

Я благодарен ВЦИОМу за возможность дистанционно выступить на данном мероприятии. В своем выступлении я затрону, прежде всего, методологические аспекты исследования социально-приемлемого поведения, а затем остановлюсь на результатах ряда исследований электоральных рейтингов, которые были проведены мною и коллегами из различных опросных организаций в течение 2012-2013гг. Использование в опросах техник, направленных на снижение влияния фактора социально-приемлемого поведения – сама по себе хорошая практика, так существует большое множество вопросов сензитивного характера, к примеру, связанные с употреблением наркотиков или алкоголя, курением, абортами, расистскими или сексистскими установками, голосованием и явкой и т.д. При этом степень восприятия сензитивности данных вопросов может задаваться не только определенного рода структурой социальных ожиданий, но и может зависеть от конъюнктурных факторов, к примеру, присутствия в процессе интервью третьих лиц, к примеру, членов семьи (кстати, этот факт обязательно должен фиксироваться интервьюерами). Как правило, опросы ориентирующиеся на самозаполнение, исключают подобного рода влияние, побуждая респондентов давать более искренние ответы. В данном случае речь идет об использовании в квартирных опросах САPI (computer-assisted personal interviewing), а в телефонных опросах – IVR (interactive voice response). Самозаполнение является наиболее эффективным способом снижения сензитивности: смещение оценок и размер стандартных ошибок является оптимальным. Другим менее эффективным способом контроля сензитивности может служить дополнительная нагруженность вопросов анкеты, т.е. формулирование сензитивных вопросов в несензитивном ключе. Так, чикагский социолог Аллен Бартон еще в 1958г. с американским юмором предложил несколько вариантов переформулирования вопроса: ``Вы убивали свою жену?'' (ССЫЛКА: <http://cogpsy.info/wp-content/uploads/2012/10/Barton-1958-Asking-the-embarrassing-question.pdf>), позволивших уменьшить степень сензитивности вопроса. В соответствии с одним из подходов (каузальным) вопрос мог быть видоизменен следующим образом: «Вам приходилось убивать свою жену?» или, скажем, с подходом “многих”: “Как Вы знаете, многие убивают своих жен в эти дни. Вам доводилось убивать Вашу?”. Несмотря на отсутствие каких-либо затрат на использование данной техники, а также минимальные стандартные ошибки, основная проблема в данном случае заключается в том, что отсутствуют гарантии того, что подход посредством некоторого «обмана» респондента, на самом деле сможет эффективно решить поставленную задачу, и на выходе мы действительно получим несмещенные оценки. На мой взгляд, более эффективным способом контроля сензитивности является использование случайности, гарантирующей анонимность индивидуальных ответов и получение пропорции ответивших в

агрегированном виде. Смысл данного подхода состоит в том, что респондент получает возможность «смешивать» свой ответ с некоей случайной величиной, распределение которой нам заранее известно, а потому ее всегда можно учитывать при расчете доли искренне ответивших респондентов. Таких техник большое количество. К примеру, классическая техника рандомизированных ответов, предложенная Стэнли Ворнером в 1965г. (Warner 1965), заключается в следующем: вначале респонденту дается инструкция: если при бросании монеты выпадает «орел» он всегда должен отвечать на вопрос «да» (к примеру, на вопрос принимал ли он когда-либо наркотики, даже если он никогда их не принимал, он все-равно отвечает «да»), а если «решка», то он отвечает честно «да» или «нет»; затем он втайне от интервьюера подбрасывает монетку и отвечает в соответствии с инструкцией. Ожидается, что половина респондентов ответит «да», так как в половине случаев выпадет решка, а другая половина ответит правдиво. Соответственно, если 40% респондентов отрицательно ответит на вопрос, мы перемножаем $40\% \cdot 2$ (с учетом первой подвыборки) и, таким образом, получаем пропорцию не принимавших наркотики для всей выборки равной 80%. Есть другой способ решить ту же задачу: к примеру, зададим респонденту сензитивный вопрос с вариантами ответов, а затем попросим его прибавить к своему ответу месяц рождения или последнюю цифру любой банкноты, которую он сможет обнаружить в своем кармане. Зная, что среднее значение равномерного распределения цифр в банкнотах составляет 4.5, т.е. $(0+1+2+\dots+8+9)/10$, нам нужно найти разность между полученным средним значением и 4.5; тоже самое касается месяца рождения: зная, что среднее значение всех месяцев равно 6.5 $(1+2+3+\dots+11+12)/12$, для расчета доли ответивших на сензитивный вопрос, нужно просто-напросто вычесть из полученного среднего значения 6.5. К сожалению, основной недостаток данного подхода состоит в том, что респонденты могут с большой вероятностью неверно интерпретировать инструкцию или допустить арифметические ошибки при подсчете. В основе списочных экспериментов, о которых рассказывала Юлия Баскакова в своей презентации, заложена похожая логика, правда, отмеченные недостатки уменьшены. Суть метода заключается в том, что респондентам дается список из четырех или пяти высказываний с просьбой посчитать количество высказываний, с которыми они согласны, и выдать в качестве ответа общее число таких высказываний (Droitcour et al., 1991). При этом одной половине респондентов дается список, допустим, из четырех нейтральных высказываний, не содержащих чувствительного высказывания, а другой – список, содержащий чувствительное высказывание. Нейтральные высказывания могут быть, к примеру, следующими: «Я ежедневно смотрю телевизор» или «В нашей стране достаточно высокий уровень пенсий». При этом список составляется так, чтобы общее число утвердительных

ответов, полученных для всего списка нейтральных высказываний (допустим, состоящего из четырех высказываний) лишь изредка равнялось нулю или четырем. Если подобное происходит достаточно часто — это означает, что инструмент плохо срабатывает, не гарантируя анонимности большинству респондентов. Наконец, в качестве чувствительного высказывания может, к примеру, даваться следующее: «Я готов(а) проголосовать на предстоящих президентских выборах 4 марта» или «На предстоящих президентских выборах 4 марта я буду голосовать за Владимира Путина». При правильной разработке вопросника респонденту должна гарантироваться почти полная анонимность. Итоговая оценка доли респондентов, согласившихся с чувствительным высказыванием, получается как разность между средними значениями ответов по двум группам респондентов (т.е. между средним значением подвыборки (без сензитивного вопроса) и средним значением выборки с сензитивным вопросом). В данном случае, как правило, стандартные ошибки рассчитываются с помощью бутстрепного метода. Возможности использования списочных экспериментов для коррекции смещений, вызванных социально-приемлемым фактором, как правило, даются дорогой ценой: результатом несмещенности оценки становится четырех-пятикратное увеличение ее стандартной ошибки. Есть и другие ограничения: эффект дизайна (т.е. наличие сензитивного утверждения может изменить ответ на несензитивные, таким образом осложняя возможность сравнения подвыборок), или эффекты “потолка” и “пола”, о которых я ранее рассказывал: в случае, если респондент согласился со всеми утверждениями или ни с одним, он раскрывает свое истинное предпочтение, а потому полученные оценки могут быть «загрязнены» искажениями. Оба эти эффекта подлежат количественной оценке с помощью регрессионного анализа в R. Теперь подробнее остановлюсь на результатах исследований социально-приемлемого поведения в России. В течение 2012-2013гг. с помощью коллег из Левада-Центра, ВЦИОМа, Демоскопа, группы “Открытое мнение” удалось провести множество списочных экспериментов, получить интересные результаты, большинство из которых говорит о выраженности социально-приемлемого поведения в электоральных рейтингах. Приведу лишь несколько интересных примеров. К примеру, на графике (Figure 1.) для президентских выборов 2012 г. зафиксированы статистически значимые расхождения между электоральным рейтингом Путина/явкой, измеренными с помощью прямого вопроса о голосовании и рейтингом, измеренным с помощью списочного эксперимента. Как мы видим, если между ответами на прямой и непрямой вопросы заметны статистически значимые расхождения, то между ответом на прямой вопрос и официальными результатами выборов заметных расхождений не наблюдается. Следующие два графика (Figure 2(a), (b)) содержат информацию о разнонаправленном влиянии социально-

приемлемого фактора. К примеру, первый график (Figure 2a) показывает, что старшие возрастные категории на самом деле в большей степени склонны поддерживать Путина, чем открыто в этом признаются; материально обеспеченные слои, наоборот, менее склонны оказывать электоральную поддержку Путину, чем открыто в этом признаются. Для явки (Figure 2b): наименее обеспеченные слои несмотря на открытую декларацию своих намерений участвовать в выборах, на самом деле, менее склонны к участию (для наиболее состоятельных слоев зависимость противоположная). Из третьего графика (Figure 3) следует, что процент голосов отданных за Владимира Путина в 2012г. положительно коррелирует с уровнем социально-одобряемого поведения в регионах и отрицательно с явкой. Наблюдениям подобного рода можно давать различные интерпретации, в том числе, связанные с использованием административного ресурса или возможными фальсификациями в соответствующих регионах. Наконец, в Таблице 1. представлены результаты двух поствыборных экспериментов для выборов мэра Москвы 2013г., проведенных Левада-Центром (при финансовой поддержке Европейского университета в Санкт-Петербурге) и ВЦИОМом. Основной вывод, который можно сделать в данном случае: не обнаруживается статистически значимых различий между электоральной поддержкой Алексея Навального измеренного с помощью прямого вопроса и списочного эксперимента. Практически не наблюдается большой разницы между результатами Левада-Центра и ВЦИОМа (любопытно, что при контроле эффектов “потолка”/“пола” все-таки разница между официальными результатами Алексея Навального и результатами эксперимента становится статистически значимой и положительной даже несмотря на большие стандартные ошибки). В данном случае можно говорить о том, что для состоявшихся мэских выборов, как минимум, в отношении Алексея Навального социально-приемлемое поведение не было столь значимым фактором, каким я его прежде считал. В этой связи, яркий контраст между официальными результатами и прогнозными рейтингами, скорее всего, не объясняется наличием социально-приемлемого поведения. Все это, безусловно, поразительно контрастирует с результатами серии экспериментов, проведенных в отношении Владимира Путина в рамках президентской кампании 2012 г., где уровень сензитивности вопроса о Владимире Путине был весьма существенен.

В заключении хочется выразить надежду, что исследование факторов социально-приемлемого поведения в России получит большее распространение, тем более на современном этапе развития российского политического режима, отмеченным активным вмешательством российского государства в различные сферы жизни российского общества, в результате чего, к примеру, сензитивность политических вопросов или вопросов связанных с идеологическими

воззрениями индивида резко возрастает. Помимо использования новых техник, измеряющих сензитивность хотелось бы чтобы, во-первых, отечественными поллстерами была создана карта сензитивности политических и социальных вопросов (к примеру, респондентам может задаваться открытый вопрос о восприятии проблемы/вопроса в качестве сензитивного); во-вторых, были экспериментальным образом подобраны техники, которые бы позволили оптимальным образом решить вопрос соотношения цены и качества получения более точных несмещенных оценок (к примеру, электоральных и политических рейтингов политиков и общественных деятелей); в-третьих, были включены вопросы, измеряющие эксплицитные и имплицитные установки и фобии респондента, на основе которых можно было выстраивать более сложные статистические модели анализа (в числе подобных вопросов могли бы быть, к примеру, отношение к социологическим опросам и выборам ит.д.). Спасибо за ваше внимание!