

ЗАСЕДАНИЕ НАУЧНОГО СОВЕТА ВЦИОМ

Электоральная осень 2015: основные итоги и новые тренды

(29 сентября 2015, в 17:00, в помещении Института ВЦИОМ,

ул. Берсеневский пер., 3/10 стр. 2)

Модератор: Есть предложение начинать, другие участники подойдут, когда нас найдут. Я вас приветствую на нашей новой площадке, надеюсь, она будет постоянной. Надеюсь, в этом прекрасном зале, который называется Грушинский зал. Не буду расшифровывать. Все поняли, что он назван в честь Бориса Грушина. Надеюсь, будем здесь встречаться регулярно, по разным поводам полезным и приятным. А сегодня этот повод очевиден. Очередной единый день голосования завершен. Он оказался в этом году двоичный, прошел второй тур недавно губернаторских выборов в Иркутске. Поэтому у нас с вами есть возможность пообщаться сразу в двух трендах. Первый будет посвящен в основном вопросам риторическим, вопросам электорального прогнозирования. Коллеги из ВЦИОМ и ФОМ расскажут о своих успехах или неудачах. Расскажем о том, что мы добились и что у нас пока не получается, что получается не достаточно хорошо. Этому будет посвящен первый час нашей встречи. Затем во втором часу мы будем обсуждать темы скорее содержательные, чем методические. Попытаемся обрисовать тренды, сектора, новые явления электорального поведения россиян. И если хватит сил, может, родятся и прогнозы относительно того, как эти явления отразятся на федеральном и региональном секторах. По часу на каждый тренд. С вашего позволения тогда начнем. Мы без микрофонов, потому что это помещение оптимально устроено в плане акустики и записи. Теперь что касается, слушают или не слушают. Мы решили в этот раз не звать СМИ для того, чтобы создать оптимально комфортную обстановку и чтобы можно было говорить в максимальном темпе. Надеюсь, это все воспримут как призыв не срезать углы, а говорить как есть. Итак, слово Степану Львову, руководителю департамента социально-политических исследований ВЦИОМ с рассказом о том, как ВЦИОМ провел этот единый день голосования в плане электорального прогнозирования.

Степан Львов: Начну с небольшой предыстории. Мы занимаемся электоральными прогнозами достаточно давно - наверное, уже лет 10. Основной прогнозный метод складывается в парадигме той вероятностной модели, которую используют большинство опросных центров при прогнозировании результатов

электоральных кампаний. Здесь на слайде приведена классификация методов прогнозирования выборов, предложенная И.В. Задориным, и которую мы обсуждали на научном совете, который состоялся ровно год назад. В прошлом году мы зафиксировали, что сталкиваемся с неким «стеклянным потолком», не позволяющим нам повысить точность прогнозирования. Прогнозная модель дает успешный итог по части электоральных кейсов. Но этот успешный объем оценивается где-то на уровне 30%, за которые мы никак не можем выйти. Что же нам делать? В прошлом году мы собрали в том числе и присутствующих здесь коллег, чтобы понять, как нам «пробить» этот стеклянный потолок. И пришли к определенным выводам.

Прежде всего, мы говорили о том, что необходимы прогнозные замеры непосредственно перед датой выборов (1-2 недели). Это требование нам удалось реализовать в этом году в 9 регионах. Это решение серьезно повлияло на точность прогнозов.

Далее - в регионах с динамичной и/или конкурентной ситуацией необходимы и более близкие по дате замеры (телефонные опросы за 3-4 дня до выборов), предпочтительно – по панельным данным участников предыдущих опросов с целью оценки не столько рейтингов, сколько динамики изменения настроений. Панель мы не стали реализовывать, зато провели очень интересные, и на наш взгляд, результативные трекинги. Участники научного совета тогда согласились с мнением, что прогнозы, базирующиеся на данных, полученных за месяц до кампании, могут отражать только инерционный сценарий.

Большое внимание в 2014 году мы уделили вопросу, что опросный инструментарий следует настраивать более гибко с целью фиксации мнений респондентов, которые уклоняются от участия в опросах. Этой цели может служить сбор «параданных» (продолжительность ответа на отдельные вопросы, выявление точек срыва интервью, параметры неполных интервью), а также применение «альтернативных» коротких анкет для «отказников». Отмечая необходимость анализа параданных, мы вынуждены признать, что проблема до сих пор остается не решенной. Мы понимаем, что мнение тех, кто отказывается участвовать в опросах нам совершенно и абсолютно важно. Но мы пока не знаем, что с этим массивом информации делать. В этом году мы впервые провели сбор этих параданных. Каким-то образом эксплуатировать параданные нам пока не удастся. Здесь я надеюсь услышать экспертные мнения коллег по этому поводу,

может, какие-то подсказки, как конвертировать данные в ценную информацию для прогнозирования.

Еще один момент, на котором заостряли в прошлом году коллеги внимание – это необходимость сценарного прогнозирования что прогноз должен предлагать несколько сценариев развития событий, а также описывать ключевые индикаторы их развития. Это позволит перейти от «угадывания результата» в регионах «с особой электоральной культурой» к формированию карты вероятных альтернатив. Электоральный процесс развивается нелинейно, инновационные сценарии в каких-то случаях проявляются, но в большинстве своем они предполагают некоторые развилки. Это продиктовано и определенными электоральными событиями, когда снимают какого-нибудь кандидата, или появляется кандидат, который обладает серьезными ресурсами.

В прошлом году Игорь Вениаминович Задорин в рамках нашего сотрудничества предложил дополнить вероятностную модель, автором которой он в свое время являлся, некоторой надстройкой. Эту надстройку мы поняли как элемент больше экспертного свойства. Элемент, который предполагает более глубокое погружение в текущую ситуацию, большее погружение в ретроспективу, в электоральную культуру. И в те вещи, которые в принципе количественными методами вылавливаются в меньших объемах. И мы поставили перед собой ряд задач, которые попытались в этом году реализовать, когда мы приступили к прогнозированию.

Так, в 14-м году мы сформулировали задачу, что нужно запускать прогнозную волну не раньше, чем за 7-10 дней до выборов. Тогда будут точные электоральные прогнозы. И здесь нам удалось это выдержать. Предложили трекинговое исследование, о котором мои коллеги подробнее расскажут, в чем их фокус, чем они оказались нам полезными. Сценарные прогнозы были реализованы у нас в 4-х регионах. В двух из них – в Костромской области и в Нижнем Новгороде, они были реализованы в полной мере. Также мы апробировали модель, в двух регионах, где складывается более или менее инерционный сценарий.

Готовимся к постэлекторальным исследованиям. То есть мы должны понять, по какой причине произошли те или иные изменения в последние дни, перед днем голосования. А также попытаться выяснить, в чем заключалась основная причина неискренности респондентов.

В этом году мы стали более серьезно относиться к учету ретроспективной электоральной статистики. Хотя это делали и раньше, но в этом году мы подошли более ответственно к этому моменту. И попытались это тоже сделать.

Что же получилось по итогам 15-го года? Электоральный расчет, который базировался на вероятностной модели, оказался под тем же «стеклянным куполом», под которым он был ранее. Точность модели по нашим расчетам составляет 0,73. (это расчет на основе среднеквадратичного отклонения). Прогноз, который мы выдали с надстройкой, то есть с использованием экспертных и других методов, показал более высокую точность. Точность прогнозов примерно где-то на 10-15 пунктов – до показателя 0,85. Итак, что же определило повышение точности прогнозов? Прежде всего, это максимально возможное погружение в электоральную ситуацию. Если мы раньше работали больше с цифрами, то в этом году стали уделять больше внимания фактологии, тому, что происходило в реальности. Мы дополнили наш вероятностный прогноз качественными методами исследований, использовали телефонный трекинг, анализ электоральной ретроспективы и уличные опросы. Такое комплексирование дало нам результат, который у нас на данный момент имеется. Что же мы предлагаем сделать в 2016 году. Наша основная недоработка, основные нестыковки – это прогнозирование явки. Мы в большинстве случаев прогнозировали более высокую явку. Как выясняется, искусственное снижение явки является для многих управляющих кампаниями основным методом влияния на результат. Предлагаем в этом году добавить экспертную составляющую, позволяющую нам более точно прогнозировать явку. Далее – отказаться от типологии регионов. В прошлом году мы декларировали в нашем реестре первоочередных мер выделение нескольких типов регионов, в которых нужно прогнозировать тем или иным образом. Это регионы, где наблюдается плебисцитарная модель, регионы, где складывается конкурентная модель, и так далее. Мы поняли, что такая технология не дает какого-то содержательного результата, ведь каждый прогноз в итоге становится штучным товаром. Второе - должна пройти институционализация фигуры прогнозиста: мы считаем, что это должен быть человек более универсальный, чем был раньше. Раньше мы делали ставку на электорального прогнозиста, который прежде всего разбирается в статистических методах и количественных измерениях. Теперь он должен иметь представление о том, как устроена кухня каждого региона, каждых выборов. Мы считаем, что в этом отношении тоже продвинемся. Двухтуровые выборы случились в этом году для нас впервые за

много лет. Надежность вероятностной модели в таких случаях вряд ли будет высокой, и мы сразу это предположили. Не только потому, что растут масштабы неискренности респондентов, мы наблюдаем и рост отказов от участия в опросах в случае двухтурового голосования. Этот вопрос пока остается открытым. Мы пока не знаем, что с этим делать. И конечно, вернемся к использованию параданных. Нужно сформулировать, что делать с неопрошенной частью. Материал есть, мы его проанализируем уже с высоты знания о результате и выдвинем собственную версию трактовки параданных.

Модератор: Спасибо. После Алексея Чурикова, Юлия Баскакова несколько кейсов продемонстрирует. Иркутский, костромской и прочие. Фонд общественного мнения, Алексей Чуриков.

Алексей Чуриков: Добрый день. Я на самом деле не собирался сегодня анализировать результаты наших прогнозов, успешные они или не успешные. Хотел скорее поговорить о каких-то наблюдениях или закономерностях этого года, которые по результатам опросов ФОМ показались интересными. Но в качестве иллюстрации я приготовил презентацию с нашими прогнозами и результатами выборов, которая позволяет их сопоставить.

В 2015-м году ФОМ проводил опросы в 8-ми регионах с целью построения прогнозов. Первые опросы для прогнозирования проходили за месяц до выборов, с 7 по 16 августа. В 4-х из этих 8-ми регионов исследования продолжались, было проведено еще по одному опросу по месту жительства респондентов за неделю до выборов с 3 по 6 сентября. И в этих же 4-х регионах были проведены контрольные телефонные замеры за 4 дня до выборов по сокращенным выборкам для того, чтобы понять, происходят ли какие-нибудь изменения в последние дни перед выборами, и внести, если потребуется, корректировки в те прогнозы, которые у нас получились. Вот о результатах опросов в этих регионах, в 4-х из которых были более детальные исследования, я хотел бы рассказать.

Первое замеченное нами отличие этого года от предыдущих лет состоит в том, что на последней неделе происходили довольно значимые изменения в электоральных предпочтениях респондентов. Нам удалось зафиксировать эти изменения благодаря дополнительным телефонным опросам, проходившим в среду на последней предвыборной неделе. Эти телефонные опросы достаточно правильно показали те тренды, которые имели место. Благодаря им мы внесли некоторые коррективы в первоначальные прогнозы. Я забыл сказать, что во всех 8-ми регионах проходили губернаторские выборы и только в одном было

совмещение губернаторских выборов с выборами в Заксобрание. Поэтому в основном речь идет о губернаторских выборах. Итак, в двух регионах были обнаружены довольно существенные изменения. Если по первоначальным прогнозам нам казалось, что там ситуация более или менее определенная, оба губернатора должны победить в первом туре, то телефонные опросы показали, что рейтинги губернаторов на последней неделе снижаются. Один из регионов – республика Марий-Эл. Вы видите на слайде: первый столбец – это наши расчеты по прогнозной электоральной модели. Второй столбец – это прогноз с учетом дополнительных факторов, в том числе динамики рейтингов с августа по сентябрь. В столбце «телефонный опрос» стоят плюсы или минусы там, где были обнаружены какие-то подвижки, которые могли привести к изменению прогноза. Электоральные позиции Леонида Маркелова с августа по сентябрь оставались стабильными, несмотря на серьезные претензии к нему со стороны значительной части избирателей. Поэтому сначала мы прогнозировали его результат на уровне 54%. Однако опрос в среду показал, что его электоральный рейтинг падает, либо из-за скандального видео, либо по другим причинам. Поскольку снижение было не очень сильным, мы посчитали наиболее вероятным исходом выборов – победу Л.Маркелова в первом туре (с результатом 50-52%), вероятность такого исхода оценивалась нами в 2-3 раза выше, чем возможность второго тура. При этом мы предполагали, что голоса Маркелова, согласно телефонному опросу, перейдут к Черкасову. Но как видно, они перешли скорее к Мамаеву, хотя телефонный опрос показывал стабильное состояние электората данного претендента. По телефонному опросу было также заметно снижение явки. К сожалению, по сокращенной телефонной выборке довольно сложно высчитывать точные цифры для всех кандидатов. Мы можем только отслеживать тенденции и, опираясь на них, корректировать отдельные прогнозные показатели. Второй регион, где была аналогичная ситуация, – Иркутская область. Рейтинг Сергея Ерощенко на последней неделе здесь тоже снижался. Из таблицы в презентации видно, что мы дали ему немного завышенный предварительный прогноз (55%) по сравнению с цифрой, рассчитанной по модели (52,6%). Это было вызвано тем, что по данным нашего опроса за неделю до выборов основной конкурент Ерощенко – Сергей Левченко, казалось, полностью исчерпал свой потенциал. С августа по сентябрь его рейтинг снизился, и мы эту динамику чуть-чуть продолжили, перекинув часть голосов С.Ерощенко. Но телефонный опрос показал, что ситуация на последней неделе резко изменилась и второй тур выборов стал вполне реальным, мы

оценили его шансы как 50 на 50. Даже были сомнения, кто-то из коллег предлагал отметить, что вероятность второго тура выше, чем победы в первом. Тем не менее, мы оставили оценку 50 на 50. В прогноз по Сергею Левченко тоже были внесены коррективы, было предсказано, что он наберет не менее трети голосов, что и произошло. По результатам телефонного опроса также резко снизилась явка, но мы не стали корректировать по ней прогноз. Результаты выборов показали правильность внесенных в прогнозы изменений.

По выборам в двух других регионах, Омской и Калужской областях, тоже были изменения, но не столь значимые. При этом какие-то тренды верно фиксировались телефонниками, какие-то – нет. В частности, из презентации видно, что телефонный опрос в Омской области правильно зафиксировал падение рейтинга Зелинского, но неверно показывал, к кому перейдут его голоса. Судя по опросу, часть голосов должна была отойти Виктору Назарову, а Олег Денисенко оставался «при своих». Но результаты выборов показали, что В.Назарову ничего не досталось, он даже немного потерял, а основные приобретения были у О.Денисенко. Так что, некоторые ошибки наблюдаются. В Калужской области телефонный опрос правильно показал рост рейтинга Вадима Деньгина и ошибочно – снижение доли недействительных бюллетеней. Здесь проходили также выборы в Законодательное Собрание Калужской области, это единственные партийные выборы, которые ФОМ прогнозировал. По ним телефонный опрос правильно зафиксировал рост голосов за «Единую Россию» и за «Коммунистов России», потерю голосов «Справедливой Россией» и КПРФ, а также увеличение доли недействительных бюллетеней. Единственная ошибка телефонника – рост доли голосующих за ЛДПР. Нужно признаться, мы не поверили тому, что «Коммунисты России» смогут отобрать голоса у КПРФ, и не внесли соответствующую корректировку в прогноз. И напрасно, эта партия оказалась вполне конкурентно способной. Возьмем это на заметку к предстоящим выборам в Государственную Думу. Еще по 4-м регионам данные в презентации не приводятся, потому что опросы в них проходили за месяц до выборов и по ним делались только предварительные прогнозы. Трудно сказать, происходили ли там изменения в последнюю неделю. Замеров не было, вполне возможно, что происходили. По крайней мере, в трех из этих четырех регионов предварительный прогноз по действующим и.о.губернатора был где-то на 8-10 процентных пунктов выше, чем их реальный результат на выборах. При этом они везде победили. Различия между прогнозом и результатом могли быть вызваны именно

изменениями последней недели. И только в одном из 4-х регионов, в Ленинградской области, предварительный прогноз для и.о.губернатора практически совпал с результатом выборов. Предварительный прогноз был 81,8%, а результат – 82,1%. Конечно, подвижки на последней предвыборной неделе происходили всегда. Но таких сильных, как в этом году, мы раньше не замечали. Это означает, и для социологов, которые делают прогнозы, и для тех, кто пользуется этими прогнозами, что в последнюю неделю надо очень внимательно следить за ситуацией. К сожалению, у социологов нет достаточно надежных инструментов, которые могли бы фиксировать те быстрые измерения последней недели, которые происходят. Телефонные опросы могут использоваться в качестве такого инструмента, но они не всегда позволяют правильно оценить величину и интенсивность изменений, а иногда могут показывать и неверные тренды.

Вторая особенность прошедших выборов, которую хотелось бы отметить, состоит в том, что в 2015-м году увеличился разрыв между декларируемой и реальной явкой. То есть декларируемая явка осталась на уровне 2014 года, даже чуть-чуть подросла, а реальная явка снизилась. Следствием этого стало то, что если в 14-м году большинство прогнозов по явке, которые делал ФОМ, оказались заниженными, реальная явка была выше, то в этом году в 6-ти из 8-ми регионов прогнозируемая явка оказалась выше реальной, причем значительно. В двух оставшихся регионах явка прогнозная оказалась чуть выше фактической. Это обстоятельство тоже нужно учитывать. Понятно, что в головах у избирателей возникает такая дилемма. С одной стороны, им внушают, что на выборы надо ходить, это правильное поведение. Но когда наступает время решать, идти или не идти на выборы, реальная мотивация работает совершенно в другом направлении. И в этом году люди гораздо меньше мотивированы, тенденция крайне неприятная. Для социологов это существенно увеличивает сложность прогнозирования результата. Понятно, что в такой ситуации повысить явку какой-то рекламой, убеждением избирателей, что надо ходить на выборы, уже невозможно. Высокая декларируемая явка говорит о том, что избиратель и так напичкан убеждениями, что надо ходить на выборы. В этом направлении нужно работать другими способами. Либо долгий и тернистый путь – обеспечить реальные конкурентные выборы, чтобы избиратель почувствовал, пускай не сразу, со временем, что от его голоса что-то начинает зависеть. Чтобы было не так, как, например, в республике Марий-Эл, где губернатор в самом начале

кампании дал понять, что он вообще от избирателя никак не зависит, зато избиратель целиком и полностью зависит от него. Или второй способ – законодательное закрепление обязательного участия в выборах, это, наверное, более быстрый способ.

Третий момент, который нужно отметить, относится только к губернаторским выборам. Речь идет о ситуации, когда непопулярный губернатор выдвигается на следующий срок и у него нет сильных оппонентов среди кандидатов. Избиратели оказываются в довольно сложной ситуации электорального выбора. В частности, такая ситуация возникла в той же республике Марий-Эл. И что мы обнаружили. Что в этой ситуации избиратели готовы голосовать за тех кандидатов, которых они мало знают, которым они даже не доверяют. Это проявлялось в том, что электоральный рейтинг некоторых кандидатов оказался выше, чем их рейтинг доверия. А доля респондентов, допускающих возможность проголосовать за кандидата, была выше доли тех, кому этот кандидат известен, кто о нем что-то слышал. Эта ситуация довольно опасная, а в комбинации со снижающейся явкой она может приводить к совершенно неожиданным последствиям, к результатам выборов, которые не могут предсказать никакие социологические опросы. Электоральные предпочтения избирателей оказываются неустойчивыми и могут поменяться в любой момент под воздействием самых незначительных факторов. И последнее замечание, которое может иметь значение для будущих думских выборов. На выборах в Законодательное собрание Калужской области прогнозы ФОМ по непопулярным или недостаточно известным партиям оказались заниженными по сравнению с результатами выборов. Если аналогичные результаты наблюдались в других регионах, где проходили партийные выборы, это обязательно нужно учитывать при прогнозировании думских выборов 2016 г.

Модератор: Следующий выступающий Юлия Баскакова, которая расскажет наиболее интересные моменты этой кампании.

Юлия Баскакова: Уважаемые коллеги, я коротко остановлюсь на тех экспериментах, которые мы поставили в этом году на избирателях. Прогнозировать для нас очень важно, вопреки всем спекулянтам, утверждающим, что прогноз – это вторично. И что нужно изучать, а не прогнозировать. Мы считаем, что прогнозировать нужно. Потому что прогноз для нас способ убедиться, что мы правильно понимаем, как избиратели принимают решения. Если мы на основе наших решений не можем сказать, как поведут себя наши избиратели, то наверное нам надо над собой работать дальше. Что мы сделали в

этом году? мы в этом году провели две такие экспериментальные вещи, которые не делали раньше. Во-первых, мы сделали трекинг. Мы сделали его в трех регионах, один из которых был в центре внимания буквально до последнего времени. На Липецкой области. Во-вторых, мы провели, что я называют home at exit-poll. Это экзит-пол, который сосчитал в себе помимо традиционной нашей технологии анонимного опроса, два дополнительных вида исследования. Частично на планшетах, и плюс ко всему в день голосования мы реализовали телефонный опрос. То есть мы получили фактически уникальный результат. Для сравнения, который дает сделать обоснованный аргумент, насколько честно с нами себя ведут избиратели. Итак, про трекинг. Что он из себя представляет. Он представлял из себя ежедневный опрос по случайной выборке, телефонник. 300 респондентов в день, которая нам давала возможность сделать следующее. Давала возможность отслеживать динамику. Давала возможность отследить диапазон колебаний каждого кандидата и каждой партии. Кроме того, давало возможность собрать огромную базу данных и немножко позаниматься темой недостижимости. Нам удалось их поизучать. Но с точки зрения прогнозирования результатов выборов, вопреки ожиданиям того, что приближением опроса к дате выборов позволит нам уточнить наш прогноз. Как выяснилось, это работало не всегда. И вот эти слайды это демонстрируют. Это Костромская область, он хороший, поэтому скучный. Мы попали, о чем тут говорить. Здесь на верхнем графике представлена динамика наших прогнозов и красная полосочка – это фактический результат выборов. Видите, что тут все совпадает, правда мы немного недооценили КПРФ. Но в целом результат можно признать успешным. А на нижнем графике дана часть динамики. То есть как это выглядело изо дня в день. Мы видим, что результаты фактически не менялись. Данные были пробные, несмотря на маленькую выборку. У «Единой России» была отрицательная выборка вплоть до дня выборов. Но мы ушли устойчивый тренд такой. Не стали ее понижать и оказались правы. Теперь следующий кейс, плохой кейс. Город Нижний Новгород. Делали все то же самое. Е же технологии. Внизу на нижнем графике кусочек трекинга. Мы видим, что данные устойчивые изо дня в день. Партия показывает очень маленькую динамику, хотя она все-таки есть. Мы можем наблюдать и как-то ее интерпретировать. Видим повышение рейтинга «Единой России» на краткосрочном тренде последнего дня перед выборами. То есть у нас есть долгосрочный легкий тренд вниз. У нас есть краткосрочный тренд вверх. И сигнал, мы не знали, что с этим делать. А на графике слева, мы видим результаты

нашего прогноза в разрезе трех практик. По крайней правой оси результат КПРФ, по левой – результат «Справедливой России». И оси вверх – это результат «Единой России». Вот этот красный кружочек – это фактический результат. А синенькие кружочки – это прогнозы, которые мы давали. Последний из них с циферкой, это последний прогноз, который мы давали 12 сентября, то есть строго накануне. И здесь отложена зелеными стрелочками та динамика, который дал экзит-пул с теми прогнозами, которые мы дали. «Единая Россия» получила на 7 пунктов меньше, КПРФ на 6 пунктов больше. И плюс один пункт «Справедливой России». По малым партиям мы примерно попали. Получается, у нас был трекинг, но почему-то он нам не помог правильно спрогнозировать. Объяснительная гипотеза здесь связана с явкой. Мы прогнозировали явку на уровне 30% , она оказалась еще ниже – 26%, и видимо тот объем выборки, который у нас был, с учетом большого количества партий, там было 8 партий. Было слишком много шума для этого объема выборки. То есть нам нужно каким-то образом здесь проводить адаптацию. И третий кейс, конкурентный кейс, он интересный. Иркутская область. Здесь тоже график справа внизу – динамика трекинга ежедневного. График слева вверху – это динамика наших прогнозов. Это все строго по первому туру, на второй тур у нас не было трекингов. Мы видим, что трекинг нам устойчиво показывал результат Ярошенко. Высокий, абсолютно доминирующий. Трекинг нам показывал рост Левченко. При чем рост стал динамичным за последние 4 дня. И мы давали прогноз, он на графике слева обозначен зеленым кружочком с пометкой 12 сентября. Где мы давали Ярошенко примерно 51%, Левченко в районе 28-29% . и уже неформально давали прогноз, что если в случае будет неподходящая погода или будет любой другой фактор, который повлияет на явку избирателей, вероятен второй тур. Хотя перед нами вставал интересный статистический вопрос. А как использовать эту динамику. Строго говоря, мы могли экстраполировать тренд и построить цифры еще на 1-2 дня вперед. Естественно выбор политический, допрыгнет лишний процент или не допрыгнет. Мы сделали ставку, что допрыгнет – не допрыгнул. Но что здесь интересно, что по факту мы сильно недооценили результат Левченко. Левченко нам не показывал тот возможный результат, который он может набрать. Какие мы можем для себя из этого сделать выводы? Урок есть позитивный и негативный. Как в известной книжке Фибмера, здесь есть и сигнал и шум. И нам надо научиться с ними работать. Вот сигнал определенно усилился. Во-первых, мы везде достаточно точно предсказали явку. У нас самое большое отклонение по явке

было на 4% - это Нижний Новгород. В остальных случаях мы попалим в пределах 2-х пунктов. Мы увидели вариацию, то есть диапазон колебаний каждого кандидата, и каждой партии, которая конкурировала. И когда задана не одна точка, один кандидат условно имеет 50%, а другой – 30%, а мы видим облако этих точек, такой диапазон. Мы можем понимать, мы правильно оцениваем или как-то фантазируем. И возможно что-то другое. То есть мы можем давать оценки с большей уверенностью. Одновременно трекинг нам повышает шум. Потому что динамика есть, но как нам ее учитывать. Какие периоды брать, какие точки брать. Как считать, как соотносить, чему больше верить. Вот эта безумная динамика - скорее больше вопросов, чем помощь. Хотя я уверена, что с ней можно научиться грамотно работать. И конечно, у нас остается проблема искренности. Ее покажу на паре слайдов. И нам удалось продвинуться с отказниками. Участникам трекинга, кто отказался отвечать на вопросы, задавали один вопрос. И поскольку у нас шло все 21 день три недели, мы могли менять этот один вопрос и набрать кумулятивную статистику. В частности, мы узнали, что отказники, это в основном женщины, больше чем мужчины. И не отвечали на вопросы не потому что они не верят в социологию, а потому что им сейчас отвечать не удобно. Это тоже наиболее распространенный ответ. Мы узнали, что они в целом довольны положением дел в регионе, примерно в той же доле, как и все остальные. На выборы они собираются, политикой они не интересуются, а социологическим вопросам затрудняются сказать, доверяют или нет. То есть мы можем сказать, что нам статистику портили не злые отказники, которые не хотят с нами разговаривать, а респонденты, которые отвечают на вопросы, но почему-то отвечают не так, как они голосуют. Про экзит-пол. Мы поставили эксперимент на экзит-поле двоякого свойства. Во-первых, мы с 2011-го года проводим экзит-пол методом анонимного голосования, имитации голосования. Мы даем респондентам избирательную урну, где наклеиваем логотип ВИЦОМ, мы даем им бюллетени, предлагаем отметить галочкой своих кандидатов, и бросить бюллетень в урну. Я покажу вам слайд, когда мы проводили экзит-пол в 2011 года традиционным способом, спрашивая, за кого вы проголосовали. У нас тогда были значительные отклонения по всем партиям, здесь приведены результаты относительно «Единой России». Отвечая на вопросы вслух, респонденты были склонны завышать результаты «Единой России».

Модератор: А там не перепутано, потому что по Москве было 26% по «Единой России»?

Юлия Баскакова: У нас было два типа регионов. Вот в тех регионах, где разница показана красным цветом, там результаты не подвергались публичному обсуждению и публичным сомнениям. И там респонденты отвечали поконформистски. В регионах первого типа - Москва, Петербург и Саратов, мы считаем, что конформизм состоял в том, чтобы отвечать, что голосуешь не за «Единую Россию», а за другую партию. Конформизм оппозиционного свойства. Люди выбирали наиболее распространенную точку зрения, и ее озвучивали вслух. Мы сделали тогда из этого выводы. Провели серию методических экспериментов. Мы задавали на улицах вопросы разными способами, и к президентским выборам изменили методику. Что нам позволило снова попасть. И с тех пор у нас все региональные замеры проводятся методом имитации голосования. Итак, возвращаясь к Костромской области, что мы получили. Интересный зеленый график со столбиками. Это люди, которым мы звонили и спрашивали: вы сегодня ходили на выборы или нет. Я сегодня проголосовал, доля ответивших в 14 часов 43%, в 17 часов – 72%. Вот у нас динамика социально одобряемого ответа. Что все ходили на выборы. Результаты партий кандидатов в 2,5 раза по факту. Результаты разницы партий и кандидатов телефонник и экзит-пола нам здесь дали, но не значительную. Не значительно принципиальную разницу. Доля поддержки «Единой России» по телефону и доля поддержки по результатам экзит-пола.

Модератор: По телефоннику 46%, а через урны и планшеты – 50%, а факт был 50,9%.

Юлия Баскакова: Чуть-чуть перераспределилось в пользу малых партий. Поскольку мы давали большой список. Может те, которые сказали, что пошли, а на самом деле не пошли. И они кого-нибудь здесь дополнительно выбрали. На самом деле довольно близко все получилось в Костроме. Очень любопытен кейс в Иркутске. Синенькая полосочка – это результаты Ерощенко, красная – результаты Левченко. Что касается экзит-пола в Иркутской области. Наверху слева результаты голосования с урнами. Побеждает Левченко, при чем с большим отрывом и довольно близко к тому факту, который опубликовал Избирком. Что мы имеем в телефонном опросе. Телефонный опрос нам дал строго противоположенную ситуацию. В день голосования те же самые люди отвечали нам, что они сходили проголосовать, и что они проголосовали за Ярошенко. Выборка случайная, с контрольным добором на последнем этапе. Идея, что людей с мобильными телефонами 60% по ней. Первым вопросом мы

сегментировали выборку. У респондентов была возможность ответить: уже проголосовал, или я не проголосовал. Вторым мы задавали вопросы: пойдете или не пойдете. И тех, кто пойдет, мы спрашивали, за кого вы будете голосовать. Вот так у нас результат Ярошенко еще и вышел. Здесь мы имеем систематическое смещение. У нас есть основание подумать, а как нам отвечают на вопрос респонденты, когда мы их спрашиваем прямо. И здесь у нас дополнительный материал дают планшеты. Частично основную массу экзит-пола мы закрывали урнами. Но в Костромской 10 участков, а в Иркутской 18 мы закрыли планшетами. Мы здесь получили достаточно заметную дистанцию между тем, когда респондент отвечает и бросает в урну и когда он отвечает на планшете. На планшете мы тоже имитировали бюллетень, подсовывали ее респонденту и разрешали самому заполнять. Но не все брали, кто-то просил зачитывать. Кто-то не понимал, как заполнять, в общем, просили интервьюеров заполнять очень часто. В общем, что мы поучили. Во-первых, мы получили дистанцию, заметную в плане завышения результатов «Единая Россия» и кандидатов правящей партии. Кроме города Костромы, где не было конкурентной ситуации.

Модератор: Завышение на 24% с учетом того, что планшетов было очень мало, гораздо меньше чем урн. Это можно отнести не к методу, а к меньшей выборке.

Юлия Баскакова: Возможно, это нужно проверять. И что касается испорченных бюллетеней, здесь тоже есть методический нюанс, который тоже нужно учесть. Когда респондент имеет дело с бумажным бюллетенем, он может его физически испортить. Он может отметить несколько кандидатов, может не отметить никого. На планшете он бюллетень испортить не может. Иначе как вместе с планшетом. Поэтому мы вынуждены были поставить галочку в варианте «Я испортил бюллетень». Дать им такую возможность. И они ее все радостно выбирали. У нас 10% в Иркутске и 14% в Костроме. Но мы видим, что урны фактически совпадают с фактом по большинству позиций. Тогда как планшеты все-таки дают нам отклонения. И в завершении к выводам. Анализируя все эти расхождения, вывод заключается в следующем. Что мы должны каким-то образом еще раз подумать над тем, как мы задаем наши вопросы. Очевидно, респонденту не имеет смысл задавать вопрос, пойдете ли вы на выборы, если он все равно говорит, что я пойду. Нужно придумать, как задавать тот вопрос другим способом. Или в технологии, которую мы уже апробировали. Но там лучше работает на ретроспективу, чем на перспективу. Потому что вопросы о намерениях и вопросы о фактах, это немного разные технологии. Мы видим, что анонимность снижает

рейтинг, уровень комфортности и это надо как-то использовать. И второй момент, который я бы хотела озвучить, видимо нам нужно пересмотреть саму модель прогнозирования. Я имею в виду не коэффициенты, которыми мы занижаем явку. Нужно настраивать их, подгонять и добиться совпадения этой явки. Но когда мы занижаем явку коэффициентами, а не ориентироваться, что мы получаем достоверные данные по результатам опроса напрямую. Фактически мы делаем статистические манипуляции, мы делаем целый ряд допущений, мы сдвигаем и результаты малых партий. И сами себя загоняем в ловушку прогнозов. Возможно, вариантом доработки прогнозной модели может быть типологизация респондента по методу выбора кандидата к дню голосования. Может есть смысл делить на тех, кто сделал выбор и для них работает наша модель. Либо брать какую-то другую модель поведенческую, которая делает выбор ситуативный, случайный или какой-то еще. И здесь делать набор допущений по партиям. Но это вариант очень на вскидку, над которым мы будем работать. Спасибо.

Модератор: Спасибо. Есть у нас еще заявление. Это Алексей Высоцкий.

Участник: Есть вопрос. Вот 16% это было от принявших уже решение идти на выборы или, по Иркутску, когда было 16% по замеру.

Юлия Баскакова: Это был текущий рейтинг. От всех опрошенных в целом.

Модератор: Алексей Высоцкий, калининградская исследовательская группа.

Алексей Высоцкий: Я политтехнолог, я смотрю на многие проблемы, которые были сегодня озвучены, как вы понимаете электоральную культуру. Там все, мы не рассматриваем сейчас Кемеровскую область. В целом ряде субъектов политпрогнозирование не связано с чем-то там еще. Давайте честно будем говорить. Есть ряд субъектов РФ, их значительное количество, где электоральная культура связанная с организацией проведения выборов, исторически сложилась как практически чистая. И в этом смысле Иркутск к этим регионам принадлежит. Я следил за этим два года, как и за кампанией в Калининграде. И за Иркутском, поскольку неплохо его знаю. про Калининград и Иркутск с точки зрения социологической, они являются регионами, где действительно электоральное поведение отражает тот результат, который будет получен на выборах. Например, ситуация связанная с Заксобраниями. Давайте говорить честно. Чем ближе кандидат в ОблДуму, в Горсовет, разнообразные ситуации становятся более разнообразными. Соответственно одно дело анализировать ситуацию в субъекте, где строчка 1% от избирателей, другое дело – где 20% от количества избирателей. Поэтому мне кажется, здесь экспертную составляющую надо

увидеть. Хорошо, что брали города, потому что в других районах зафиксировать такое присутствие возможности не существует. Второе. Мне кажется, что мы совершенно не говорим о том, что есть летняя избирательная кампания. Сейчас в Иркутске эта ситуация в полной мере отразилась. В Калининграде сейчас общаясь, большинство людей, большинство избирателей, под 50% точно попадают внутрь избирательной кампании в последний ее день проведения. Кандидаты уверены, что они кампанию ведут три-четыре месяца. Избиратель оказывается в этой избирательной кампании, как только он вышел из летней поездки. Как только он повел детей, в школу, как только он вернулся обратно. Это не фатально, но этого много. Я смотрю, что данные достаточно инерционные. По дням последней недели тоже хочется сказать, там больше людей. Теперь, что касается калининградского кейса. Мне кажется, что эти выборы в целом по стране были промежуточные по отношению к электоральной культуре. Эти выборы точно показали, что для власти кампании меньшей явки они не панацея, а большой риск. Собственно если мы отвлечемся от стратегий проведения кампаний, главное, чтобы у нас субъекты делились 50 на 50. в одних субъектах действующих губернатор реализовывает стратегию высокой явки и вели кампанию призывную больше по явке, чем их кандидата. Зачастую. В этом смысле Калининград сделал так. Есть регионы, в которых велась кампания на уменьшение явки, но это мы можем провести только через негромкую кампанию своего кандидата. Соответственно усугубление явки при постоянно снижающемся... тут интересный момент есть. Я с коллегами общаюсь в других регионах. Эта установка на открытость, деятельность, конкурентность, не везде восприняли ее всерьез. Она начала диффузировать в днп пять. В некоторых местах количество людей, которые просыпаются даже в условиях низкой конкурентности, эта диффузия происходит. И в этом смысле, когда при этом кампания низкой явки. На чем Ярошенко собственно и попал. А по низкой явке я приведу всех, кого контролирую. Неверно попытались привести всех, кого контролируют. Вообще все кампании должны быть очень вежливы. А в следующем году должны быть еще более вежливыми. Потому что любая невежливая кампания, кампания слишком высокого доминирования власти, слишком высокого ресурса исполнителя в частности административной власти, эта кампания приводит административную мобилизацию, но не приводит голоса. Соответственно, что и получилось с Ярошенко. Сама кампания Ярошенко была не о чем, она была очень тихой. Избиратель голосовал случайным образом. А соответственно вся явка выше 30%

вообще голосовала, как бог на душу положит. Кампании не было у Ярошенко вообще, кампания с ходу не набирает. Она поздно пытается этот локомотив разогнать. И просто люди притягиваются к более яркой кампании. Это все просто. Здесь про прогнозируемость пару слов скажу. Когда идет кампания на повышение явки, и в субъекте она идет и по отношению к выборам она идет. И кандидаты ее поддерживают, конечно, мы везде имеем прогнозы завышения явки. Потому что тогда идти на выборы – это социально одобряемо, когда вокруг тебя плакаты, что ты гражданин и так далее. Например, в Калининграде кампания на повышение явки привела к тому, что в среднем по области у нас явка составила 39,6%, в возрасте 18-30 явка составила 41%. Я никогда в жизни не верил в электоральную активность молодежи. Электоральная активность молодежи всегда была в два раза в среднем ниже по выборке. Соответственно вот вам интересный факт. Неожиданно интересный факт. А с учетом того, что демографический пик молодежи скоро у нас перейдет в электоральную плоскость, эту тему я бы посмотрел и поизучал. Вот для меня, к чему приводит кампания повышения явки со своим патриотизмом. Ситуация два. Самая высокая вариативность, на мой взгляд, наблюдается сейчас в группе пенсионеров. Мы настолько привыкли воспринимать пенсионеров условно коммунистически или ретроградно ориентированными. При этом мы забываем, что сейчас нынешние пенсионеры, кому в 89-м было 35-45. и это люди совсем другие. Мне кажется, мы совсем не уделяем времени пенсионерам, потому что есть такой стандарт – а понятно, как эти пенсионеры проголосуют. И у модераторов есть такой стандарт. И мне вот кажется, что вариативность этой группы как раз вот и подвела. Но это кампания высокой явки. А в кампании низкой явки мы получаем, что при опросе 20-30 ну 50% респондентов от интервьюера узнают, что будут выборы. Он является не интервьюером, а он их оповещает. Понятно, почему мы залетаем в такого рода кампаниях на поддержку власти. Понятно, если тебе сообщили, что надо идти на выборы, реакция – ну, пойду. Интересно, узнал только. А дальше ты реагируешь первым случайным образом на наиболее узнаваемую величину. Мне кажется, что тут ничего сложного искать не надо. В исключительно плохих муниципалитетах в избирательной комиссии явно пользуются голосами. И там понятно, кто на выборы не ходит никогда, кто на выборы ходит всегда, кто на выборы ходит иногда. Частоту нужно задавать. Коль скоро этим пользуются плохие муниципалитеты, почему бы этим не воспользоваться хорошим социологам. Потому что если человек не ходит на выборы никогда, почему не составить таким

образом? Сбалансировав их, понять как ведут люди при опросе и как скорее всего они себя поведут другие голосующие. Мне кажется, это может дать интересный эффект. И последнее. Мы заходим в ситуацию, когда дело не в том, что есть протест, такой протест или другой протест. Мы заходим в ситуацию, когда, во-первых, в руках действующей власти действующих губернаторов, мэров, депутатов и так далее, останется управление или на текущем уровне, или возрастет. Это во-первых. И все протестная деятельность – это эффект наиболее ресурсных товарищей. А это всегда «Единая Россия» и их товарищи. То есть протест в этом смысле он латентный, он есть. Другой вопрос. Ты его своими невежливыми, неаккуратными действиями активизируешь, и тут он к тебе придет, что бы ты ни делал. Потому что негативная мобилизация всегда более живая. Тем более такая мобилизация, которая случилась в Иркутске. И проголосуют против тебя. При этом я не скажу, что это протест. Это мозаичная штука. Там есть и те, кто никогда не прощу власть за что-то, там есть и доля тех, кто хочет что-то новое – результат голосования за новые партии. А им уже 20 с лишним лет ничего нового не предлагается. Там есть доля тех, кому не нравится стиль того или иного кандидата. Это настолько мозаичная, дифференцируемая группа избирателей, что с ней можно работать, и власти в том числе. В любом протесте только 10% непримиримых. Остальные – те, с кем не поговорили, не обратились, в Интернете не простучались, фото-жабу им не закинули. И в данном случае в следующем году я никакого протестного голосования не ожидаю, кроме регионов, в которых кампании будут вестись невежливо. Мы еще будем повышать электоральную культуру. Мы еще со стороны избирательной комиссии будем учить их действовать с учетом действующих установок. Мы еще год будем учить оппозиционных кандидатов защищать результаты на каждом конкретном участке. Многие уже научились это делать абсолютно. Другие субъекты будут считать, что они административно приведут там 30-40% явки. Хотя в среднем субъекте сейчас, если административная мобилизация составляет сейчас 15% - это величайший успех.

Модератор: Спасибо, Алексей, мы плавно перешли ко второй части. У нас есть выступление Михаила Мамонова.

Михаил Мамонов: Скорее где-то на стыке между первой частью и второй. Коллеги начали с результатов нашего прогнозирования. Как уже было понятно, у нас было две опции. Первая – это прогноз по результатам опроса. Второй – трекинг. И если бегло посмотреть, не задерживаясь на процессе. Мы можем

заметить, что если традиционный прогноз оказался достаточно эффективным и за исключением Костромской области, мы хорошо попали. И это попадание благодаря работе с экспертами и повышению результатов оппозиционных партий. Именно за счет мнения экспертов. За исключение Костромской области, все остальное нам достаточно хорошо удалось. Теперь по тем тенденциям, о которых мы говорили. по отдельным трендам, которые мы зафиксировали в ходе подготовке к избирательным отсекам и по той кампании и вопросам, которые нас в чем-то тревожат и в чем-то интересуют. Во-первых, надо учитывать, что ни у нас, ни у ФОМа не было всех регионов. Мы мониторили те регионы, которые являются в той или иной степени проблемными. Поэтому наши выводы, которые мы получали будут смещены в зависимости от того фокуса, который у нас был. Прежде всего, в избирательной кампании мы можем отметить две группы факторов, которые оказывали влияние. Первое – это внешние условия прохождения самих кампаний. Второе – это внутренние условия общего характера. Что мы зафиксировали, прежде всего в ходе фокус-групп. Во-первых, отчетливо фиксируется в массовом сознании дистанцирование Путина от «Единой России». Люди об этом заявляли практически во всех регионах. Для них ситуация не понятна, кого собственно Владимир Владимирович поддерживает. Он с «Единой Россией» или с Общероссийским народным фронтом. Это вопрос, который оставался открытым и он в конце концов приводил не то, чтобы к переосмыслению. Но к некой критичности, к неким вопросам по отношению к «Единой России». Второй фактор тоже внешнего характера – это то, что мобилизационный вектор внешне сохранился, но патриотический внутренний настрой ослабевает. И происходит смещение от повестки внешней к повестке внутренней. Население все больше интересуется локальными проблемами, которые есть. И все меньше реагирует на импульсы внешнеполитические. Особенно это касается тех регионов, где есть прилежность с Украиной, мигранты. Где есть абстрактная внешняя повестка, начинает негативно влиять на их собственную жизнь и на их локальную проблематику. Что касается внутренних условий кампании, наиболее типичных, наиболее распространенных, не говоря о каких-то локальностях. Мы не зафиксировали никаких угроз потенциальной не легитимности выборов. Из наших регионов было только два, город Астрахань, где можно было говорить о недопускаемости. Второе. Это то, о чем говорил Алексей. Это деполитизация населения. Население самоотстраняется от политики, несмотря на то, что в ходе опроса мы фиксируем подчас парадоксальные вещи. Например, высоко

декларируемую явку. Дальше я покажу это на цифрах, как это выглядело. В отдельных местах выглядит даже немножко смешно. Следующий фактор, который имеет смысл – это отчетливо фиксируемый запрос на оппозицию. Мы зафиксировали интерес населения к яркой политике. Народ устает все больше и больше от скучной политики. Он хочет какой-то яркости. И наверное, на этом основан был интерес к ЛДПР на первоначальном этапе избирательной кампании. Эта засушенная политика, она не интересует население. Население хочет чего-то нового: где-то спектакля, где-то интриги, а когда это не предлагается, возрастает интерес к традиционным утилитарным партиям. Но при этом интерес к непарламентским партиям крайне и крайне фрагментарный. Оценивать его по результатам этой кампании не имеет. И ситуация в Костромской области с «Парнасом» как это подтвердила. Абсолютно согласен с Алексеем, что имеется крайне негативный эффект, негативная реакция на любое использование административного ресурса. Как реального, так и потенциального. Люди отчетливо артикулируют нежелание его использования и неготовность подчиняться и крайне негативную оценку в целом. Следующий фактор, который немножко диссонирует с Алексеем, это усиление протестных настроений. Отчетливо мы зафиксировали это в ходе кампаний. На уровне деклараций это есть. Очевидно это тот фактор, который позволил нам усилить шансы оппозиционных партий. И опять перекликались данные с экзит-пола по динамике последних 3-4 дней. Особенно перекликалась переоценка действующей власти, переоценка основного кандидата от партии власти. И конечно, когда мы проводим последний опрос за неделю, мы это не фиксируем и теряем возможности это предсказать. По демонстрации отдельных сюжетов, кейсов, которые были озвучены. Первое, это потенциальная легитимность выборов. Мы оценили как высокую в самом начале и это продолжалось на протяжении всей избирательной кампании. Было два условно проблемных региона. Это Астрахань и Новосибирская область, где показатели потенциальной нелегитимности были выше. Во всех остальных регионах не фиксировалось никакого отчуждения официального результата. Не менее интересные данные, это относительно разности ответов, от декларируемой явки и то, как люди отвечают на наши политические вопросы. Самый традиционный вопрос: пойдете ли вы на выборы, собираетесь ли вы идти на выборы. И что парадоксально. Если посмотреть, наверное, 80% регионов 4 месяца давали примерно одинаковые результаты. От 61 до 67% участия в регионах демонстрировали. Ни о какой избирательной кампании в июле речи не шло.

Никакой активности наши модераторы в большинстве своем не фиксировали. И откуда такой показатель, наверное, как раз из отношений населения к политике. И ответы установочные, которые не фиксируют реальное отношение людей на какие-то активные политические события. Дальше. Мы отчетливо, как я уже сказал, зафиксировали рост протестных настроений в ходе избирательных кампаний. Приведены данные нескольких регионов, где мы проводили исследования в июле и августе. Интервал между этими регионами всего 1 месяц. Видите, насколько устойчивы протестные настроения общества. Как раз очевиден тот факт, который привел к усилению позиции парламентских оппозиционных партий. Ситуация сама по себе не типичная. Но политизация протестная отчетливо видна. Следующий факт, который показался нам очень интересный – это как люди оценивают информационную кампанию, информационное присутствие партий фактически в начале самой избирательной кампании. Мы действительно поразились этим данным. Они были для нас не типичные. Что мы увидели. Высокую активность явно продемонстрировали ЛДПР. При этом мы не фиксировали ее наглядно, визуальным образом. Проводились в этих регионах фокус-группы, модераторы нам фиксировали, что было на самом деле, но опросы показали, что это и есть реализация запроса на интересную политику. Это всегда ассоциируется с интересной явкой избирательной кампании. Это не тот избиратель, который обязательно придет и проголосует за ЛДПР. Запрос на яркость, запрос на какую-то интригу, запрос на интерес. Мы, в том числе, зафиксировали в опросах. Надо сказать, что в отдельных регионах явка информационного присутствия именно ЛДПР значительно превышала даже присутствие «Единой России». По потенциалу партий и по тому, что ждать и по тем проблемам, которые возможны. В этом году мы впервые задали вопрос, за какую партию вы проголосуете. Этот вопрос был провокационным, можно спорить о его выделенности. Но мы хотели понять, где тот ядерный электорат власти и какие вообще потенциальные возможности у нас присутствуют в партийном пространстве. Что мы получили. Группа респондентов, которые однозначно поддерживают власть, независимо от того, какая она. И группа респондентов, которая поддерживает партии. Выступающие за свободу слова, честные выборы. Традиционно в политической системе оказались равны. Этот диапазон 15,16 в некоторых регионах до 20%. Ситуация не однозначна. Но очевидна. Мы говорим о некоем запросе, который присутствует в обществе, возможно это один из способов структурирования этого запроса. И этот же запрос может повлиять на

ход той же думской избирательной кампании. При этом запрос отчетливо фиксирует, что запрос на пролиберальные партии естественно более выражен в возрастной группе 18-24. в среднем по регионам, где мы задавали этот вопрос, каждый 4-й, 25% заявили о том, что он готов проголосовать именно за эту партию. Происходит это за счет сокращения левоориентированных партий. В отдельных регионах, например, в Астрахани, как показатель в этой возрастной группе увеличился до 40%. Это были максимальные значения, которые зафиксированы. Там такой большой запрос на партии такого характера. Но надо сказать, что в сегодняшнем состоянии пролиберальная оппозиция условно пока не соответствует этому запросу. И это было зафиксировано как в ходе опросов в целом ряде регионов. когда мы тестировали национал-демократическую коалицию. Так и по результатам Костромской области, где «Парнас» несмотря на всю активность не смогло добиться значимого результата. При этом мы видим, что во всех регионах несмотря на отношение существенно преобладает над позитивным рейтингом. Над позитивным отношением к этой партии. Ну и соответственно допустимого голосования тоже не так уж и много. По «Единой России» буквально несколько замечаний. Что мы фиксировали по кампании «Единой России» в отдельных регионах. Не во всех. Первое. Это деигматизация партии в условиях конкуренции и кризиса. Возможно на «Единую Россию» осуществляется опосредованный перенос ответственности за кризис как представителя властной системы. «Единая Россия» как ассоциировалась, так и представляется частью этой системы. Поэтому наиболее удобный объект для критики. Второе. Это малый ядерный электорат этой партии. Если на начало избирательной кампании мы оценивали где-то 18-20%, то уже через месяц он снижался. И очевидно этот процесс продолжался до сентября. Не по всем регионам у нас были мониторинговые исследования. Поэтому мы можем говорить только о некоей тенденции. Мы не можем подтвердить все цифрами. Следующий мотив – это усиление протестного случайного голосования. Когда респонденты как в ходе выборов, так и в ходе фокус-групп говорили, что за кого угодно, только не за «Единую Россию». Голосование за «Справедливую Россию», к примеру, во многих регионах не имело какого-то осмысленного содержания. То есть это партия, которая поближе к власти. Но тем не менее с ней не ассоциируется. Следующий мотив – это очевидность городского типа голосования за партии. Это снижение «Единой России» лидерских позиций в крупных городах. Наиболее значительная ситуация в Нижнем Новгороде. Это Новосибирск. И очевидно, что тенденция будет только

усиливаться. Следующий момент – это слабая мобилизация «Единой России» своего электората. Она не смогла его мобилизовать. Примерно такая же ситуация была в 2011-м году, когда мы это фиксировали и даже в своей коллективной монографии отразили. Проблема была не в малой группе сторонников, а в том, что она не смогла их мобилизовать и довести до избирательных участков. Частично это относится и к некоторым губернаторским выборам. К примеру, ситуация в Иркутской области, когда Ярошенко не смог привести всех своих избирателей, и в результате получилось то, что получилось. Дальше. Недостаточность собственных ярких проектов, недостаточное собственное позиционирование. Не менее важный факт – это обезличенность партий в регионах. Партия оказалась скучна, партия оказалась не представительна, все лица, которые представляет партии, сейчас вызывает тошноту. Но когда партия начинала выдвигать персонажей не известных, возникал вопрос. Особенно в Костромской области. Когда на многих листовках банально стоял вопрос: «Кто это?» кто эти люди, зачем они идут, в чем их нужды. Здесь баланс не был в некоторых регионах соблюден, чтобы с одной стороны был интерес, с другой стороны была известность. Попытка заменить на новых людей иногда порождает конфликт восприятия. Два последних момента, которые отмечу. Первый, информационная активность партий в большинстве регионов носит фоновый характер. Не выделяется какая-то смысловая оценка, базовые какие-то элементы. В результате население вроде что-то о партии сышало, но назвать конкретный проект не может. И в результате партия теряет. Особенно когда какая-то новая сила, до этого пассивная, вдруг проявляет активность. С четкими информационными доминантами. И последнее. Тема, о чем уже речь шла. Это неадекватная политика в отношении оппонента. Это фиксировалось в Иркутске, тот же рынок. Тоже непонятное отношение к Зюганову. Такая же ситуация была в Костромской области. Когда отчетливо фиксировался подчас непонятный интерес к «Парнасу», у которого было мало шансов, но вокруг которого создавался шум. И этот шум работал на «Парнас». Вернее работал на его дискредитацию. И буквально демонстрация того, о чем мы говорим. Когда активные граждане постепенно хотят участвовать в выборах, но при этом они не довольны той ситуацией, которая есть. И готовы выбирать кого угодно. Это вот слайд, который для нас важен. Результаты падения «Единой России» по отдельным городам и по отдельным территориям. С чего мы начинаем. «Единая Россия» в Нижнем Новгороде по нашим опросам начинала с 53%. Последний опрос был 30%. Мы

прогнозировали по этому опросу, что «Единая Россия» наберет 36%, как известно, она набрала 40%. Здесь можно предположить, как 36 превратилось в 40 но не более того. На основе этих данных прогноз оказался очень точным. Не менее интересный сюжет – это Новосибирская область. Где очень быстро, в течение одно месяца показатель упал на 14%: с 49 до 35%. Ну и в большинстве регионов фиксировалась тенденция как в Костромской области – постепенное снижение легитимности уровня поддержки «Единой России». Что отметим. Пропорциональное увеличение оппозиционных партий. Такой тенденции не было.

Модератор: И на смену этим замечаниям выступает Дмитрий Орлов.

Дмитрий Орлов: Действительно есть доклад «Региональные выборы-2015: нишевая конкуренция». Он выпущен по окончании избирательной кампании. Это экспериментальный, комплексный продукт. Он опубликован еще на нашем корпоративном сайте и на портале "Региональные комментарии". Это меня избавляет от необходимости пересказывать его текст. Позволю себе только три соображения по докладу, перед тем как переходить к некоторым соображениям социологическим. Первое – нишевая конкуренция была и остается основой реального механизма смены власти. То есть об этом доклад. Кандидаты от оппозиционных партий и сами оппозиционные партии действуют вполне в определенных нишах. И их борьба идет даже там, где кандидаты имеют значительную долю электората. Борьба идет за расширение своей "электоральной территории", а не за победу В Иркутской области, Омске и Костроме просто значительная доля коммунистического электората. Далее уровень конкуренции: чрезвычайно различен, от 90% за "Единую Россию" в Кемеровской области и в Татарстане до пограничных 50% с небольшим. До весьма конкурентных выборов в тех областях, которые я уже упоминал. И плюс две области пограничные, которые приблизились к высококонкурентным: Амурская область и Марий Эл. Из-за ошибок технологических, политических. И здесь особняком стоит Марий-Эл. И третье соображение - поворот настроений, которые мы фиксируем и характер протеста о котором говорил Михаил Мамонов. Это левый протест. Не радикально-демократический, не либеральный. Однозначно левый. Я считаю, что такие факторы, как "платежка за июль", стали лучшим агитационным материалом в пользу Коммунистической партии. Я думаю, что это стало одним из факторов, который быстро и существенно изменили ситуацию в некоторых регионах. По поводу соображений, какие социальные процессы в регионах, которые происходили, обеспечивают перемены в

общественных настроениях. У нас был опыт разного рода в нескольких регионах. Иркутская область, Калининградская область, Пензенская область. Должен сказать, что это разные совершенно территории. Но мы можем констатировать схожие процессы. В рамках этого же научного форума я говорил, что повестка неизбежно изменится, социально-экономическая повестка станет доминирующей. Это произошло на прошедших выборах. Люди стали очень внимательны к текущему состоянию дел и текущему состоянию кошельков. Это очень быстро переплавляется в электоральный результат. Конкретные проблемы, которые были связаны с кампаниями ЖКХ, кампаниями транспортными даже в таком устойчивом регионе как Пензенский, очень быстро переплавились в негативные оценки общественного мнения. И потребовалась быстрая, экстремальная коррекция политики, которую проводила власть. В том числе ручное управление в тихом регионе, где ничего не предвещало. Подчеркиваю, что в ближайшей перспективе эти процессы будут только обостряться. Что еще характерно для социальной ситуации этих выборов. Основным выгодоприобретателем стала Коммунистическая партия. «Парнас» шел на выборы в Костромской области с той же самой повесткой, что и КПРФ. Там были и проблемы ЖКХ, и антиолигархический месседж. Но 2%. При этом «Парнас» находился в информационном фокусе. А лидер КПРФ, который был в тени, получил свыше 20%. Здесь выступали активисты. Здесь проявился и в отношении протестного электората, и в отношении провластного электората фактор укорененности. Кто все эти люди? Уже задавался этот вопрос. И граждане не получали ответа. А коммунист Ижицкий в Костроме был рядом, он еще с советских времен партийный. Контрпример, в Иркутской области. Ероценко, несмотря на то, что он местный, интегрироваться, стать своим для основной части электората не смог. И эта проблема, на мой взгляд, будет только усиливаться. Люди будут требовать квалификацию тех игроков, которые участвуют в выборах. А попросту говоря, люди должны представлять территорию, местные проблемы и артикулировать местные интересы. Структуру левого протеста нужно еще изучить. На мой взгляд, это комплексный, серьезный феномен. Если на него не реагировать, этот вызов для власти усилится. И те проблемы политической жизни и тенденции политической жизни, которые были характерны для второй половины 90-х годов, они при определенных условиях могут возродиться вновь. И это ведет к изменению работы технологической в кампании «Единой России» в конце либо между первым и вторым турами, если появляется второй тур. Надо пугать! Левая

угроза, нет инвесторов, не денег, нет так сказать, благополучия и так далее. Алармизм середины 90-х должен вернуться как технологический прием. Как и другие приемы хорошо забытого старого. Электорат «Единой России» качественно меняется тоже. Вечно лояльный электорат заканчивает быть таковым. И приобретает очень сложную структуру. Это видно по результатам. Так что опора на бюджетников и низкую явку как технологический прием в целом ряде регионов не сработала. Классический пример, конечно, Иркутская область. И последнее соображение. Мобилизация избирателей на выборы становится главным вызовом для участников кампании. Прежде всего, для правящей партии и тех кандидатов, которых она выдвигает. Привести своих, играть на соседних полях, на чужих, снижая явку оппонента. Главный вывод заключается в том, что тезис "мы делаем реальные дела, а вы критикуете" в финале конкурентной кампании не сработает. В Омске листовки просто начали сбрасываться с самолета технологами Денисенко - и рейтинг пошел сразу в гору. Соответственно, кандидаты власти должны действовать столь же жестко, столь же агрессивно. Исходя из того, что мы все чаще будем иметь дело с конкурентными кампаниями. Вспомнить славный 96-й год, разумеется, на 2 недели - вот что нужно. В остальном же согласование интересов остается основной стратегией.

Модератор: У нас есть время выступить. Всем желающим высказаться, подавайте сигналы.

Иосиф Дискин: Коллеги, в самом начале хочу оговориться, я ни в малейшей степени не политтехнолог. И в очень небольшой степени социолог в области электорального поведения. Но, тем не менее, есть представления, что же мы видим. Прежде всего, мы получили в большой степени сомнения по поводу типологии. Можно строить типологию регионов в зависимости от модели социального действия. Там где вполне себе работают универсальные ценности индивидуального выбора и где работают партикулярные ценности, и индивидуального выбора нет. В этих регионах работают совсем другие ценности. И когда вы говорите о регионах со специфической электоральной культурой – это оно самое. Только надо понимать, что в значительной мере это норма. И попробовать работать там так же, где работают универсальные ценности – это прямой путь к разрушению социально-политической стабильности. И ничего хорошего не будет. Уже там, за пределами нашей страны пробовали, до сих пор целые государства не могут оправиться. И второй вопрос с моделью. Какие

факторы определяют смену электорального выбора. Пока содержательных факторов в модели не будет, она для меня темный лес.

Теперь к тому, что мы увидим. Прежде всего, я обращаю внимание на вопросы, которые окажут влияние на выборы 16-го года. Прежде всего, выборы 15-го и выборы 16-го годов - это совсем разные выборы. Выборы с национальной повесткой дня и выборы с региональной и местной повесткой дня будут определяться совсем разными факторами.

Первое. Патриотическая мобилизация, она неизбежно определила два обстоятельства. Она подняла статус гражданских и социальных ценностей. Требования самоуважения и уважение к себе как к электорату. Поэтому чувствительность электората существенно возросла, что задало существенную волатильность электорального поведения. С людьми стали разговаривать как с гражданами, а на выборах разговаривали несколько иначе. И второй фактор, который сыграл свою роль. Это «отклеивание» позиции национального лидера от этой, региональной и местной повестки дня. «Крымский консенсус» задал значительно более высокие требования к качеству власти. И как только возросли эти претензии, а ее действия остались прежние, это еще усилило вариативность ситуации. Следующее. К вопросу о призывах к жесткому ведению кампании. Для меня вопрос такой: мы что хотим, ехать или шашечки. Мы что хотим: победы даже ценой разрушения социума? Всякое запугивание увеличивает аффективную компоненту социального действия. А она так быстро не уходит. Готовы ли мы на это, это вопрос к тем, кто планирует политические кампании.

Вы должны дать гарантии, что в промежутке ничего не произойдет, что «взорвет» ситуацию и приведет к аффективной реакции электората. Это как в шахматах. Если комбинация «с дыркой», то можно получить мат в промежутке.

Что же еще с моей точки зрения существенным образом определяет вариативность электорального поведения. Необходимо иметь в виду, что инфляция на этот раз гуляет не по всей России. Локусом инфляции оказались периферийные регионы России. Особенно малые и средние города. Там повышение цен оказались совершенно невыносимые. Данные статистики говорят, что там рост цен на продовольствие был на 30, на самые массовые продукты. 30-40%. И это конечно задавало совсем другое мироощущение граждан. Конечно, серьезнейшим фактором, снижающим вообще электоральные шансы «Единой России» дискуссия по повышению пенсионного возраста. Я не знаю, у нас правительство что, сознательно решило подрывать позиции ЕР. Ровно за неделю

до выборов министр финансов говорит, что у нас нет выбора, нужно повышать пенсионный возраст. и ему не был дан жесткий политически отлуп. Чего могли сделать в плане повышение волотильности, сделали почти все. А к этому я хочу добавить еще одно. В силу своего положения, я последнее время езжу по регионам. Это не электоральные данные. Но как только начинается разговор про систему образования, там просто встает шерсть дыбом. Тут говорили, что женщины пассивны. То какими словами про нашу систему образования говорят те самые женщины, я не готов цитировать.. Совершенно за пределами нормативной лексики. Это то высокое напряжение, в котором может сгореть уже все. То, что точно сработает к выборам 2016-го, это вопрос пенсионного возраста, точно. И вопрос образования – точно. И вопрос уважительного отношения к электорату. «Крымский консенсус» не «ушел», он «расклеивается», он сохраняется на уровне высоко значимых ценностей, на уровне общенациональной дискуссии. На региональном и местом уровне он менее значим. Но это специфика российского сознания. Социокультурная шизофрения. Вот как только затронешь высокочисленные ценности, все сразу вспоминается. Поэтому вопросы оскорбленных гражданских ценностей, о которых сегодня шла речь, они могут оказаться актуализированы в любой момент. Спасибо.

Евгений Михайленко: Я вернусь к тому, с чего мы начинали, с типологии, в том числе прогнозирования. Я наша оценка тех прогнозов. Которые были в этом году. и ВЦИОМа и ФОМа, они кажутся нам более точными, чем прошлый год и позапрошлый год. Это значит, что мы располагаем хорошим инструментом, которым нужно дальше пользоваться. Во-вторых, с точки зрения сравнения партийных выборов и выборов должностных лиц, позволю себе некоторые наблюдения, что партийные выборы прогнозировать более эффективно и более точно. Здесь объяснения понятны. Но почему я делаю на этом акцент, потому что следующий год – это выборы в Гос Дму. И прогнозировать партийные выборы мы будем на основании общероссийских исследований. А вот работать с проблемными округами будем работать в разрезе уже этапных выборов. Соответственно этот инструмент требует дополнительной настройки. Потому что это будет прицельная работа. Дальше то, о чем говорила Юля, интересный инструмент – трекинг. Немножко не понят, на основании только этого года – это повод продолжить анализировать и дорабатывать его. Почему не понят, потому что в Костромской области свою эффективность показал и классический прогноз. Он был не менее точен, чем расчет, сделанный на основании трекинга. В Нижнем

Новгороде он не показал свою эффективность. Там результат голосования был посередине между результатом трекинга и классическим прогнозом. И по поводу Иркутской области, что вы говорили, что это самая интересная ситуация. Мое объяснение, что во время первого тура, когда мы обзванивали и задавали вопрос тем. Кто еще не ходил, вы получали невысокий процент Левченко. Объяснимая ситуация. Потому что для очень многих избирателей, потому что в первом туре для многих был Левченко а не Ярошенко. Голосование было против Ярошенко. И об этом говорили и до голосования в первом туре и между первым и вторым турами. Он был пустой ячейкой, куда упаковывался протест, негатив против Ярошенко. На этом и была построена кампания Левченко. А он сам не проявился и мы видим эти 16%., которые в результате голосования превратились чуть более. Чем в 30. следующий момент мне кажется, что очень важно, что происходит в последний день перед голосованием. Вы говорили о том, что вызовом является сама неделя. Что именно в последнюю неделю меняется общественное настроение. Надо говорить о причинах в первую очередь. Здесь хороших два кейса это Марий-Эл. А именно ситуация общения Маркелова с избирателями, отработка ситуации в последние дни в СМИ. Мы обсуждали этот момент с ФОМ, насколько это может повлиять. И коллеги говорили, что это сложно было оценить. И телефонный опрос за три дня до выборов показывает снижение оценок Маркелова, коллеги к сожалению не захотели корректировать прогноз. Это ваш подход и ваш инструмент. Я сейчас обращаюсь к ВЦИОМ. Мне кажется, что в следующем году надо взять на вооружение телефонный опрос, хотя вы говорили, что он показывает не корректный тренд, движение в сторону. Наверное, дело, в том числе, и в размере выборки. Она у вас очень маленькая – 200 респондентов. И если увеличивать выборку, то можно и тренд более точно отлавливать и корректировать прогноз. Нам было бы интересно не только стрелочку понять, но знать, что это не 55, а уже 50. позвольте некоторую критику. Не в отношении ФОМ и ВЦИОМ, а что касается Иркутской области, где первые были выборы в два тура после разрешения выбора губернаторов, здесь нами был бы востребовано больше прогнозистской смелости. Потому что на основании последних опросов, которые делал ВЦИОМ, я не помню рейтинг, но прогноз, который делался был 48 с десятыми, впереди Ерощенко. На втором туре. Это психологический момент, но все равно давайте Ерощенко поставим на первое место решили аналитики ВЦИОМ. Здесь надо было, понимая те факторы, которые мы видели на фокус-группах, понимая какие-то общие тренды, что Алексей

говорил, то есть закладывать больше экспертной составляющей, поступить так, как хотя бы поступила Спецсвязь. 49 на 47, впереди Левченко. Хотя по социологии, по рейтингам у них Ярошенко тоже был впереди. Там буквально на 1-2 %, но они в прогнозе поменяли их местами, закладывая туда экспертную составляющую. Понятно, что для тех регионов, где был инерционный сценарий, там были референтные выборы, для них достаточно было иметь социологию не за неделю до дня голосования, а то, что мы делали в июле. Оно вполне для большинства регионов оказалось рабочим материалом. Там где не было избирательной кампании, были референтные выборы. Хотя по многим регионам отклонения было больше, чем в 5%. Знаете, там все равно, получит он 75 или 65. но этого расчета вполне достаточно. И практическая рекомендация. Фокус-группа была самое эффективное, потому что мы видели и тренды и мотивации. Очень сильная аналитическая составляющая в этом год, спасибо Михаилу. И те аналитические отчеты, которые мы обсуждали и те обсуждения, которые мы вели. Я бы добавил в качестве рекомендации необходимость больше технологического погружения в ситуацию. Что показали фокус-группы по Иркутску. Может быть, как вариант создание во ВЦИОМ какой-то социологической панели. Некоторые рекомендации, которые модератор пишет аналитику. Они не из тех, которые надо показывать читателям, который уже понимает нюансы на выборах. Действовать корректно.

Модератор: Спасибо, и Виктор Левашов.

Виктор Левашов: у меня есть несколько замечаний по поводу нашего разговора. Он носил больше методический характер. Хотя организаторы круглого стола обещали содержательные моменты, какие тренды. Как мы будем развиваться и что нам ждать. В этой связи я хотел бы отметить следующее. Мы живем в той неопределенности социально-экономической и социально-политической ситуации, которую мы наблюдали в осеннем периоде и летом. В значительной степени это связано еще с событиями вокруг рубля. Вот девальвация рубля по отношению к доллару, которая произошла, она очень сильно ударила по электоральному настроению и по общему социально-экономической ситуации среди населения, особенно городского. У которого были некоторые накопления в валюте. И которые проснулись, и оказалось, что эти накопления растаяли. И вопрос заключался в том, что в СМИ не состоялся хороший содержательный разговор на эту тему. И летом и осенью сформировался колоссальный запрос на правду, а что же произошло. Почему произошло, кто виноват и кто будет за это отвечать. Вот на

эти вопросы ответы до сих пор не даны. Эти вопросы будут ставить перед собой избиратели, когда начнется кампания в Думу. И когда начнутся более высокие политические кампании. На мой взгляд, те региональные выборы, которые состоялись, они конечно, формировали повестку дня вокруг вопросов социально-экономического характера. А будущие кампании будут вокруг политического, стратегического характера. Здесь подключатся эффекты внешней политики. Колоссальнейший запрос на успех во внешней политике. И как будет развиваться эта ситуация. Здесь как будет формироваться тренд. Поэтому выборы в думу не будут зеркальным отражением той кампании, которая прошла. И еще один момент. Здесь о нем говорили. говорили о какой-то неадекватной информационной политике, о неадекватной картине мира, которая развивается стихийно на некоторых каналах и СМИ. Тот колоссальнейший перебор, который произошел на прошлой недели в связи с кампанией борьбы с коррупцией. Рассказывали ужасы. Факт остается фактом, что эти кампании не придают высокой легитимности органам власти и института власти. Так или иначе опять начинает формироваться старый стереотип публичного массового сознания, что все начальники воруют. А большие начальники воруют больше всего. А нас, православных, дурят. И вот этот стереотип, на мой взгляд, опять разворачивается, и опять будет работать в следующей кампании. Имеет ли резерв фактор страха, его использования. На мой взгляд, важно, он трижды уже работал в больших всероссийских кампаниях и уже истощился. И правильно было сказано, что подошло поколение других возрастных групп. Это люди, которые уже имеют опыт воздействия на себя с СМИ, они уже знают, нас пугают, а нам не страшно. Тот политический этап, который будет выстроен на факторе страха, на мой взгляд, он будет не такой страшный, как он был в прошлых избирательных кампаниях. Я хочу повторить тезис, что запрос на правду, запрос на справедливость на искомые горячие точки массового сознания, русского аналитического сознания, они будут высоко востребованы в будущих электоральных кампаниях.

Участник: Вот из фокус-групп вытекает запрос о справедливости и запрос на свободу либеральную запрос на справедливости в большей степени удовлетворен партиями КПРФ и «Справедливая Россия». Демократические ценности в значительно меньше степени. Избиратель не видит ту партию, за которую он будет голосовать. И сейчас он голосует за «Единую Россию». Вот мы видим по опросам, что те люди, которые выбирают идеологию либеральную, они

фактически на 100% находятся в электорате «Единой России». Чуть-чуть в силу рейтинга у «Яблока», у остальных чуть-чуть совсем.

Модератор: У нас было довольно плотное заседание. Желающие могут продолжить дискуссию. Надеюсь, мы будем встречаться и дальше. Всем спасибо.