

# БАЛЛАДА О РЕЙТИНГЕ

**А. Левинсон**

В январе 2008 года одобрение «деятельности Владимира Путина на посту президента России» выразили 86% опрошенных «Левада-центром» по всероссийской репрезентативной выборке населения 18 лет и старше. В 2000 году этот показатель составлял 60% и впоследствии не опускался ниже этого уровня, в 2007-м он иногда достигал 87%.

Когда историки и публика будут вспоминать о путинском президентстве 2000–2008 годов, непременно будет приходить на ум этот феномен, который привыкли называть «рейтинг Путина» или просто «рейтинг». За всю историю регулярных социологических измерений не было случая, когда бы регистрировалось такое устойчивое общественное согласие по поводу отношения к фигуре руководителя, и этот социологический феномен еще предстоит объяснить.

Слово «рейтинг» в своем изначальном значении указывало на место участника какого-либо соревновательного процесса в ряду других его участников. В спорте этот показатель был, как правило, результатом вычислений по довольно сложным формулам. Но в нашем политическом обиходе этим словом журналисты стали называть непосредственные результаты ответа на вопрос тогда единственного социологического агентства в стране – Всесоюзного, далее Всероссийского центра изучения общественного мнения – ВЦИОМ. Вопрос, как уже сказано, звучал: «Вы в целом одобряете или не одобряете деятельность такого-то лица на таком-то посту?» и предполагал ответы «одобряю» и «не одобряю». В принципе такого рода вопросы могут задаваться и задаются по поводу самых разных должностных лиц. Но предметом публичного интереса этот показатель является только тогда, когда касается важного узла власти и какой-то интриги, связанной с ним. Тогда к нему в прессе и в разговорах применяется это самое название. И тогда слово «рейтинг» приобретает само собой

разумеющийся смысл, и вопрос «Какой рейтинг?» становится похож на вопрос «Какой счет?» в разговоре болельщиков, где объяснять, кто, с кем и во что играет, нет нужды. На местах интрига может быть связана с выборами местного главы, мэра, губернатора, а если речь идет о федеральном уровне, то слово будет относиться к президенту, но в предвыборный период – и к кандидатам на этот пост.

Опросы общественного мнения уже давно служат важным элементом политической жизни, моделируя выборы задолго до их проведения. Динамика шансов различных кандидатов отражает политический процесс, политическую борьбу. Ну а у нас – если взять последние избирательные кампании – что отражали эти данные? Ясно, что никакой борьбы между участниками не было. Их даже «претендентами» нельзя было называть, они были фигурантами совсем другого политического процесса. Наверное, это тоже был процесс борьбы. Одни говорили, что вопрос состоял в следующем: отдать ли правление и если да, то кому. Другие полагали, что Путин боролся с разными кланами, путал им карты, выдвигая то одну фигуру, то другую. Третьи считали, что это кланы выдвигают своих ставленников и верх берет то одна, то другая партия двора.

Понятно, что этот политический процесс имеет совсем иную природу и интригу, чем хотя бы тот процесс, что имел место при первых президентах, когда по опросам общественного мнения было ясно, что у теряющего рейтинг Горбачева был соперником Ельцин или у Ельцина с его упавшим рейтингом есть очень сильный соперник – Зюганов. Рейтингу Горбачева не помог путч. А рейтинг Ельцина, как помним, удалось на время поднять. Тогда «семье» пришлось пуститься во все тяжкие, пожертвовать Ельциным ради «рейтинга Ельцина» и пожертвовать демократическим процессом ради выигрыша на демократических еще выборах.

