

А. М. Демидов

МОЖНО ЛИ ПРЕДСКАЗАТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ ГОЛОСОВАНИЯ?

Демидов Александр Михайлович — кандидат философских наук, директор Института маркетинговых и социальных исследований «GFK — Русь».

Результаты декабрьских (1993 г.) выборов и связанные с ними политические и социальные процессы во многом озадачили социологов и исследователей общественного мнения. Каковы причины неудачного (а в целом это, безусловно, так) прогнозирования итогов голосования? Я бы разделил этот вопрос на два. Первый: возможно ли было вообще в сложившихся социально-экономических условиях прогнозировать результаты голосования? И второй: вес ли было сделано для верного прогнозирования с точки зрения полного использования имеющихся в распоряжении социологов методик? Если говорить прямо, то на оба этих вопроса, скорее, надо бы ответить «нет». Лучшим прогнозистом, пожалуй, оказался бы тот из нас, кто сказал бы до выборов: «При данных политических реалиях сделать методически аккуратный прогноз нельзя, а выборы принесут много неожиданностей».

Собственно, никакого прогноза и не делалось. Проводились опросы и публиковались их результаты, с топ или иной степенью корректности. А ведь результаты опроса — это только один из элементов информационной базы прогнозирования, хотя и очень важный, даже основной, но далеко не единственный (так же, как и распределение ответов на вопрос «За кого вы собираетесь голосовать?» — вовсе не единственный элемент прогнозирования в рамках опроса, хотя тоже, конечно, самый главный).

Справедливости ради надо сказать, что, кажется, никто и не претендовал на собственно прогнозирование, а сообщал лишь о результатах своих опросов. Мой коллега, руководитель фонда «Общественное мнение» А. Ослон, проанализировавший всю гамму публикаций на эту тему, свидетельствует, что только в трех из них он встречал термины «прогнозирование» или «прогноз» [1].

Что же такое прогноз результатов голосования и в каком соотношении он находится с соответствующим опросом общественного мнения?

Начало опросов по электоральной проблематике в отечественной социологии относится к 1989 году и связано с первыми относительно свободными выборами делегатов I Съезда народных депутатов. Две-три группы исследователей провели в это время региональные опросы населения и в целом дали верный прогноз результатов голосования. В частности, сектор изучения общественного мнения москвичей ИСАН СССР (под руководством автора статьи) предсказал долю предполагающих голосовать за Б. Ельцина и Е. Бракова — по Московскому национально-территориальному округу — с точностью до 1%; а в одном из московских территориальных округов, где баллотировались рабочий, академик и первый секретарь РК КПСС, подготовил прогноз с максимальной ошибкой до 4%, причем прогнозировалась победа академика в первом туре, когда успех решали десятые доли процента [2]. Такая удача до сих пор вызывает у меня ассоциацию со скачками на ипподроме, где, как говорят, новичок ставит на первую попавшуюся лошадь и обязательно выигрывает. За прошедшие с того времени годы по ходу избирательных кампаний и референдумов (1990, 1991, 1993 годы) в работу по проведению электоральных исследований включилось громадное число центров и коллективов, и уже есть значительный (по крайней мере, в количественном исчислении) опыт — как положительный, так и отрицательный [3]. И он требует серьезного

обобщения.

Итак, стержнем прогнозирования результатов голосования, вне сомнения, является распределение ответов респондентов на вопрос «За кого (за что, как) вы собираетесь голосовать?». И в принципе нельзя исключать, что при определенных благоприятных обстоятельствах, даже при игнорировании всех остальных «методических фокусов», о которых пойдет речь, такой простой опрос «в электричке» может дать правильный результат. Например, когда всего два кандидата и один пользуется явным преимуществом во всей генеральной совокупности — можно опросить любых 50 человек и не ошибиться. Однако для аккуратного прогнозирования в более сложной социально-политической реальности имеют значение многие другие вещи, прежде всего состояние самого объекта исследования — электората.

Начнем с того, что какая-то часть респондентов сразу говорит, что не пойдет голосовать. Среди тех, кто собирается участвовать в выборах, какая-то часть отвечает, что не знает, за кого будет голосовать. От величины этих двух частей, а также от правильного оперирования данными в огромной степени зависит успех прогнозирования. Как правило, исследователь исходит из нормального распределения голосов тех, кто затруднился с ответом, то есть в соответствии с теми же тенденциями, что и у определившихся в своем выборе. Однако так это или не так, сказать никто не может. Вернее, можно сказать: скорее, не так — хотя бы уже потому, что это разные группы людей, как минимум, по своему психологическому складу.

В этой связи очень важно рассчитать, при какой доле определившихся что именно можно прогнозировать: точные проценты, которые получают кандидаты/партии, места, которые они займут, или вообще ничего.

Итак, первый фактор, имеющий принципиальное значение для прогнозирования, — доля определившихся в своем выборе на момент опроса. Эта доля, в свою очередь, зависит от нескольких факторов, важнейшим из которых является степень актуализации электоральной проблематики (данной конкретной избирательной кампании) в массовом сознании. Поэтому очень важно выяснить, насколько избиратели информированы о выборах, насколько знают кандидатов (физических лиц или партии) и в какой мере их идентифицируют.

Исследователям (а политикам в еще большей степени), как и вообще людям, включенным в тот или иной процесс, свойственно переоценивать значение этого процесса для других. В то же время, когда за три недели до всероссийских выборов народных депутатов (1990 г.) мы спросили избирателей одного из московских округов, знают ли они своих кандидатов, то оказалось, что даже лидера (известного ныне политического деятеля О. Румянцева) знали только 27%. И это в ходе столь масштабной избирательной кампании. А я уже не говорю о довыборах депутатов Моссовета в ряде столичных округов осенью 1990 года, когда за четыре недели 80% не зачли не только кандидатов, но и вообще о предстоящем голосовании (за две недели этот процент, правда, снизился до 55).

Информированность о предстоящих выборах, о кандидатах, а также степень идентификации кандидатов (или знание и понимание сути вопросов при референдуме) влияют как на готовность принять участие в голосовании, так и на долю определившихся в выборе (вербально и реально) на момент опроса. Конечно, когда речь шла о выборах Президента России в 1991 году, подавляющее большинство избирателей знало и так или иначе идентифицировало кандидатов (по крайней мере, двух-трех основных). Чего отнюдь нельзя сказать о выборах 1993 года в условиях, когда новообразованные партии в подавляющем большинстве сами-то не очень хорошо понимали, что они есть такое, не говоря уже об их идентификации в массовом сознании (только В. Жириновский, пожалуй, и сумел сформировать какой-то образ, и влияние этой идентификации не замедлило сказаться). В результате большинство электората не имело определенной позиции до самого момента голосования, что крайне затрудняло возможность прогнозирования итогов и снижало шансы на успех прогноза. Максимальная доля «голосов» у двух-трех

лидирующих блоков в ходе всех проводимых опросов составляла 15—17%, а все остальные были статистически не значимы. В этом случае при подготовке прогноза был, пожалуй, один шанс — опираться на тенденцию электоральных предпочтений (конечно, при наличии достаточного длительно динамического ряда), а не на сами проценты распределения «голосов», что подавалось в прессе как квазипрогноз.

В 1990 году сектор изучения общественного мнения москвичей ИСАН на основании результатов прогнозирования трех избирательных кампаний разного уровня и масштаба предпринял попытку вывести количественный индекс возможностей прогнозирования в зависимости от доли определившихся в выборе на момент опроса. Для этого мы использовали простой коэффициент совпадений между прогнозом и реальным распределением рангов кандидатов (табл. 1).

При 55—56% определившихся в выборе были точно спрогнозированы ранги кандидатов, участие в выборах и, кроме того, доля голосов за каждого кандидата (с 4-процентной ошибкой, как отмечалось выше). При 37% определившихся удалось верно предсказать только ранги по двум лидерам (1 и 2 места) и долю участия в голосовании. Точность прогнозирования рангов между всеми шестью кандидатами уже составила лишь 60%, а распределение голосов между ними мы и не пытались прогнозировать. При 25% определившихся в выборе правильным был только прогноз по лидеру. Ошиблись уже со вторым местом, с долей участвовавших в голосовании и с распределением мест остальных четырех кандидатов (естественно, вопрос о процентном распределении голосов вообще не вставал).

Конечно, анализируя данные трех первых отечественных избирательных кампаний в масштабах нескольких избирательных округов Москвы, мы не можем заявить, что вывели некий закон: при 55% определившихся в выборе можно прогнозировать все, а при 25% — только лидера. Однако какие-то количественные ориентиры эта работа даст. Кроме того, из таблицы хорошо видна зависимость результатов прогнозирования от степени актуализации электоральной проблематики (уровень первых свободных выборов в СССР, вторых — в России и локальных выборов в Моссовет).

Таблица 1

Сравнение результатов прогноза и итогов голосования на выборах 1990 года, %

Место, время выборов и количество кандидатов	Количество респондентов, определившихся на день исследования в своем выборе	Точность прогноза			
		Участие избирателей в голосовании		Степень совпадения результатов опроса и распределение мест между кандидатами по итогам голосования	
		Прогноз	Факт	По лидерам (1 и 2 место)	В целом по всем кандидатам
Выборы народных депутатов СССР (весна 1989 г.)					
Севастопольский избирательный округ г. Москвы, 2 кандидата	56	85	83	100	100
Первомайский избирательный округ г. Москвы, 2 кандидата	55	85	82	100	100
Выборы народных депутатов РСФСР (весна 1990 г.)					
Каховский избирательный округ г. Москвы, 6 кандидатов	37	65—70	64	100	60
Довыборы народных депутатов					

Моссовета (осень 1990 г.) Советский район г. Москвы						
Избирательный округ кандидатов	391, 6	36	40—45	26	100	50
Избирательный округ кандидатов	377, 6	25,5	40—45	26	50	30

Прогнозирование участия в выборах — второй важнейший элемент электоральных исследований. Он может иметь самостоятельное фактическое значение для итогов голосования (как это было при голосовании по Конституции). Не случайно необходимый предел снижен до 25%. Он важен как элемент прогнозирования итогов распределения голосов по основному вопросу. Хотелось бы отметить, что при подготовке прогноза крайне необходим и тщательный анализ качественного состава той части электората (или квазиэлектората), которая не собирается голосовать. В противном случае мы получим систематическую, а не случайную погрешность, которая исказит результат прогнозирования. Скажем, если на выборы не идет в основном молодежь, данные прогноза надо корректировать в одну сторону, а если пенсионеры — в другую.

В опросах также при прогнозировании участия в выборах главным элементом является самый простой вопрос — «Собираетесь ли вы принять участие в голосовании (выборах, референдуме)» со шкалой: да, нет, затрудняюсь ответить (пока не решил). Работая над прогнозом выборов 1989 года, мы поступили без затей: не приняли в расчет тех, кто не намеревался идти голосовать, прибавили к ответившим «да» 1/3 затруднившихся ответить и «попали в десятку». Мы воспользовались советом коллег из Всепольского центра изучения общественного мнения (руководимого в то время профессором С. Квятковским), которые тогда уже имели определенный опыт прогнозирования. В частности, они проводили методические эксперименты, пытаясь разбить затруднившихся с ответом на тех, кто скорее все же пойдет голосовать, и тех, кто скорее не пойдет. Получалось, что 2/3, грубо говоря, пойдут, а 1/3 — не пойдет. Фактически же на выборах оказывалось обратное соотношение. Более или менее (как видно из табл. 1) такой метод сработал и на российских выборах 1990 года, однако совершенно не сработал на локальных выборах в Моссовет в двух маленьких округах. Готовность пойти голосовать там выражало тоже абсолютное большинство (около 60%), но пришло лишь 26%; хотя при подготовке прогноза мы сделали «скидку» на низкую информированность, слабое знание кандидатов и принципиально не ошиблись, предсказав, что выборы не состоятся, но все же считали, что придет процентов 45. Видимо, то же случилось при прогнозировании доли участия в последних выборах в местные органы власти. Насколько мне известно, Санкт-Петербургские социологи рассчитывали на значительно большую активность избирателей.

Следующий принципиальный момент процесса прогнозирования — типология электората, или вся совокупность знаний об избирателях данного округа, региона, всей страны (если прогноз распространяется на страну в целом). Это пока практически белое пятно в отечественных исследованиях электорального поведения, конечно, прежде всего в силу объективных причин. Еще не сформировались электоральные традиции, за исключением, пожалуй, одной, относящейся в основном к старшему поколению: ходить на выборы, потому что это положено. Если в странах с устойчивой политической структурой есть не только индивидуальные, но даже и семейные (в том числе и по целым регионам и по поколениям) традиции голосования, скажем, за ту или иную партию, то у нас пока этого нет. Мы пока не можем или почти не можем говорить об особенностях электорального поведения отдельных социальных, социо-демографических групп населения: женщин, молодежи, бедных, богатых и т. д. Все это, безусловно, осложняет процесс прогнозирования.

Большое значение имеет учет социальных настроений электората. Попытку выведения корреляции итогов голосования с общественными настроениями предприняли сотрудники

ВЦИОМ [4]. Эта работа, видимо, сможет послужить делу прогнозирования следующих избирательных кампаний.

Значительное влияние на итоги голосования могут оказать какие-либо актуальные политические события, что также необходимо учитывать при прогнозировании. В частности, весной 1989 года мы отместили еще большее усиление поддержки Б. Ельцина после очередного антиельцинского решения ЦК КПСС в самый разгар избирательной кампании. Венгерские коллеги фиксировали сильные изменения электоральных настроений летом 1989 года в связи со смертью Я. Кадара и похоронами И. Надя [5].

Еще один феномен, связанный с психологией электората и очень важный для точности прогноза, открыт известным немецким исследователем, руководителем Алленбахского института демоскопии Э. Ноэль-Нойманн и сформулирован ею как «спираль молчания» [6]. Упрощенно его можно сформулировать так: «Люди в большей степени склонны отдавать свои голоса партии, набирающей силу». Эмпирически это верифицировалось следующим образом. Наряду с традиционным вопросом — «За кого вы проголосуете?», задавался еще один — «Как вы думаете, кто победит?». Если в ответах на эти вопросы фиксировалось различие, то при подготовке прогноза делалась соответствующая (математически рассчитанная) коррекция «в пользу» той партии, которая, по мнению респондентов, победит [7]. Думаю, если бы в ходе электоральных исследований конца 1993 года кто-то поставил такой вопрос, то в последние две-три недели получил бы наглядную иллюстрацию феномена «спирали молчания». Наверное, многие сказали бы, что они-то будут голосовать за кого-то другого, но думают, что победит Жириновский.

Хотелось бы остановиться еще на одном важном элементе прогнозирования, который можно обозначить как роль последней недели. На этот счет в теории исследований электорального поведения существует много соображений и точек зрения. Согласно одной из них, чем выше образовательный уровень избирателей, тем раньше они формируют свои электоральные установки; менее образованные вырабатывают свое мнение в последнюю неделю или вообще в последний момент; таким образом, наиболее точный прогноз возможен на основании опросов последней недели. Другая точка зрения (правда, это относится к стабильным обществам со сформированной электоральной структурой): люди с некими электоральными традициями зачастую меняют свою позицию в последние недели или дни перед голосованием под влиянием каких-то сиюминутных эффектов, однако, приходя на избирательный участок, голосуют все-таки в соответствии со своими традициями; таким образом, опросы последней недели могут даже смазать картину.

Так или иначе, роль последних недель (или недели), вне сомнения, велика для точности прогнозирования, особенно в нашем «нетрадиционном» обществе. Однако самым главным является наличие динамического ряда результатов опросов — как можно более длительного и частого, позволяющего анализировать временные колебания электоральных установок.

В связи с итогами декабрьских выборов активно обсуждается запрет на публикацию результатов опросов в последние 10 дней до выборов, с чем иногда связывают и неточность прогнозов. На наш взгляд, запрет сам по себе не имеет прямого отношения к прогнозированию. Это другая тема — влияния средств массовой информации и манипулирования общественным мнением. Говорят, в Италии на период избирательных кампаний даже создаются «исследовательские фирмы», производящие нужные заказчику данные, но это, повторяю, уже другой сюжет.

Наконец, хотелось бы тезисно обозначить еще два момента, важных для прогнозирования итогов выборов: статистические результаты прежних избирательных кампаний и география электората. Пока это — тоже узкое место отечественной социологии, хотя бы уже из-за того, что, например, официальных данных тех же декабрьских выборов, насколько мне известно, до сих пор никому не удалось увидеть. Кажется, что слабо стыкуется работа политических географов и полстеров в ходе

электоральных исследований. Социологи в ходе прогнозирования не могут забывать, что выборы проходят не вообще в России, а по конкретным избирательным округам, и результаты зависят в том числе и от того, как эти округа «нарезаны».

Мне не хотелось бы в итоге быть понятым так, что в наших условиях вообще невозможно что-то прогнозировать. Отнюдь. Только это значительно труднее, чем в стабильных обществах. Тем более необходимо изучать опыт других, смотреть, что из него применимо у нас, накапливать свой опыт, активизировать собственные методические разработки.

Литература

1. Ослон А., Петренко Е. Парламентские выборы и опросы общественного мнения и России во второй половине 1993 года: Аналитический доклад. М.: Фонд «Общественное мнение». 1994.

2. Демидов А. М. Секреты избирателей // Социологические исследования. 1989. № 5.

3. Политическое консультирование избирательной кампании: опыт, перспективы // Народный депутат. 1991. № 7; Оправдались ли прогнозы? Некоторые уроки избирательной кампании // Российская газета. 1991. 20 июня.

4. Левинсон А., Шокарев В. Новая реальность//Сегодня. 1994. 26 февраля.

5. Венгерская общественность сдала экзамены на аттестат зрелости. Научный доклад. 1989 г. Венгерский Институт по изучению общественного мнения.

6. Noelle-Neumann E. The spiral of silence: Public opinion — our social skin. 2nd ed. Chicago: University of Chicago Press, 1993.

7. Noelle-Neumann E. Meinungsklima als neue Demension der Wahlforschung. 1987. Рукопись.