кварт.	Центр социально-экономических исследований
4.	Северо-Западный	Калининградская обл. г. Калининград	500	Кварт.	Калининградский социологический центр
5.	Северо-Западный	г. Санкт-Петербург	600	Тел.	Агентство Социальной Информации
6.	Центральный	г. Москва	400	Тел.	Агентство «Маркетдэйта»
7.	Центральный	Воронежская обл. г. Воронеж	600	Кварт.	Институт общественного мнения «Qualitas»
8.	Центральный	Тверская область	1500	Кварт.	
9.	Центральный	Тульская область	1500	Кварт.	
10.	Южный	Волгоградская обл. г. Волгоград	400	Тел.	Компания «Аналитик»
11.	Приволжский	Самарская обл. г. Самара	1000	Кварт.	Фонд социальных исследований
12.	Приволжский	Саратовская обл. г. Саратов	400	Кварт.	КОМКОН-Саратов
13.	Приволжский	Пермская обл. г. Пермь	500	Кварт.	Компания «Коммерческие консультации и исследования»
14.	Приволжский	Татарстан г. Казань	1500	Кварт.	Центр аналитических исследований и разработок
15.	Приволжский	Башкирия г. Уфа	500	Тел.	Центр изучения общественного мнения «Симакс»
16.	Уральский	ЯНАО г. Надым ЯНАО	1500	Тел.	Фирма «Горизонт-М»
17.	Уральский	Челябинская обл. г. Челябинск	400	Кварт.	Уральский аналитический центр
18.	Сибирский	Омская область г. Омск	700	Кварт.	Компания «ГЭПИЦентр-П»
19.	Сибирский	Красноярский край г. Красноярск	400	Кварт.	«Фонд Общественное Мнение - Красноярск»

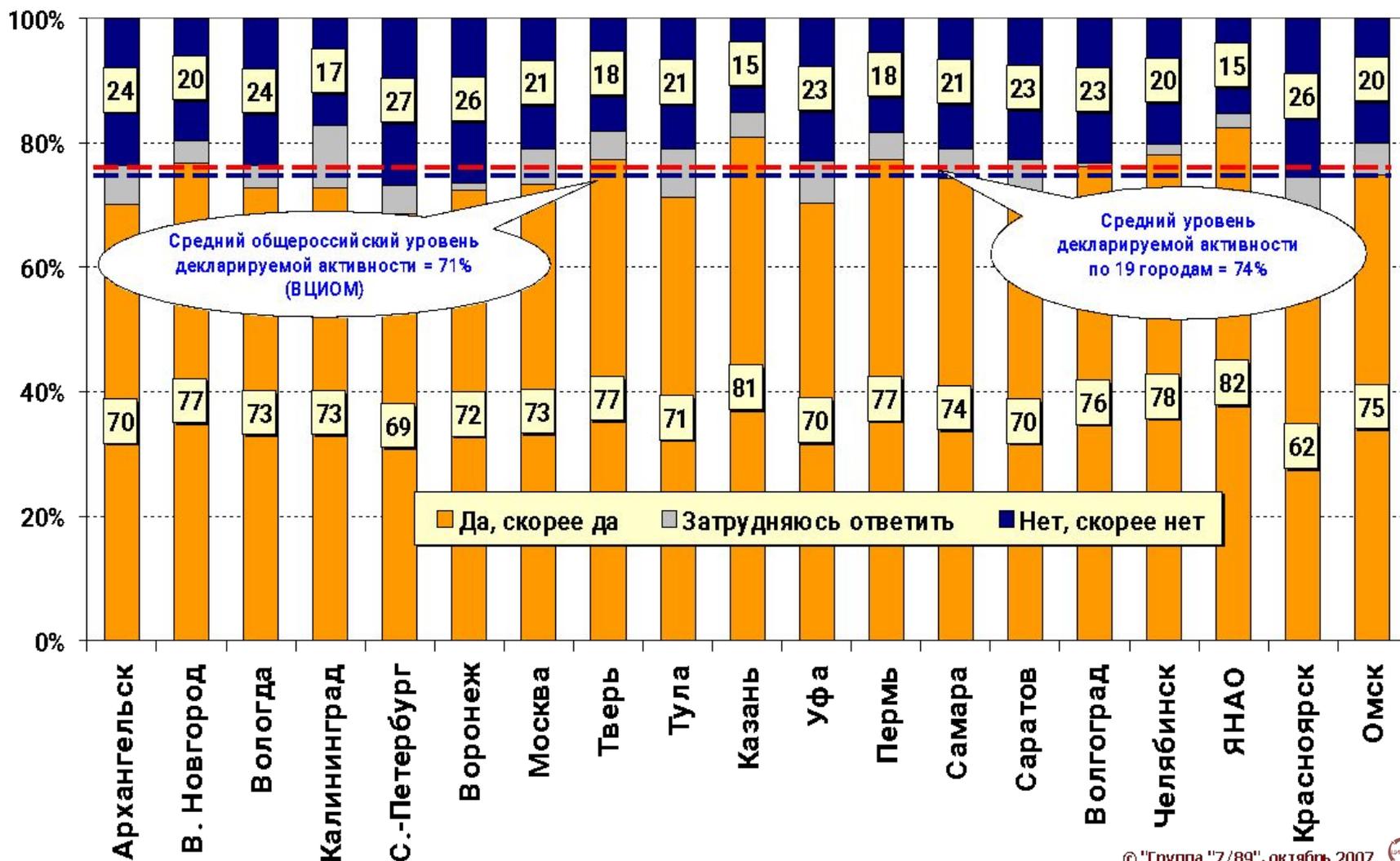
- 1. Уровень декларируемой электоральной активности**
- 2. Партийные предпочтения избирателей. Особенности электоратов отдельных партий**
- 3. Прогноз голосования (модельные рейтинги)**
- 4. «Близость» (пересечения) партийных электоратов. Перспективы электоральной миграции**



# Уровень декларируемой электоральной активности

# Электоральная активность

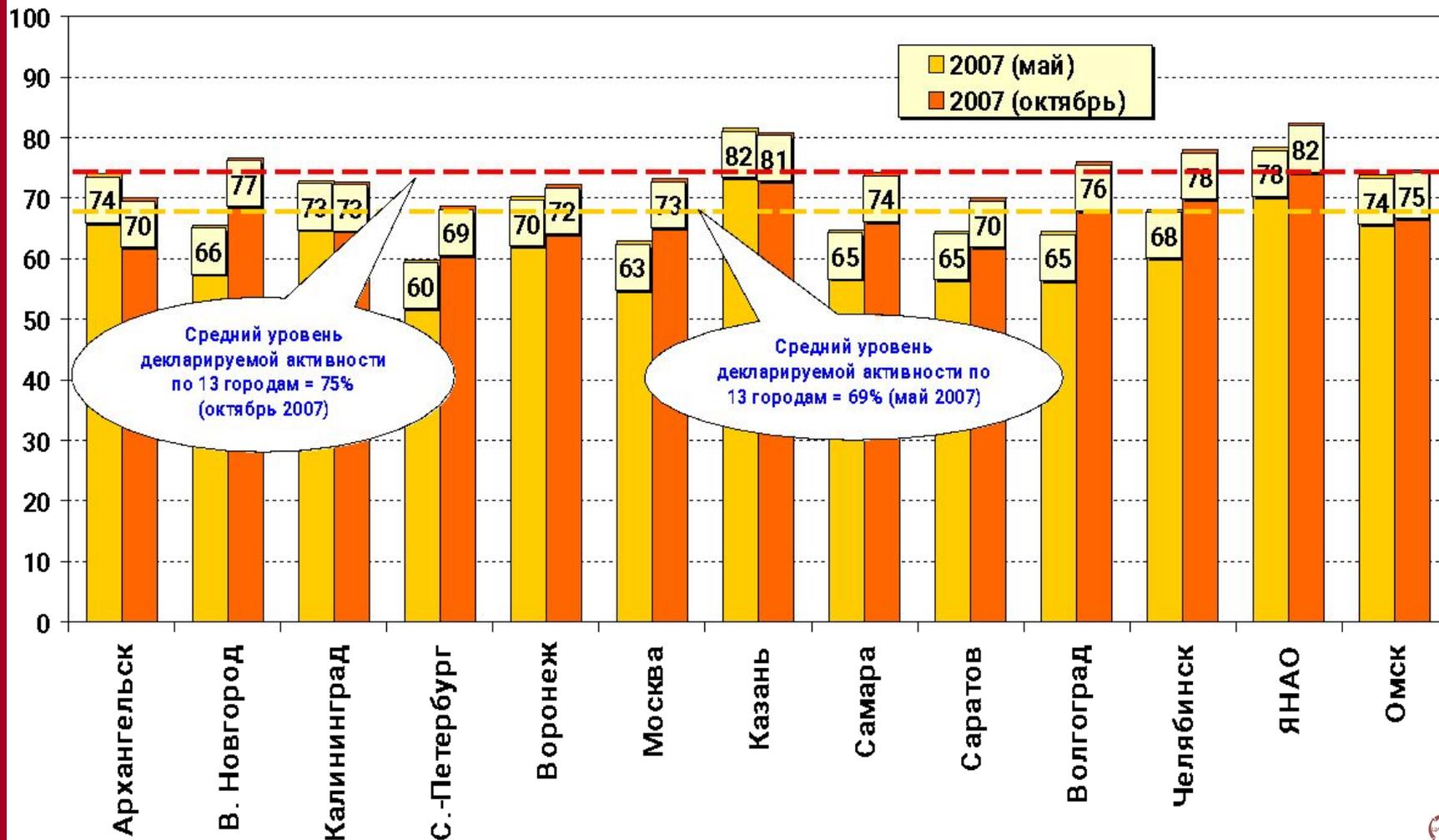
СОБИРАЕТЕСЬ ЛИ ВЫ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ПРЕДСТОЯЩИХ ВЫБОРАХ ДЕПУТАТОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ РФ?



# Электоральная активность

Если бы выборы в Государственную думу проходили в ближайшие выходные дни, вы пошли бы голосовать?

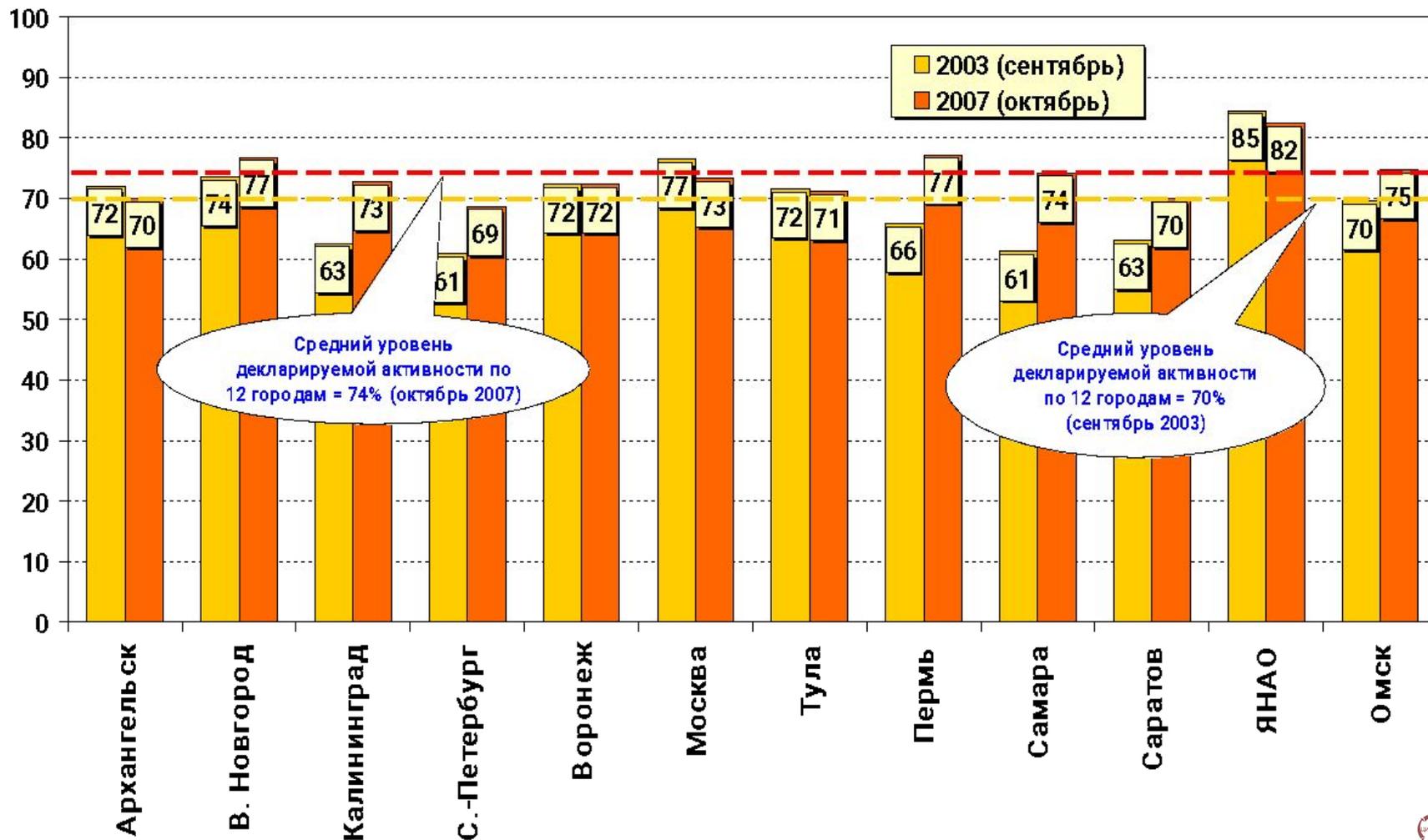
(% декларировавших готовность голосовать)



# Электоральная активность

Если бы выборы в Государственную думу проходили в ближайшие выходные дни, вы пошли бы голосовать?

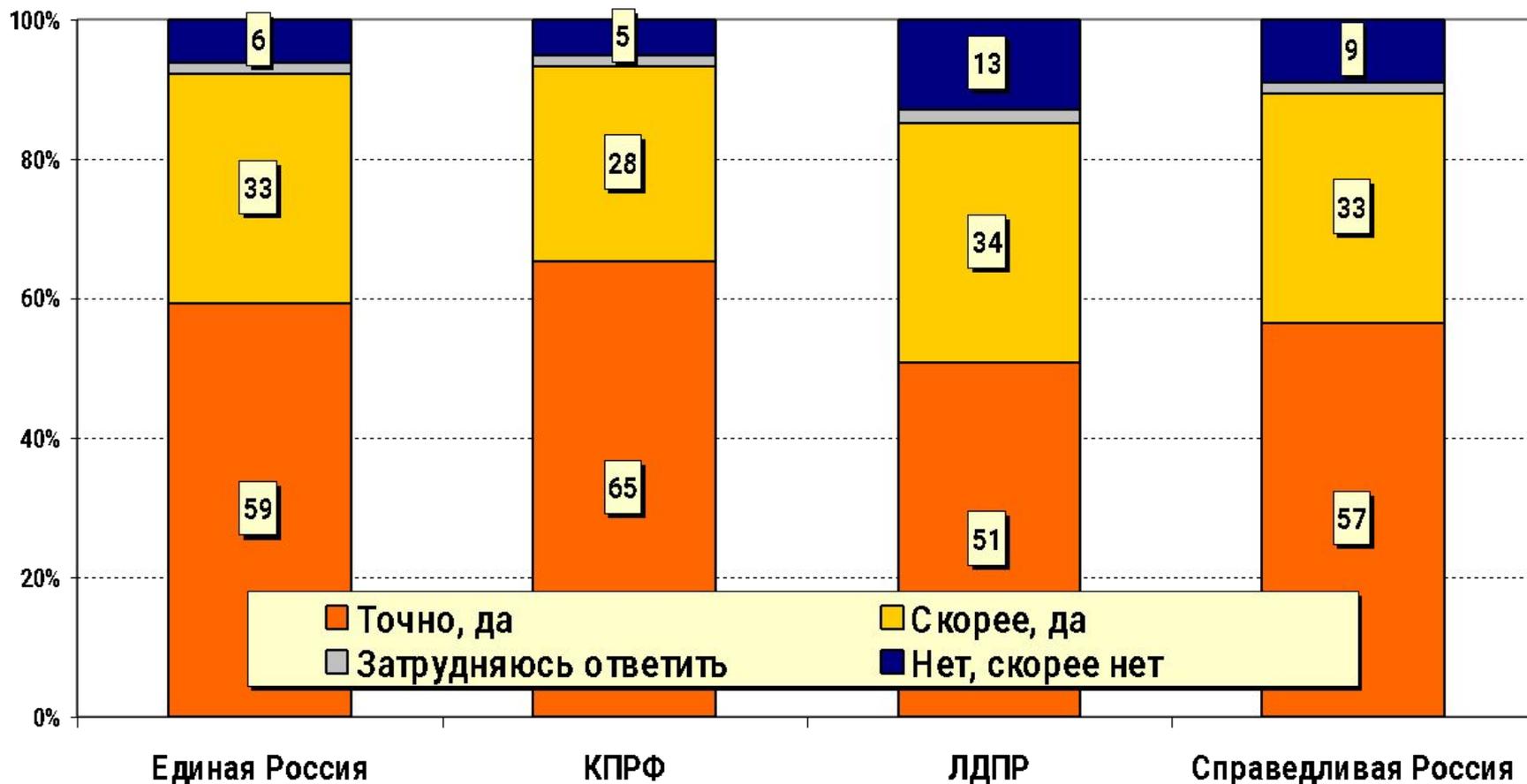
(% декларировавших готовность голосовать)



# Электоральная активность

## Активность электоратов разных партий

СОБИРАЕТЕСЬ ЛИ ВЫ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ПРЕДСТОЯЩИХ ВЫБОРАХ ДЕПУТАТОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ РФ?



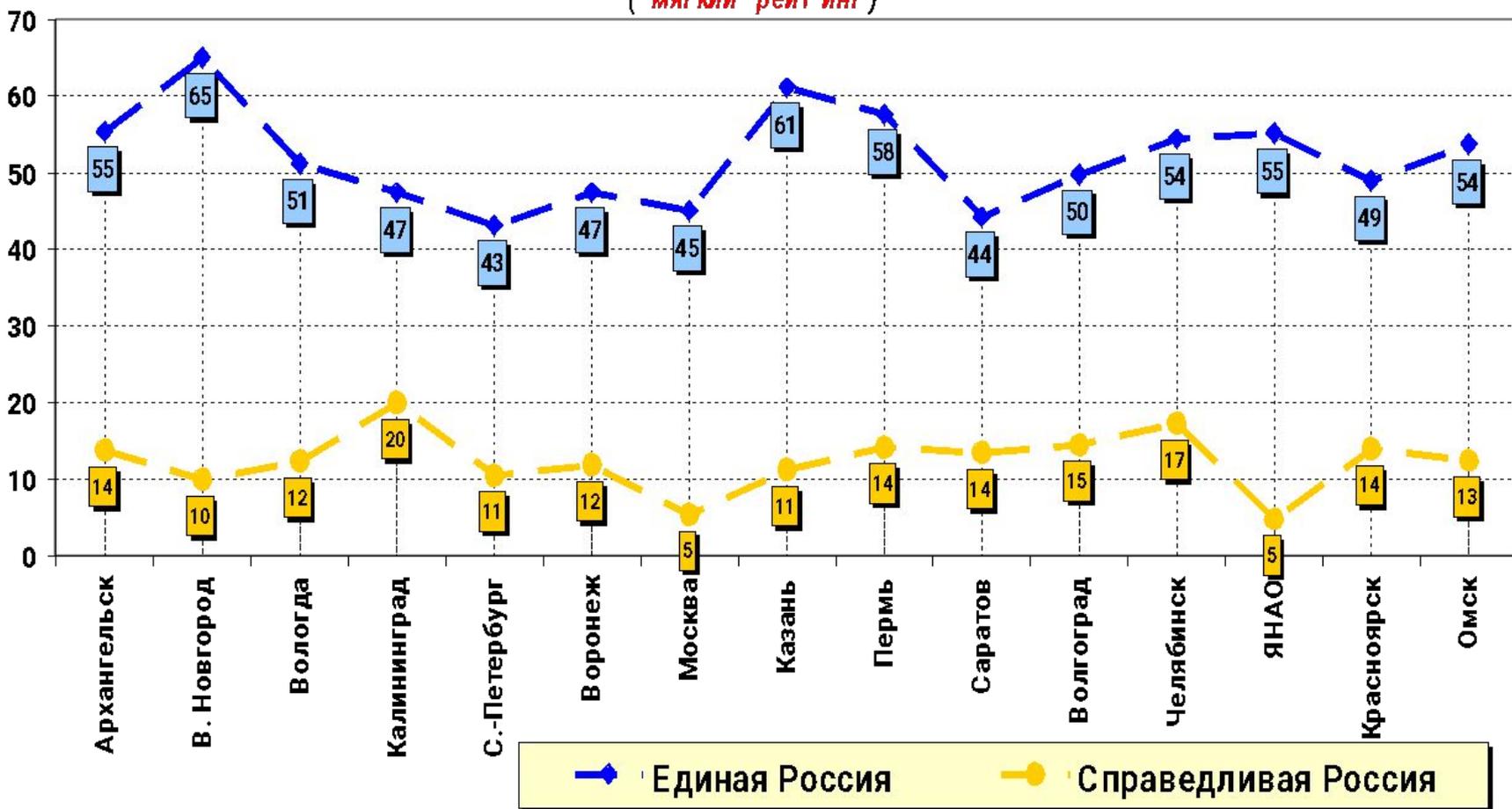
1. На основании анализа данных опросов в 19 городах можно утверждать, что основные тенденции электоральной активности российских избирателей на декабрьских 2007 года выборах в Государственную Думу РФ воспроизводят тенденции предыдущих выборов.
2. Территориальная дифференциация декларируемой электоральной активности невелика, по большинству городов – участников опросов – разброс доли респондентов, выражающих намерение прийти на выборы не превышает 10% (от 70% до 80%).
3. Анализ декларируемой электоральной активности позволяет сделать вывод, что явка на выборы в декабре составит примерно **52 – 56%**.
4. Электоральная активность сторонников разных партий отличается несильно, хотя заметна чуть меньшая склонность к участию в выборах у избирателей ЛДПР.



# Партийные предпочтения. Особенности партийных электоратов

# Партийные предпочтения

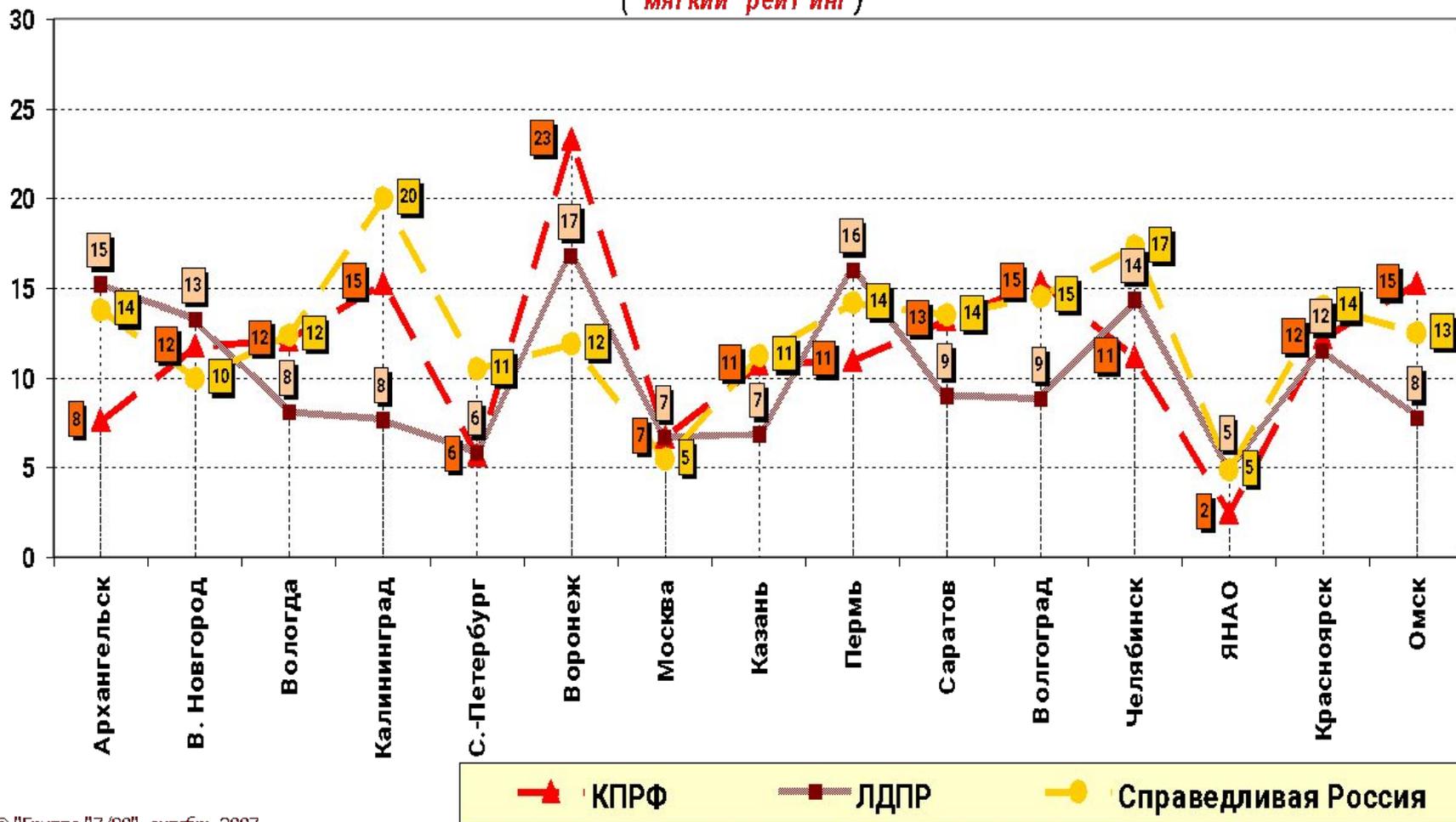
А ЗА КАКИЕ ИЗ ПАРТИЙ, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В СПИСКЕ, ВЫ В ПРИНЦИПЕ ДОПУСКАЕТЕ ДЛЯ СЕБЯ ВОЗМОЖНОСТЬ ПРОГОЛОСОВАТЬ НА ВЫБОРАХ В ГОСУДАРСТВЕННУЮ ДУМУ РФ?  
("мягкий" рейтинг)



# Партийные предпочтения

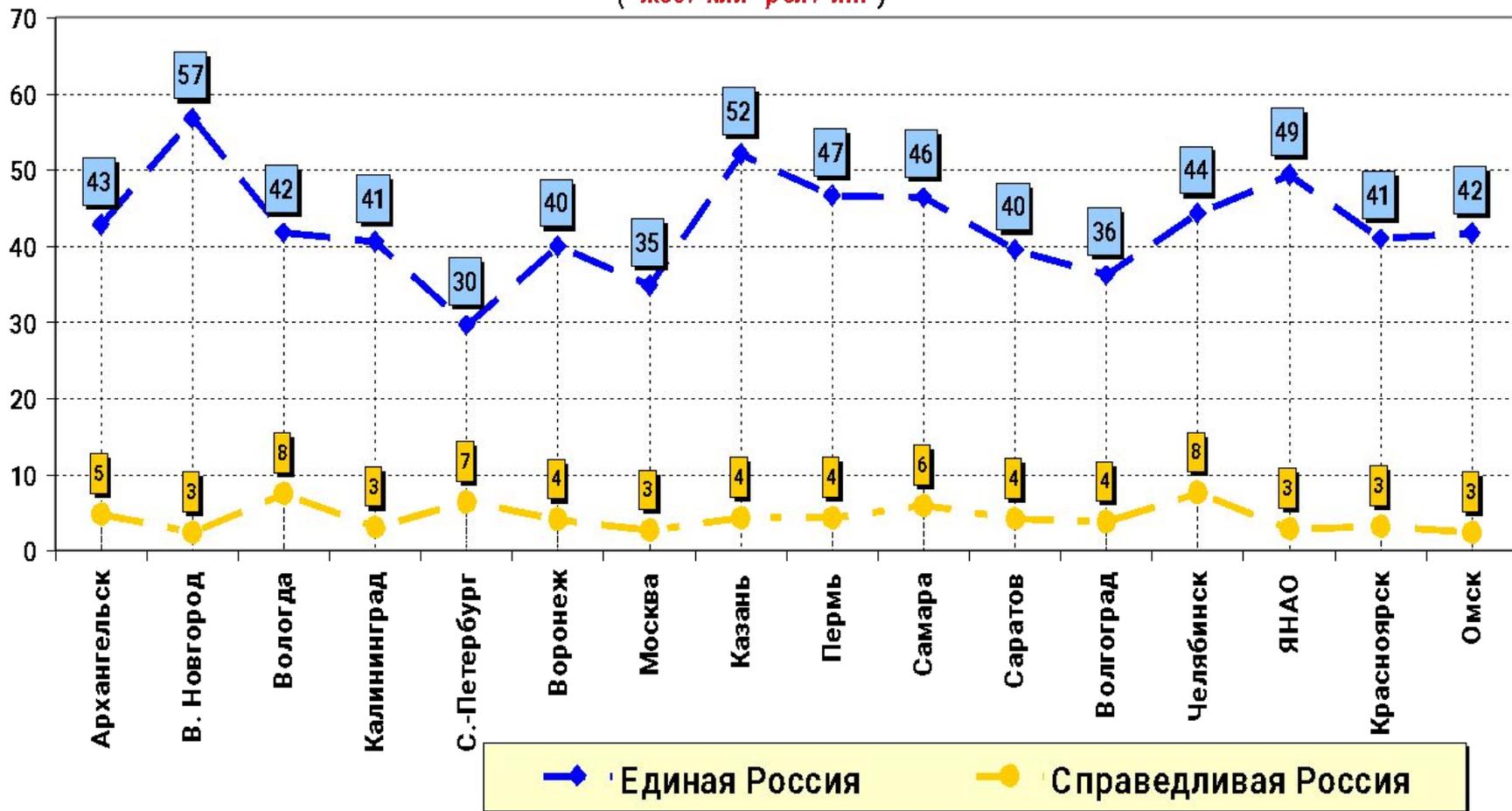
А ЗА КАКИЕ ИЗ ПАРТИЙ, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В СПИСКЕ, ВЫ В ПРИНЦИПЕ ДОПУСКАЕТЕ ДЛЯ СЕБЯ ВОЗМОЖНОСТЬ ПРОГОЛОСОВАТЬ НА ВЫБОРАХ В ГОСУДАРСТВЕННУЮ ДУМУ РФ?

("мягкий" рейтинг)



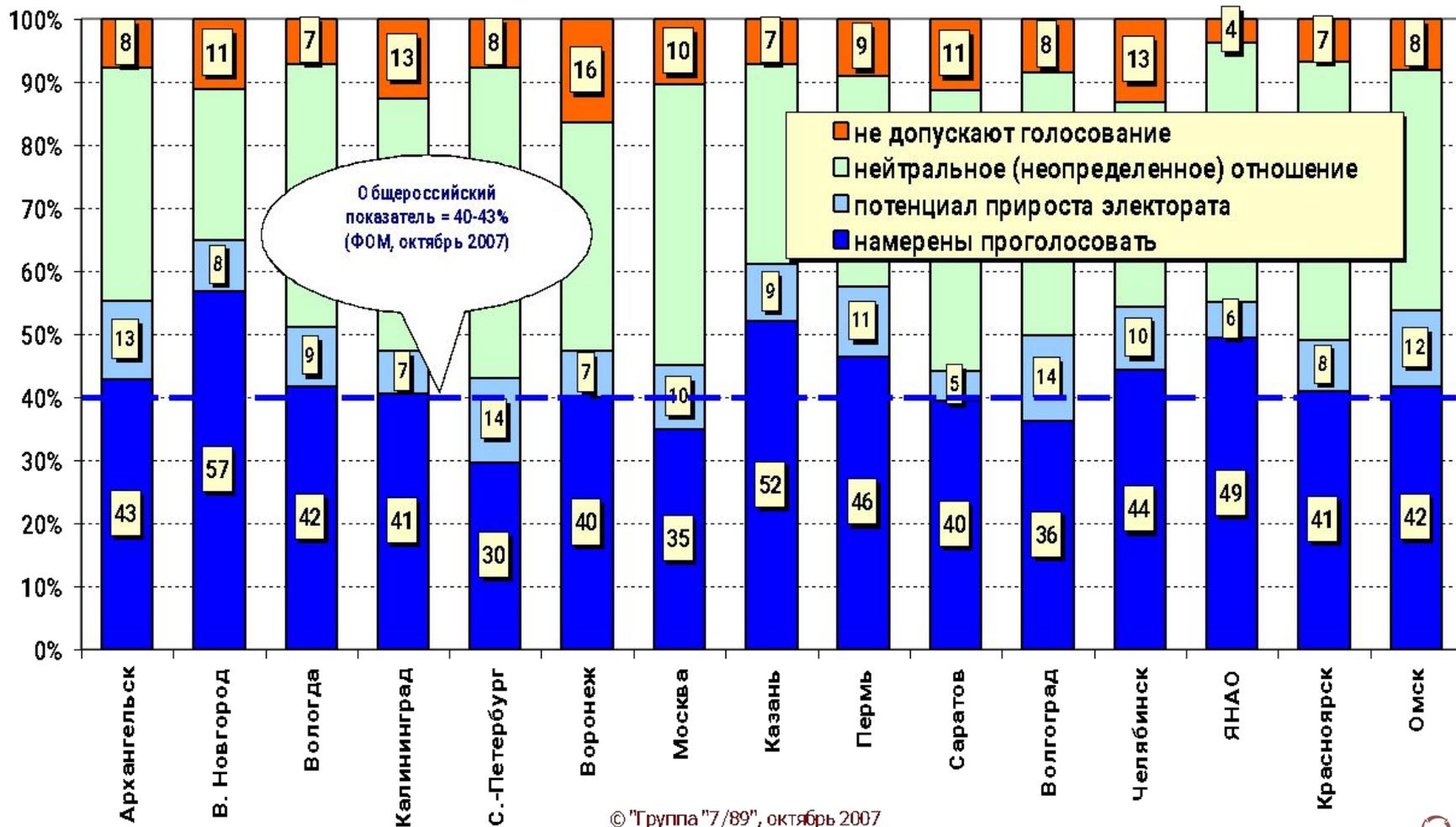
# Партийные предпочтения

ЗА СПИСОЧНЫЙ СОСТАВ КАНДИДАТОВ В ДЕПУТАТЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ РФ ОТ КАКОЙ ПАРТИИ ВЫ НАМЕРЕНЫ ГОЛОСОВАТЬ, ЕСЛИ ПРИМЕТЕ УЧАСТИЕ В ВЫБОРАХ?  
 ("жесткий" рейтинг)



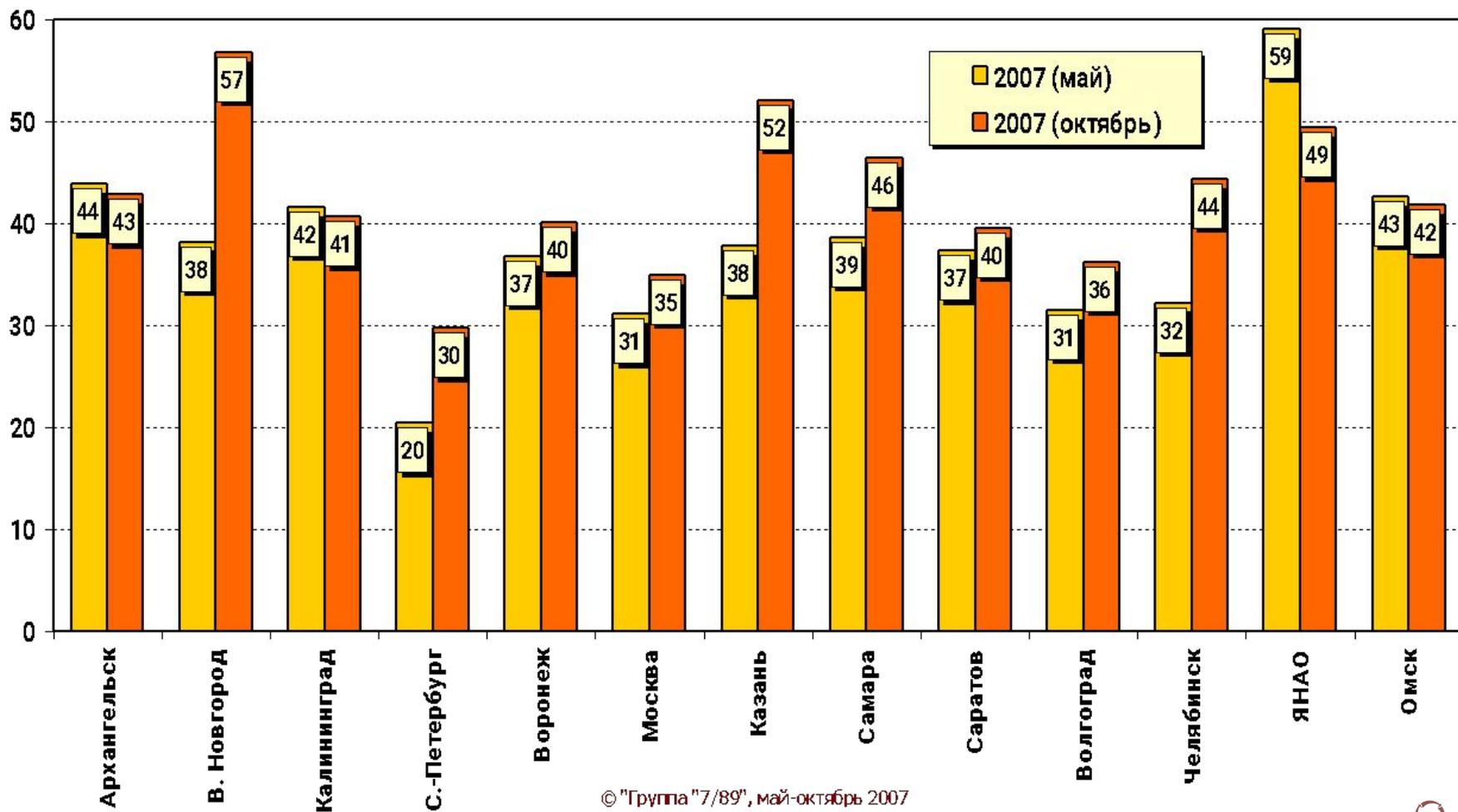
# Партийные предпочтения

Партийные предпочтения  
(рейтинг и антирейтинг "Единой России")



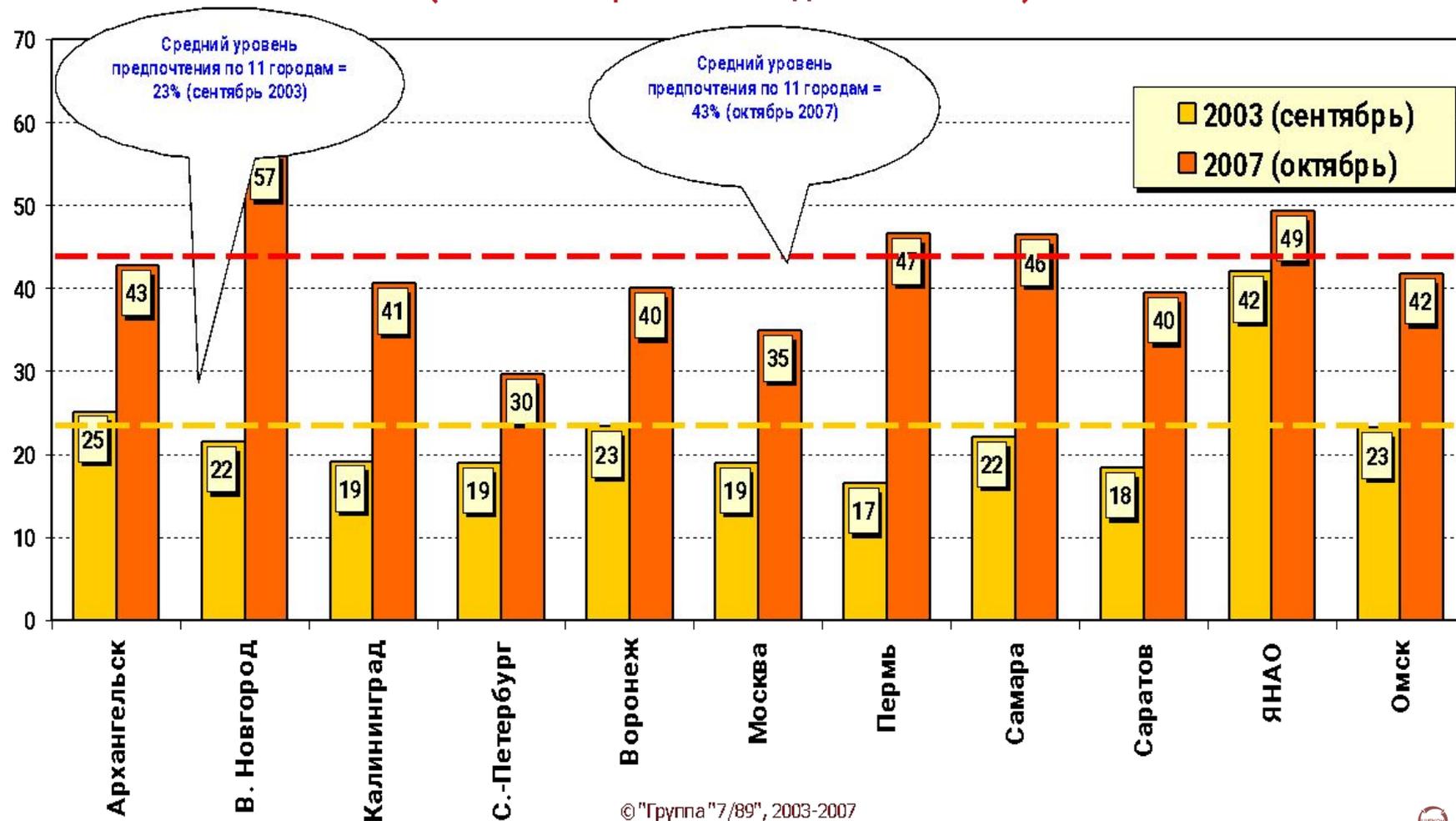
# Партийные предпочтения

Партийные предпочтения  
(изменения рейтинга "Единой России")



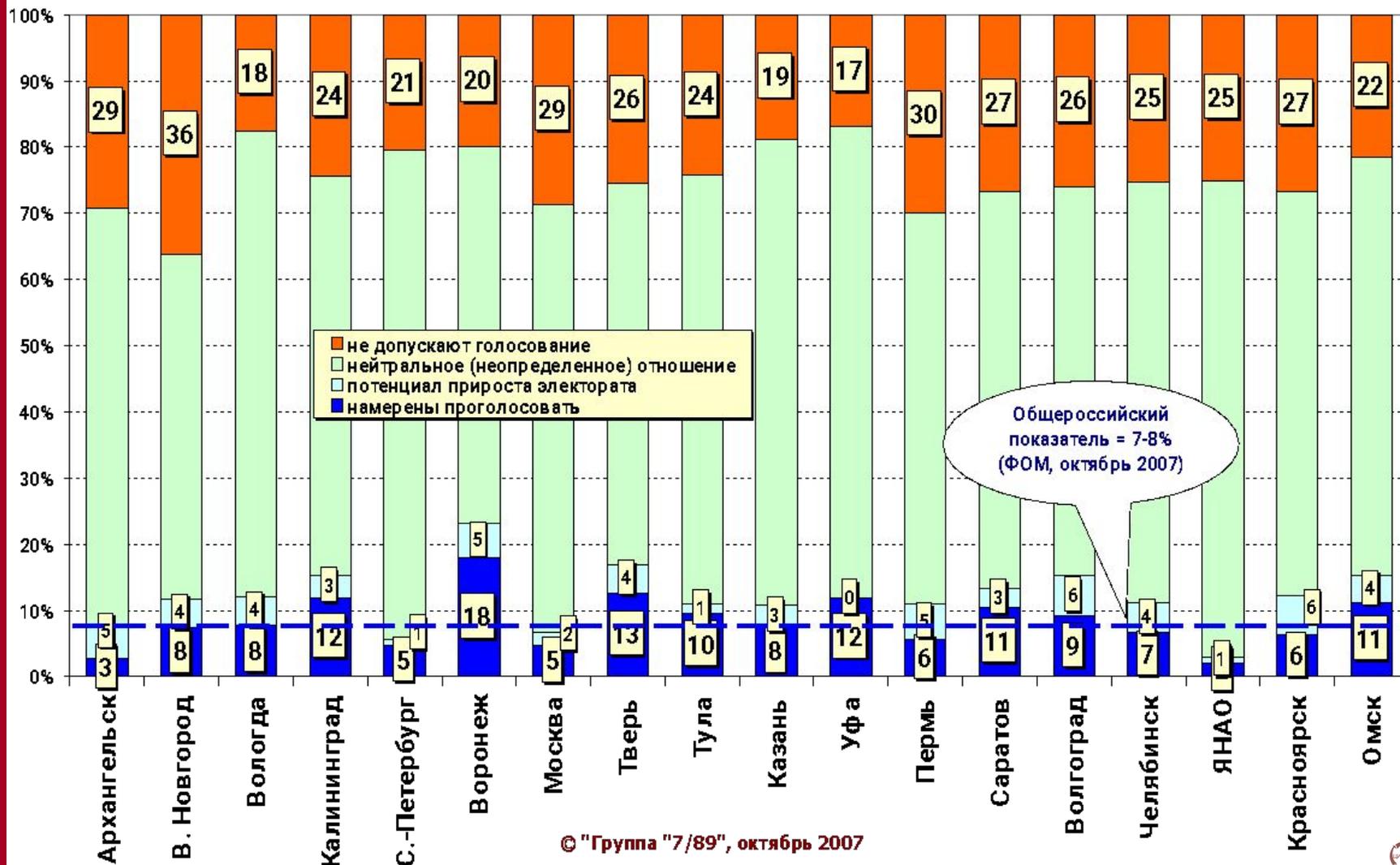
# Партийные предпочтения

Партийные предпочтения  
(изменения рейтинга "Единой России")



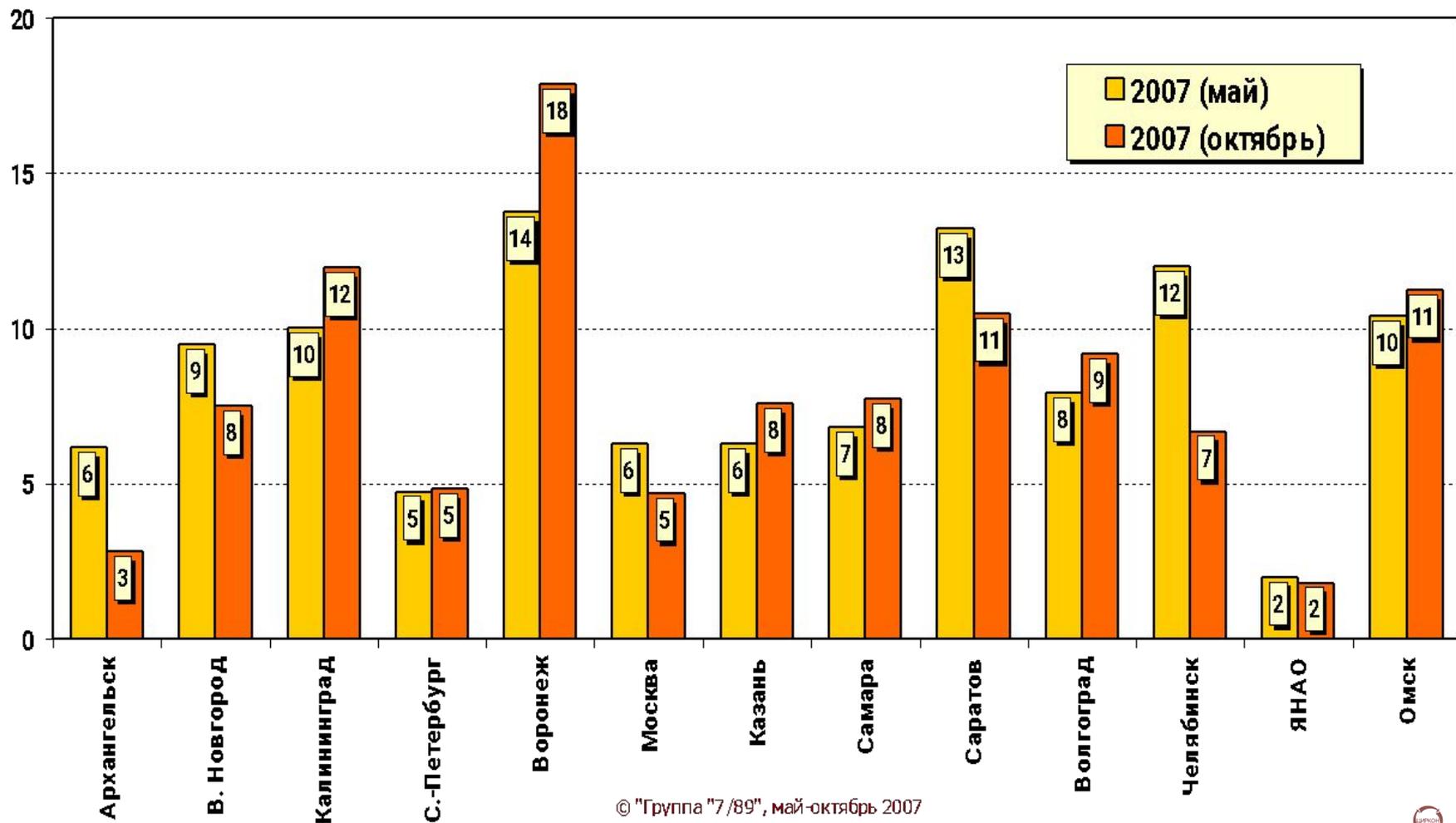
# Партийные предпочтения

Партийные предпочтения  
(рейтинг и антирейтинг КПРФ)



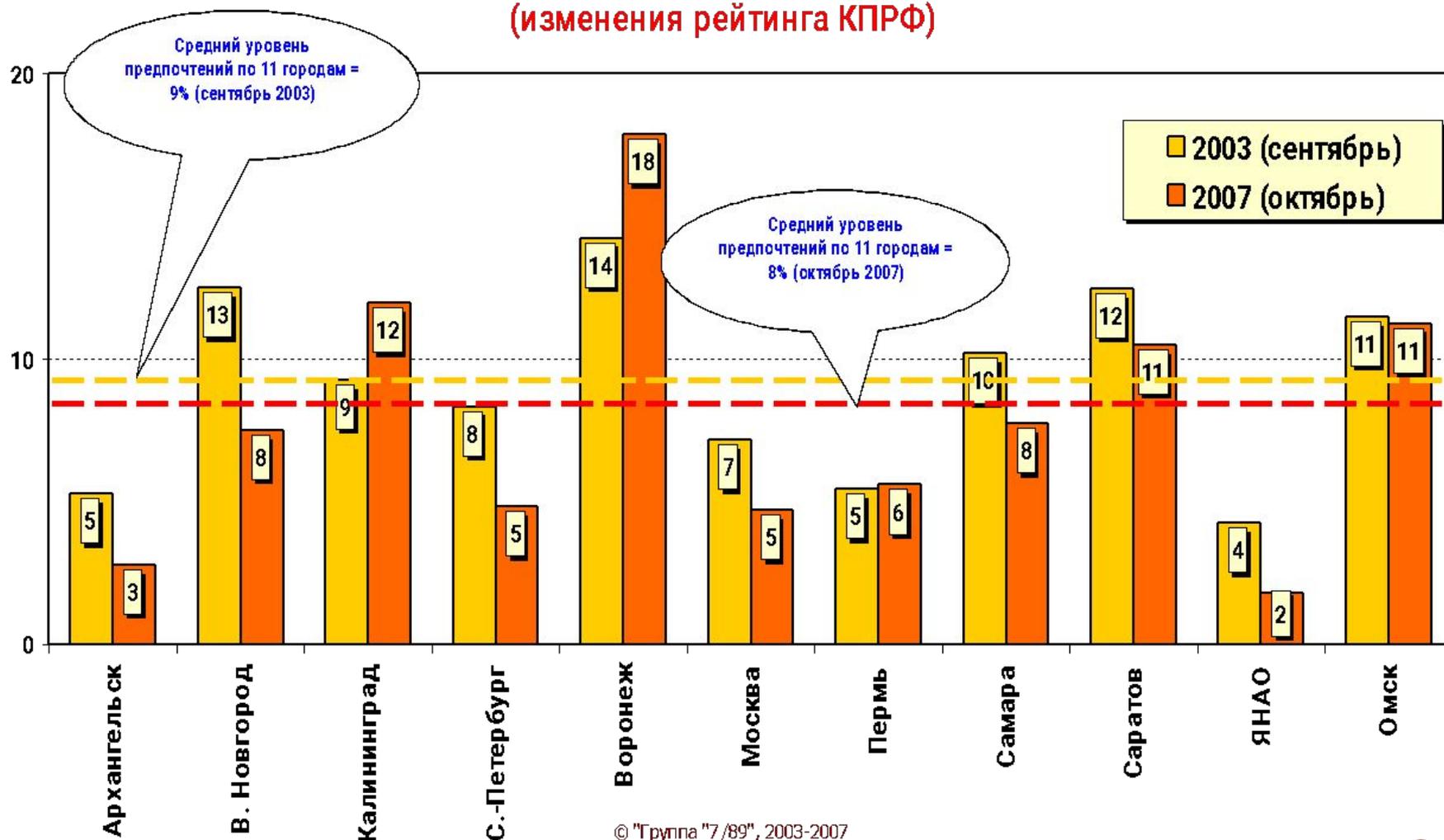
# Партийные предпочтения

Партийные предпочтения  
(изменения рейтинга КПРФ)



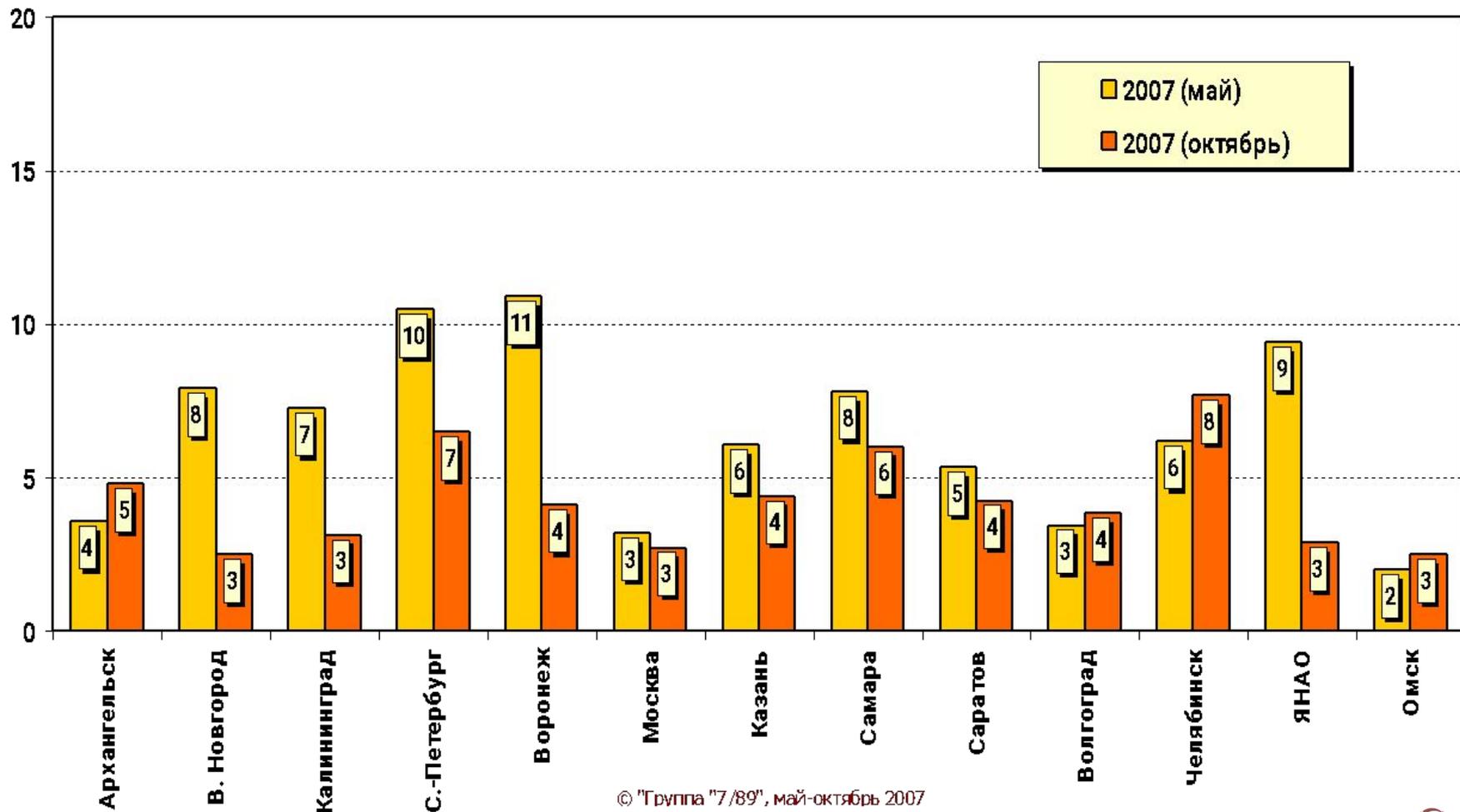
# Партийные предпочтения

Партийные предпочтения  
(изменения рейтинга КПРФ)



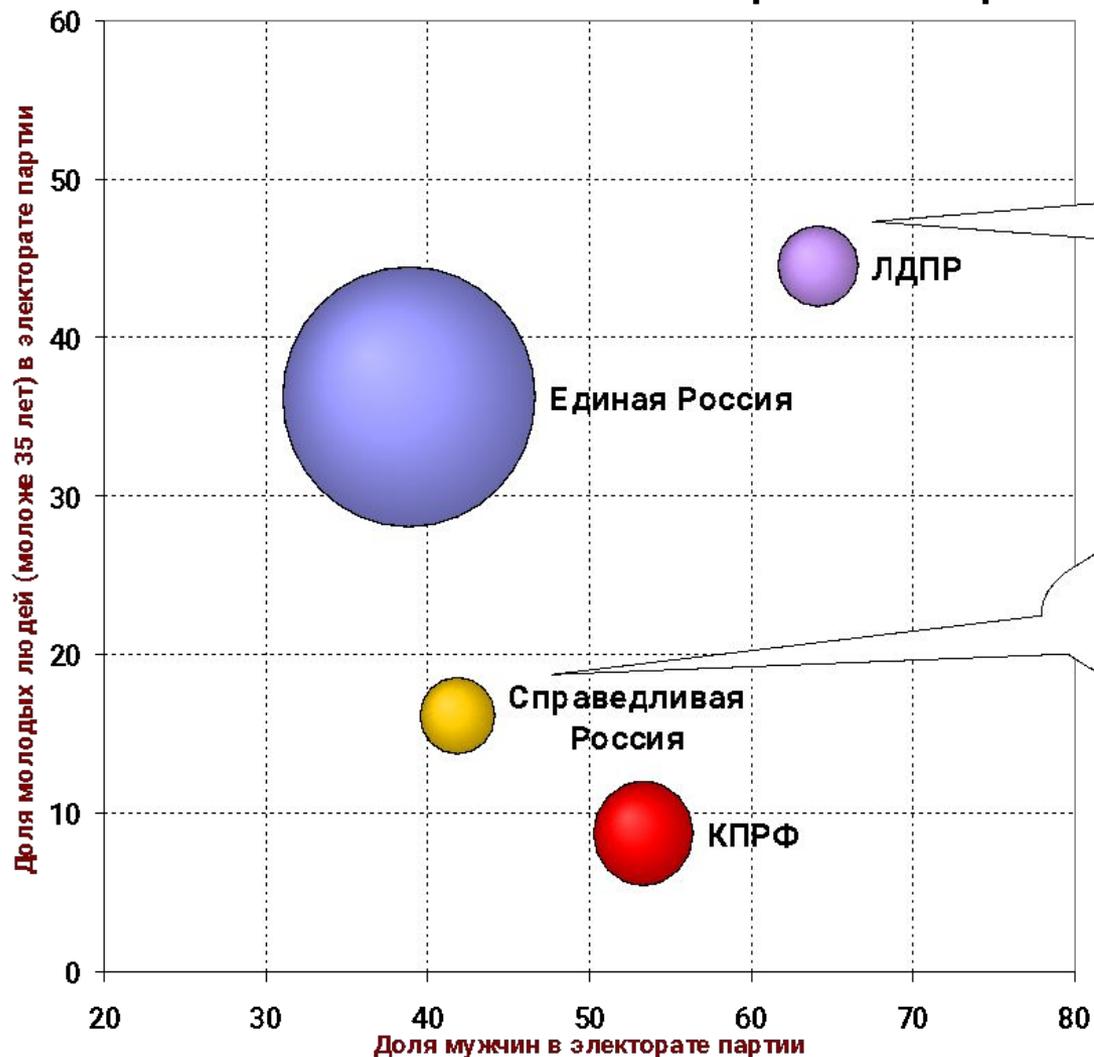
# Партийные предпочтения

Партийные предпочтения  
(изменения рейтинга "Справедливой России")



# Партийные предпочтения

## Половозрастная характеристика электоратов



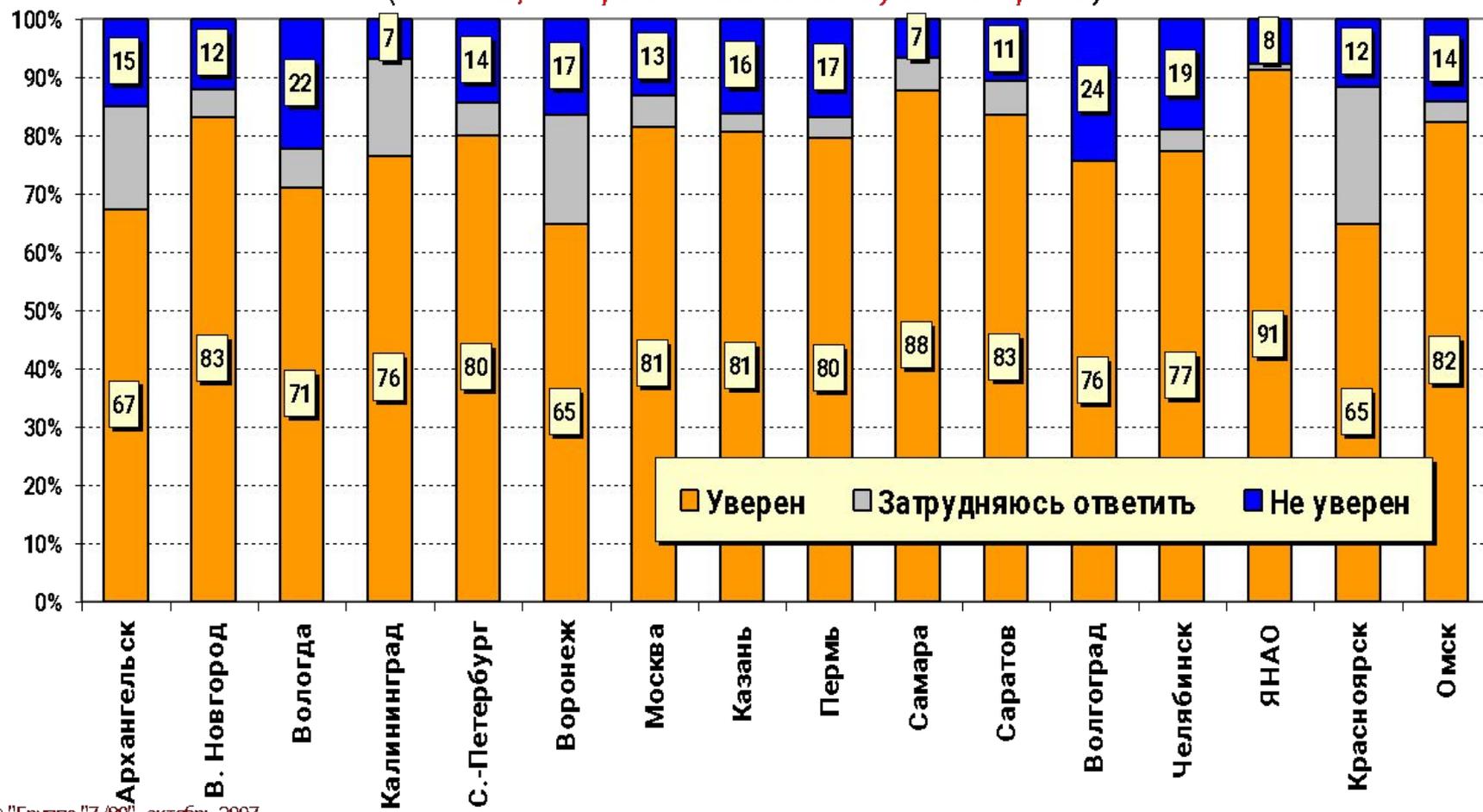
Среди избирателей  
ЛДПР больше молодых  
мужчин

В электорате  
"Справедливой России"  
больше пожилых женщин

# Партийные предпочтения

В КАКОЙ СТЕПЕНИ ВЫ УВЕРЕНЫ, ЧТО БУДЕТЕ ГОЛОСОВАТЬ ИМЕННО ТАК НА ВЫБОРАХ В ГОСУДАРСТВЕННУЮ ДУМУ РФ?

(% от тех, кто проголосовал бы за какую-либо партию)



## Выводы (2)

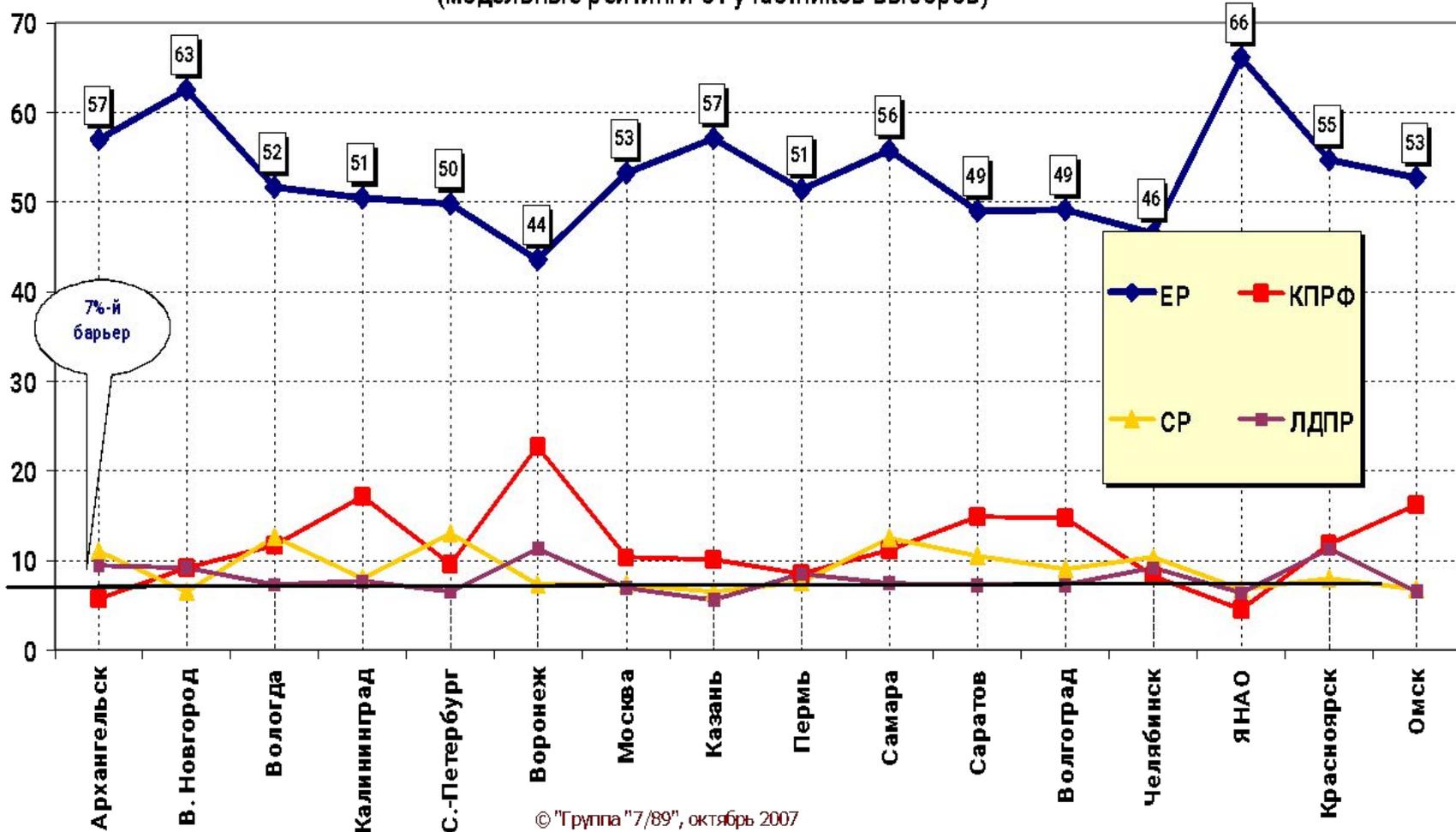
1. Значительное большинство избирателей предпочитает и будет голосовать за «Единую Россию», что скорее всего обеспечит ей победу на выборах. Впрочем вариация результатов голосования за ЕР довольно высока. Так, в опросах Группы «7/89» она составляет от 44% в Воронеже до 66% в ЯНАО.
2. Только четыре партии вероятнее всего смогут преодолеть 7%-й барьер для прохождения в Государственную Думу, а именно «Единая Россия», КПРФ, «Справедливая Россия» и ЛДПР. Причем КПРФ и «Справедливая Россия», судя по результатам опроса населения 14 городов, имеют примерно равные шансы стать вторыми.
3. По-прежнему отмечаются существенные различия в социально – демографическом составе электоратов партий, которые по нашим предположениям пройдут в Государственную Думу РФ. Электорат Единой России и ЛДПР в большей степени представляют молодые возрастные группы, КПРФ – группы старшего, пенсионного возраста. В электорате ЛДПР и КПРФ больше мужчин по сравнению с «Единой Россией» и «Справедливой Россией», в электорате которых преобладают женщины.
4. Динамика электоральных предпочтений за полгода невелика, хотя и заметна. Несколько вырос рейтинг предпочтений ЕР и снизился рейтинг СР. Показатели КПРФ и ЛДПР остались примерно на майском уровне.
5. Территориальная дифференциация показателей электоральных симпатий весьма заметна, причем по сравнению с 2003 годом она выросла.

# Текущий прогноз голосования и перспективные направления электоральной миграции



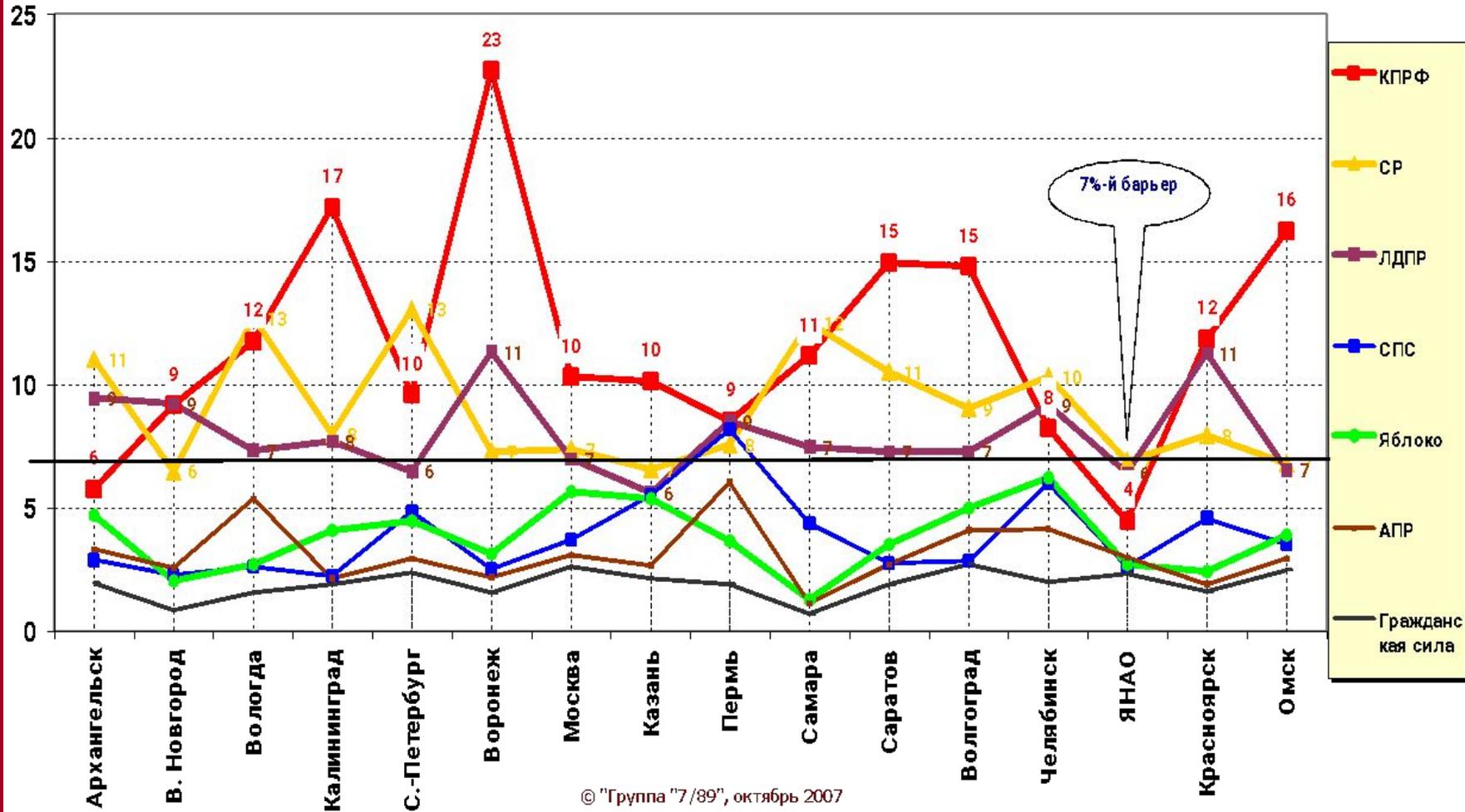
# Прогноз голосования

Прогноз голосования  
(модельные рейтинги от участников выборов)



© "Группа "7/89", октябрь 2007

Прогноз голосования  
(модельные рейтинги от участников выборов)



© "Группа "7/89", октябрь 2007

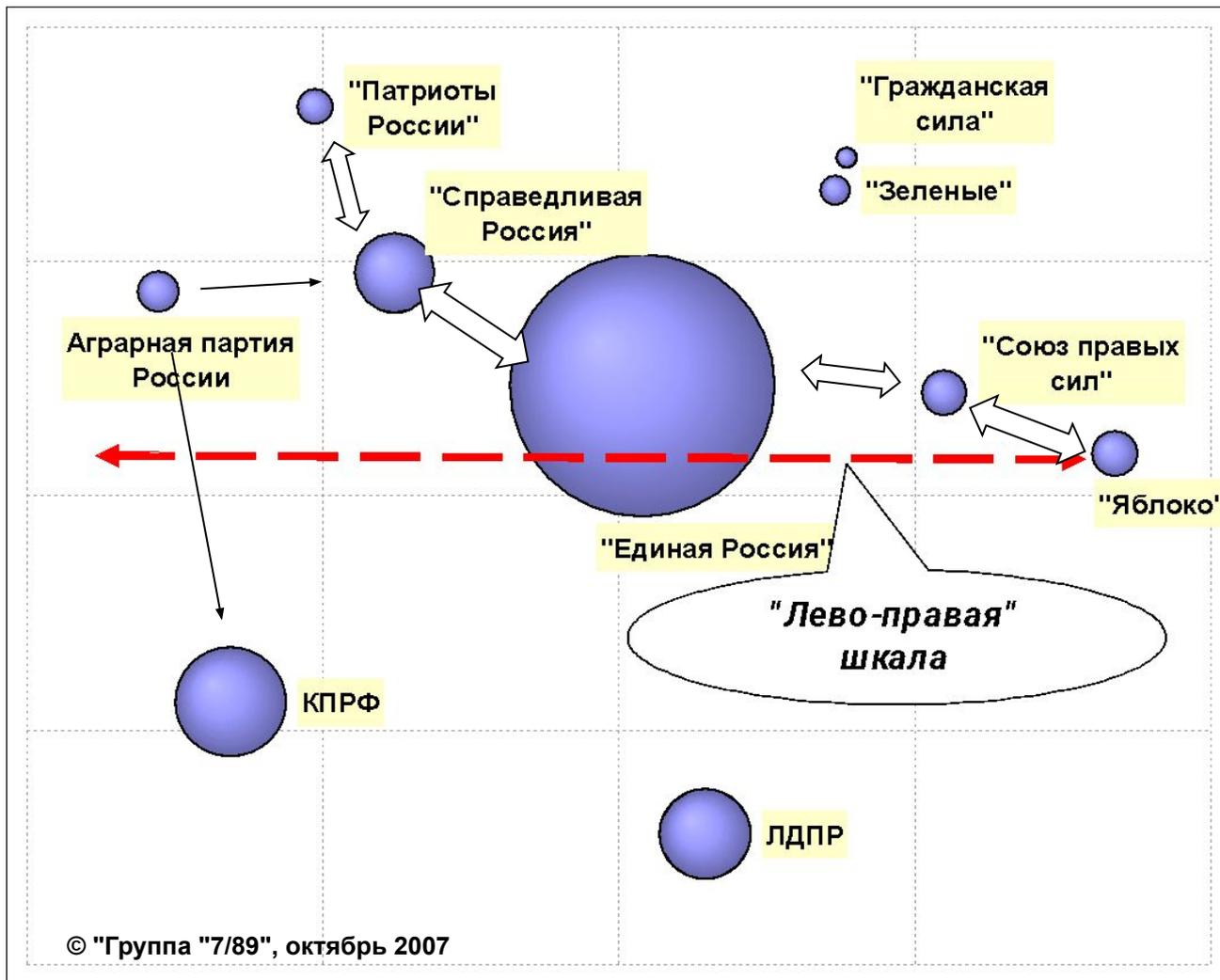
## Многомерное шкалирование партий

При анализе электорального потенциала партий важно знать направления возможной миграции электоратов. Иными словами необходимо понять, какие партии избиратели воспринимают как близкие друг другу, и между которыми они допускают для себя выбор «одной единственной». Указанную задачу можно решить посредством анализа пересечений т.н. «мягких» электоратов и «антиэлекторатов», т.е. совместного анализа ответов на вопросы о партийных симпатиях и антипатиях.

- \*Степень обоюдной близости или удаленности в представлении избирателей основных политических партий определяется на основании анализа обобщенного (N=9709) массива ответов на вопросы (с множественным выбором) о том, за какие партии респонденты допускают для себя возможность проголосовать на выборах в ГД РФ и за какие партии ни в коем случае не допускают для себя возможность проголосовать. Условные расстояния между субъектами политического пространства (партиями) малы, если достаточно большая доля избирателей оценивает их сходным образом и наоборот, велики в случае заметных различий в оценках. Иными словами приведенное на диаграммах расположение партий в определенной мере отражает их близость в восприятии респондентов. Размер (площадь) кружка соответствует доли электората партии среди всей выборки.

# Конфигурация партий

Близость электоратов партий и перспективы электоральной миграции



1. Сохраняются очевидные и прогнозируемые направления возможной электоральной миграции. Сторонники «ЕР» и «СР» с большой вероятностью могут переходить из одного стана в другой. Также традиционно близки электораты «Яблока» и СПС, хотя часть последних вполне могут проголосовать за «ЕР». Довольно автономны и слабо «перемещаемы» электораты КПРФ и ЛДПР.
2. Пока непонятны перспективы партии «Патриоты России». Электорат этой партии с одинаковой вероятностью может как прирасти (за счет электората не допущенных к выборам «Народного союза» и «Партии мира и единства», а также за счет некоторых избирателей СР), так и перейти в стан СР, ЕР или КПРФ.

## Основные компоненты аналитического отчета

1. Аналитический комментарий к результатам региональных опросов по всем изучаемым параметрам,
2. Анализ электоральной динамики (изменения параметров за время мониторинга),
3. Партийные «симпатии» и «антипатии» избирателей
4. Рейтинг и антирейтинг партийных предпочтений избирателей
5. Анализ территориальной дифференциации электоральных ориентаций,
6. Анализ взаимной «близости» (пересечений) электоратов и т.п.

### *СПЕЦИАЛЬНЫЕ ДОПОЛНЕНИЯ.*

1. Социально-демографический портрет электората конкретной партии,
2. Определение ряда показателей, характеризующих отличительные особенности избирателей, оказывающих электоральную поддержку этой партии.