

ЭЛЕКТОРАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: СУЩНОСТЬ И ТЕХНОЛОГИЯ

РОТМАН Давид Генрихович - доктор социологических наук, профессор, директор Центра социологических и политических исследований Белорусского государственного университета.

Среди исследовательских проблем, вызывающих особый интерес социологов, безусловным лидером является электоральное поведение. Популярность названного связана со значительным спросом на информацию, в которой нуждаются как политики и поддерживающие их группировки, так и широкая общественность. Учитывая специфику информации, получаемой в ходе электоральных исследований и деликатность целей ее использования, можно, без сомнений, утверждать, что цена ошибки социолога чрезвычайно высока. Тем не менее такие ошибки случаются и не являются отдельным исключением из твердо установленного правила. Их причины определяются не столько уровнем профессионализма исследователей, сколько отсутствием многократно испытанных и проверенных методик и технологий, учитывающих специфику состояния электората на постсоветском пространстве. В данной статье я хотел бы поделиться с коллегами своим опытом организаций и проведения электоральных исследований.

Эффективность и качество изучения различных аспектов функционирования поля политики обусловлено рядом особенностей данного поля. Основопологающими в их ряду являются: ситуация постоянного противостояния; неустойчивость установок избирателей, непредсказуемость перемены мотивов их предпочтений и итогового выбора; интенсивное воздействие на субъектов поля политики внешних, по отношению к данному полю, факторов (экономических, бытовых, этнических, межконфессиональных и т.д.); высокая степень вероятности результатов социологических замеров (совпадение прогноза и итогов голосования).

Эти особенности не могут не регламентировать характер методических подходов, применяемых для осуществления электоральных исследований. Изучение событий, протекающих в границах политического поля, должно быть **непрерывным** и строиться по принципу "от выборов до выборов". Иными словами сбор информации должен осуществляться **регулярно** на протяжении всего обозначенного периода, а не только в условиях собственно избирательных кампаний. Выявление закономерностей изменения электоральных предпочтений и фиксация причин этих изменений, необходимые для анализа и последующего построения прогнозов, предполагают необходимость осуществления серии замеров. Такие замеры должны проводиться как через равные интервалы (например, ежеквартально) на протяжении всего периода электорального исследования, так и в период особо важных политических событий.

Неустойчивость электоральных установок определяет необходимость соблюдения такого требования к социологическим замерам как их **точность**.

Сбор информации должен осуществляться в максимально короткие сроки. Эксперименты, проводившиеся автором статьи, показали высокую степень интенсивности изменения мнений избирателей. В течение месяца позиции отдельных респондентов становились диаметрально противоположными тем, которые фиксировались у них же в базовой точке отсчета. Таким образом, достоверность результатов социологического замера, осуществляемого в оперативном режиме, значительно выше той, которая контролировалась при сборе информации в достаточно длительные сроки. Наиболее

оптимальной представляется продолжительность электорального замера, не превышающая 5-6 дней.

Характерным для осуществления электорального исследования является комплексность применения различных методов сбора информации. В целях повышения ее надежности и качества необходимо использовать такие методы прикладной социологии, как опрос, анализ документов и наблюдение.

В процессе изучения мнений избирателей, а также при обнародовании результатов электоральных замеров и прогнозов социолог вольно или невольно вмешивается в ситуацию, развивающуюся в границах поля политики. В этой связи требование **профессиональной корректности** становится еще одной важной особенностью электоральных исследований. Учитывая сказанное, можно констатировать, что электоральные исследования являются особым видом прикладных социологических исследований, имеющим отличительные особенности и черты.

Предметом электоральных исследований является характер и направленность действий субъектов поля политики в борьбе за власть. В данном контексте под субъектами поля политики подразумеваются политическая элита, органы власти и оппозиция, поддерживающие их политические партии, движения и блоки, а также рядовые избиратели. Противостояние и взаимодействие субъектов поля политики в процессе электоральных замеров фиксируются посредством изучения таких параметров, как политическое влияние, политическая культура, политическая активность, политический выбор, политическое участие и т.д.

Система электоральных исследований возникла для реализации потребности демократического общества в объективной, надежной и непрерывной информации о функционировании поля политики и как средство обеспечения оптимальной меры достижимости в борьбе субъектов этого поля за власть. Сказанное предопределяет основные функции электоральных исследований: **информационную, корректирующую, пропагандистскую и пропагандистскую.**

Реализация информационной функции предполагает проведение электоральных исследований с главной целью - обеспечить политические институты общества достоверными сведениями об электоральной ситуации, которые могут лечь в основу принятия управленческих решений, направленных на оптимизацию этой ситуации в интересах каждого из субъектов поля политики.

Результаты электоральных исследований используются и в том случае, когда возникает необходимость проверки эффективности реализации принятых ранее управленческих решений с целью корректировки характера и направлений электоральной деятельности политических лидеров, институтов, а также кандидатов на посты в избираемых населением органах государственной власти. Таким образом реализуется функция корректирования.

При анализе данных электоральных замеров может осуществляться прогноз развития изучаемых процессов и явлений в рамках поля политики. В этом случае реализуется прогностическая функция. Однако такой прогноз возможен при соблюдении важнейшего условия - в анализе используются результаты серий замеров, проведенных с определенным временным интервалом по сопоставимой методике и на базе одной и той же выборки в рамках единой генеральной совокупности. Другими словами, прогноз возможен только тогда, когда исследования позволяют зафиксировать ту или иную устойчивую тенденцию.

Пропагандистская функция электоральных исследований направлена на ознакомление широкой общественности с результатами социологических замеров. Ее реализация знакомит избирателей с ходом предвыборной кампании, помогает последним лучше ориентироваться в перипетиях политической борьбы, способствует повышению интереса к предстоящим выборам.

Полномасштабное, комплексное электоральное социологическое исследование, построенное по принципу "от выборов до выборов", можно разделить на три относительно самостоятельные и независимые фазы: предвыборное исследование; иссле-

дование в день выборов; послевыборное исследование. Названные фазы не равнозначны как по своей продолжительности, так и по содержательной нагрузке. В рейтинге фаз безусловным лидером является предвыборное исследование. Именно оно занимает все временное пространство "от выборов до выборов", включает в себя серии замеров, осуществляемых разными методами. Именно оно играет основную роль в информационном обеспечении субъектов поля политики в ходе их подготовки к очередным выборам. В отличие от предвыборного, исследование в день выборов и послевыборное исследование носят разовый характер. Вместе с тем их результаты являются важными как для оценки ситуации в момент замеров, так и для построения прогноза дальнейшего развития событий в рамках поля политики.

Предвыборное электоральное исследование, как уже отмечалось ранее, носит долгосрочный характер и включает в себя серии замеров, которые осуществляются различными методами на каждом из этапов подготовки к выборам. Специалисты по организации и проведению предвыборных кампаний считают, что подготовка к очередным выборам должна начинаться непосредственно в момент завершения предшествующих. Если придерживаться этой версии, то предвыборный процесс подготовки можно разделить на три стадии. Первую из них можно определить как "стадию пассивной подготовки к выборам". Она начинается с момента завершения предыдущих выборов и завершается примерно за три месяца до начала очередных выборов. Вторая стадия может быть названа "стадией целенаправленной подготовки к выборам". В процессе ее осуществления политические группировки определяют стратегию и тактику предвыборной борьбы, формируют штабы и команды для работы с электоратом, анализируют возможности будущих соперников и т.д. Данная стадия длится примерно два месяца. За один месяц до выборов начинается официальная предвыборная кампания. Кандидаты, их штабы и команды ведут активную работу с электоратом. Третью стадию определим как "стадию активных действий".

На стадии пассивной подготовки к выборам осуществляются замеры общественно-политической ситуации. Как уже отмечалось, такие замеры должны проводиться с определенной частотой и с равными интервалами. Кроме того могут осуществляться ситуационные замеры, фиксирующие реакции электората в момент важных для общества событий. Замеры общественно-политической ситуации выполняются в режиме мониторинга. Обычно используется метод опроса. Содержание инструментария повторяется в каждом из замеров на 70-75%. С помощью и посредством таких замеров фиксируются: оценки электоратом экономической ситуации в стране и в регионе; оценки собственного материального положения; мнения о перспективах экономического развития; оценки деятельности органов власти различных уровней; степень доверия оппозиции; возможность участия в выступлениях протеста; поводы для таких выступлений; удовлетворенность конкретной деятельностью своего избранника; рейтинги политических деятелей и группировок. Аналогичные замеры могут осуществляться и в моменты важных событий. В этом случае к указанному набору блоков вопросов может быть добавлен блок, позволяющий определить отношение населения к конкретному событию.

Замеры общественно-политической ситуации, осуществляемые на базе сравнимого инструментария, позволяют получить устойчивую и достоверную динамику данных о настроении электората. Одной из особенностей замеров на "стадии пассивной подготовки к выборам" является определение жестких сторонников и жестких противников каждого из политических деятелей и каждого политического института в целом. В состав инструментария при замере общественно-политической ситуации, как уже отмечалось, включаются блоки вопросов для выведения рейтинговых позиций лидеров и политических группировок. Рейтинговые замеры могут проводиться несколькими способами. Целесообразно выделить три из них. Первый и простейший способ (назовем его "способ укола") предполагает построение рейтингового ряда на базе данных, полученных после ответа на один вопрос. В данном случае такой вопрос формулируется либо "Кто из политических деятелей является для Вас наиболее

авторитетным?", либо "Если бы выборы состоялись в ближайшее воскресенье, то за кого бы Вы проголосовали?". Ответы на вопросы такого типа дают определенное представление о позициях электората по отношению к ключевым субъектам политического поля. Однако, оценки в таком варианте, в силу быстроизменяемости ситуации и неустойчивости установок и мотивации электората, не надежны.

Следует использовать более точные варианты рейтинговых замеров. К ним относится метод "веса". В таком варианте используются при сборе информации два вопроса - "За кого бы Вы проголосовали, если бы выборы состоялись в ближайшее воскресенье?" и "за кого бы Вы не проголосовали ни при каких обстоятельствах?". Рейтинговый ряд строится на основе разностей отношений. Такой рейтинг более точен. Однако, наиболее эффективен для целей электорального исследования рейтинговый замер методом "сита". В ходе такого замера устанавливается отношение к каждому из политических деятелей и к каждой политической группировке посредством целого набора вопросов. Это позволяет избежать возможности случайного выбора респондента. В блок для такого замера входят следующие переменные: степень узнаваемости лидера (партии), уровень авторитетности; мера политической проходимости (возможность быть избранным); оценка конкретных действий в данный момент; вера в перспективу данного лидера (партии).

При обработке собранной информации осуществляется группировка полученных данных. Формируются группы жестких сторонников (тех, кто поддержал конкретного лидера или партию во всех случаях) и жестких противников (тех, кто не поддержал во всех случаях). Рейтинговые замеры методом "сита" являются наиболее точными, так как в значительной степени снимают случайность оценок респондентов.

В ходе осуществления научно-исследовательских работ на первой стадии подготовки к будущим выборам регулярно осуществляется и сбор информации методом анализа документов. Постоянно отслеживаются публичные выступления ключевых представителей политической элиты. Динамика данных анализа может показать степень последовательности политика в отношении ключевых проблем, а также меру его принципиальности и честности. Полученные данные могут использоваться на последующих стадиях предвыборной борьбы.

Еще более интенсивная социологическая работа осуществляется на "стадии целенаправленной подготовки к выборам". Такая работа начинается с проведения так называемого базового опроса, являющегося логическим продолжением серии замеров общественно-политической ситуации на всем протяжении предыдущей стадии в режиме мониторинга. Однако, инструментарий базового опроса включает в себя еще несколько важных и специфических блоков. В их числе наиболее значимыми являются: намерение участвовать или не участвовать в предстоящих выборах, включая проблемы конкретной мотивации; степень доверия к различным каналам агитации; портрет желаемого кандидата; факторы, способные повлиять на выбор, на изменение решения, на степень активности в поддержке предпочитаемого кандидата.

Если базовый опрос осуществляется в начале второй стадии, то в ее середине организуется сопоставительный опрос, в котором повторяются практически все позиции инструментария базового опроса. Цель сопоставительного опроса: зафиксировать возможное изменение мнений избирателей по исследуемой проблематике под воздействием тех или иных агитационных и пропагандистских мероприятий. Если это необходимо, то может быть проведен и второй сопоставительный опрос. На анализируемой стадии осуществления предвыборных мероприятий вырабатываются программы кандидатов на выборные посты, определяется тактика поведения при общении с электоратом. Основные позиции этих документов могут быть апробированы с целью их совершенствования в ходе проведения фокус-интервью в фокус-группах, сформированных по различным социально-демографическим критериям. Здесь же может быть определено отношение к возможному кандидату.

Программные позиции кандидатов, откорректированные в ходе фокус-интервью, проходят еще одну апробацию. На финише второй стадии предвыборных действий

организуются три экспресс-опроса: идеологический, политический и проблемный. Проведение таких опросов обязательно в том случае, если социологическая группа работает на конкретного заказчика в интересах определенного кандидата. Идеологический опрос позволяет определить отношение различных групп избирателей к программным позициям кандидата. В инструментарии замера перечисляются такие позиции и дается шкала отношения к каждой из них. Дальнейший анализ позволяет определить, какие группы избирателей будут позитивно воспринимать те или иные позиции, а какие нет. Аналогичным способом осуществляется и анализируется политический экспресс-опрос. В его ходе устанавливается характер отношения избирателей к органам власти различных уровней. Результаты опроса помогают кандидату и его команде определить, можно или нельзя и в каких случаях критиковать те или иные властные структуры. Третий из серии экспресс-опросов - проблемный - строится на базе вопросника, включающего несколько открытых вопросов, с помощью которых выясняются проблемы, в наибольшей степени волнующие избирателей в их семье, доме, микрорайоне, городе и т.д. Данные такого исследования дадут возможность кандидату или его доверенным лицам при встречах с избирателями продемонстрировать последним хорошее знание их насущных проблем.

На "стадии активных действий", т.е. в период развертывания и хода официальной предвыборной кампании, когда избиркомами утверждены в качестве кандидатов все претенденты, сбор социологической информации осуществляется с использованием методов опроса, экспресс-наблюдения и изучения документов. Цель социологических опросов, проводимых на данной стадии - получить информацию о формировании электоральных установок и зафиксировать их содержание. Инструментарий включает следующие параметры: намерение принять участие в голосовании (с выяснением степени его устойчивости); возможность изменить мнение о том или ином кандидате, если выбор уже сделан (с выяснением причин и мотивов изменения мнения); рейтинговые блоки.

Замеры осуществляются каждые 5-6 дней, причем последний за 3-4 дня до даты голосования. Результаты замеров, с учетом их сопоставления с данными всех предыдущих опросов используются как для корректировки поведения кандидатов (такую возможность дает каждый из замеров), так и для осуществления генерального прогноза - прогноза о результатах голосования.

Прогноз о результатах голосования производится за три дня до проведения выборов. Естественно то, что предсказываются результаты голосования в установленный срок, а не возможность выбора на день последнего замера. Ошибки социологических прогнозов зачастую случаются по той причине, что не учитывается отказ от голосования части электората.

Простейший, но вместе с тем достаточно точный прогноз может быть осуществлен с использованием динамики рейтингов кандидатов или политических группировок. При этом учитывается рассчитанное среднее колебание рейтинговой кривой за один день, что позволяет предположить, каким будет характер ее изменения в последние перед выборами три дня.

При расчете прогнозного результата не учитывается позиция избирателей, которые (предположительно) не примут участия в голосовании. Анкеты этих респондентов изымаются из массива. Как определяется такая группа респондентов? Отбор осуществляется по ответам на вопрос об участии в выборах. При этом в массиве остаются данные респондентов, объявивших о своем неизменном участии; 75% анкет (определенных путем механического случайного отбора) тех, кто объявил о том, что скорее всего примет участие в выборах; 50% - тех, кто возможно примет, а возможно нет; 20% - тех, кто усомнился в своем участии и, наконец, 100% анкет тех, кто твердо сказал нет. Число отсеиваемых анкет определялось опытным путем (в ходе многократных наблюдений за поведением электората в последние годы, а также по результатам ответов на вопросы, используемые в послевыборных замерах).

Для корректировки действий кандидатов используется информация, получаемая

методами экспресс-наблюдения (на митингах, собраниях, в ходе других акций, в которых участвует кандидат) и анализа документов (содержания публичных выступлений политиков). Сбор такой информации осуществляется с применением традиционных для названных методов процедур.

Именно таким образом реализуются цели и задачи первой фазы электоральных социологических исследований. Следует отметить, что представленная нами технология предвыборного исследования применима, в первую очередь, при осуществлении заказной научно-исследовательской работы, т.е. иными словами, для работы с конкретным кандидатом.

В систему электоральных исследований, как уже отмечалось, входят исследования в день выборов и послевыборные исследования.

Исследования в день выборов осуществляются с целью получения информации о ходе голосования. Эта информация используется телевидением и радио для ознакомления с ней широкой общественности. Опросы в день выборов могут выступать и как контролирующий фактор, который способен воспрепятствовать возможной манипуляции с результатами самих выборов.

Опросная работа осуществляется либо в течение всего срока голосования, либо дискретно (по 2 часа через каждые два часа). Сбор информации проводится вблизи избирательных участков, причем опрашиваются, по возможности, все выходящие избиратели. Как правило, задается один вопрос - "За кого из кандидатов Вы проголосовали?". Социально-демографические параметры не фиксируются. Основные трудности социологов, решившихся проводить столь трудоемкое мероприятие, как исследование в день выборов, заключаются в отборе точек, в которых должна собираться информация. Число таких точек (если речь идет об исследовании по всей территории государства) должно быть примерно таким же, как число респондентов при работе по национальной выборке. Причем распределение числа мест опроса в каждой из точек также должно соответствовать числу гипотетических респондентов в этих точках. Такой подход влечет за собой серьезную для социологов сложность - значительное увеличение числа используемых для обычного опроса интервьюеров.

Важным условием успеха исследования в день выборов является соблюдение требования о проведении работ по сбору информации в одно и то же время (с учетом, естественно, часовых поясов). Справедливости ради следует заметить, что эффективнее всего замер в день выборов может использоваться в небольших по территории странах. Для такого государства, как Россия, данный замер желательно осуществлять по регионам, т.е. объявлять результаты по каждому из часовых поясов в отдельности.

Последней фазой электорального исследования является послевыборное. Цель послевыборного исследования заключается в получении информации об оценках населением качества проведения этого массового мероприятия, степени его демократичности и правовой приемлемости. В ходе послевыборного замера выясняются и результаты голосования, которые могут затем сравниваться с реальными. В процессе послевыборного исследования выясняются также мотивы выбора того или иного кандидата, мотивы участия или неучастия в голосовании, сроки и условия принятия избирателями окончательного решения, факторы, повлиявшие на это решение. Вся эта информация используется для подготовки к последующим выборам и референдумам.