ОТКРЫТОЕ МНЕНИЕ
независимый социологический проект

Проект «Открытое мнение – Москва-2013».
Экспертиза опросных исследований электоральных настроений в преддверии выборов мэра Москвы 8 сентября 2013 года

Итоговый доклад по проекту
(версия 2)

Авторы доклада – участники экспертной рабочей группы - выражают благодарность руководству четырех исследовательских компаний – **ВЦИОМ, ФОМ, Левада-центр** и **Синовейт Комкон** – за редкий пример профессиональной солидарности, доверительного отношения к коллегам и готовности к открытому сотрудничеству в интересах всей отрасли прикладной социологии

Москва, 2013

Оглавление

Введение 3
В1. Исходная проблема, вызвавшая проведение экспертизы. История проекта. Мандат «комиссии» 3
В2. Постановка задачи анализа. Основные гипотезы о смещениях (неточности измерений) 4
В3. Исходные данные для анализа 4
В4. Организация работ и исполнители 6
В5. О второй версии доклада 7
1. Первичный анализ данных 7
1.1. Анализ различий в исходных данных четырех измерителей 8
1.2. Анализ различий основных измеряемых параметров при контроле параметров выборки 11
1.3. Анализ различий основных измеряемых параметров при генерализации исходных данных 14
1.3.1. Сведение исходных массивов в единый массив 14
1.3.2. Анализ объединенного массива 16
1.4. Общий вывод по разделу 18
2. Смещения ОБЪЕКТА измерения 18
2.1. Анализ адекватности плановой схемы выборки («теоретическая модель», «архитектура выборки») 18
2.2. Анализ территориальной репрезентативности (районирования) выборок 19
2.3. Анализ корректности реализации выборки 20
2.3.1. Наличие систематических ошибок 20
2.3.2. Эффект интервьюера 23
2.3.3. Контроль поля 23
2.4. Анализ достижимости (response rate) 24
2.5. Анализ процедур перевзвешивания и ремонта выборки 27
3. Смещения ПРЕДМЕТА измерения 27
3.1. Краткая характеристика опросного инструментария 28
3.2. Целевое предназначение опросников 29
3.3. Особенности архитектуры анкет 29
3.4. Недостатки вопросных формулировок 31
3.5. Эффект последовательности вопросов 31
3.6. Общие выводы по разделу 32
4. Основные выводы и рекомендации 33
4.1. Основные результаты анализа данных электоральных опросов 33
4.2. Рекомендации по совершенствованию методики измерений электоральных намерений 34
4.3. Рекомендации по представлению данных электоральных измерений 36
4.3.1. Рекомендации по расширению практики открытия данных 36
4.3.2. Рекомендации по совершенствованию Стандарта раскрытия данных 37
Заключение 38
Приложение 1. Структура анкет 41

Введение

В1. Исходная проблема, вызвавшая проведение экспертизы. История проекта. Мандат «комиссии»

Исходным импульсом к осуществлению независимой профессиональной экспертизы предвыборных электоральных исследований послужил факт неудачного прогнозирования социологами результатов выборов мэра города Москвы 8 сентября 2013 года, который получил серьезный резонанс в масс-медиа и экспертных кругах. Поэтому вне зависимости от того, насколько реально велико было отклонение предвыборных прогнозов от итогов выборов, и насколько точны были электоральные прогнозы в других городах и регионах, символический вес московских выборов потребовал от профессионального социологического сообщества внятного ответа (прежде всего самому себе) по поводу причин этой неудачи.

В этой связи неформальное профессиональное объединение «Открытое мнение» (уже второй год на общественных началах работающее над задачей повышения доверия к социологическим исследованиям путем открытия первичных данных и технологий) обратилось к ведущим компаниям-поллстерам, проводившим предвыборные опросы населения, открыть первичные массивы данных этих опросов и предоставить специалистам дополнительные материалы для проведения их независимой экспертизы (аудита). Обращение было воспринято с пониманием и доверием. Уже к 23 сентября состоялось беспрецедентное событие в истории российской прикладной социологии – открытие первичных массивов электоральных опросов сразу четырьмя ведущими исследовательскими компаниями – ВЦИОМ, Фонд «Общественное мнение», Левада-центр, Синовейт Комкон (см. новость на Sociologos.ru). При этом открытие данных осуществлялось по большей части в соответствии с *Временным стандартом раскрытия данных электоральных опросов*, оперативно разработанным в группе «Открытое мнение» в августе 2013 года.

В конце сентября 2013 года объединение «Открытое мнение» на инициативной основе сформировало *рабочую группу по проведению экспертизы (аудита) представленных материалов*. Миссия рабочей группы была определена следующим образом: **проанализировать материалы исследований (опросный инструментарий, технологии формирования выборки, первичные массивы данных, другие сопутствующие «параданные») и выявить возможности систематических смещений результатов электоральных измерений.** При этом аудит с самого начала ограничивался только экспертизой измерения электоральных настроений (мнений, установок, намерений). **В миссию группы не входил анализ методик прогнозирования электорального поведения** (перевод опросных «деклараций о намерениях» в «реальное голосование»).

В2. Постановка задачи анализа. Основные гипотезы о смещениях (неточности измерений)

Изначально рабочая группа поставила перед собой следующие вопросы, ответы на которые предполагалось получить в рамках экспертизы.

1) Можно ли сказать, что *различия в результатах опросов, проведенных разными фирмами, являются существенными*, то есть свидетельствующими в поддержку обывательского тезиса о том, что «разные социологи дают про одно и то же разные данные»?
2) Можно ли сказать, что различия в результатах опросов, проведенных разными фирмами, полностью объясняются различиями в *методике проведения опросов*, или допустимы гипотезы о влиянии на различия иных («неметодологических») факторов?
3) Признается ли *способ формирования выборки опроса* (рекрутинг, достижимость и т.п.) корректным для репрезентации корпуса избирателей Москвы? Если нет, то какие смещения относительно генеральной совокупности характерны для этих выборок?
4) Корректны ли *процедуры перевзвешивания и ремонта выборки*, применявшиеся при анализе данных представленных опросов? Если нет, то к каким искажениям результатов измерения эти процедуры могли привести?
5) Признается ли *опросный инструментарий измерения электоральных предпочтений и намерений*, использованный компаниями-поллстерами, корректным, позволяющим с той или иной степенью точности действительно оценивать электоральные настроения избирателей Москвы? Если нет, то в чем возможные погрешности?

В качестве рабочих гипотез о возможных смещениях (искажениях) измерений принимались следующие предположения:

1. Смещения измерений вызываются нерепрезентативностью выборки (смещения *объекта исследования*, реально измеряется объект, отличающийся от генеральной совокупности избирателей г.Москвы).
2. Смещения измерений вызываются некорректностью опросного инструментария и способа коммуникации с респондентом (смещения *предмета исследования*; реально измерялись не «истинные» электоральные намерения, а намерения, подверженные серьезному влиянию инструментария и интервьюера).

В3. Исходные данные для анализа

Исходными данными для проверки корректности измерения были материалы, предоставленные четырьмя компаниями-поллстерами в соответствии с временным «Стандартом раскрытия данных электоральных опросов (версия от 21-09-13). В таблице В3-1 представлены данные, относящиеся к Паспорту электорального опроса.

Таблица В3-1. Сведения о предоставленных данных, относящихся к Паспорту опроса

№	Параметр (характеристика) опроса	ВЦИОМ	ФОМ	Левада-центр	Синовейт Комкон
1	Название опроса (возможно условное)	✓	✓	✓	✓
2	Организация-исполнитель, собственник данных	ВЦИОМ	ООО «ИнФОМ[1]	АНО «Левада-центр»	Синовейт Комкон
3	Источник финансирования *(* при отсутствии ограничений и обязательств по конфиденциальности)*	Фонд ИСЭПИ	Фонд ИСЭПИ	✓ собственные средства	✓ собственные средства
4	Руководитель(-и) работ	Львов С.В.	Акулова О.И.	Гудков Л.Д.	Панов В.В.
5	Ответственные разработчики	Баскакова Ю.М., Мамонов М.В.	Кертман Г.Л., Чуриков А.В.	Волков Д.В., Гражданкин А.И.	Маслова Е.Р.
6	Дата опроса (период в днях)	✓ 19-21 августа ✓ 7 сентября	✓ 10-19 августа ✓ 26-31 августа	✓ 26-29 августа	✓ 10 волн с 4 июля по 6 сентября 2013 года
7	Место проведения опроса (территория, регион, город)	✓ Москва	✓ Москва (Большая Москва)	✓ Москва (не вкл. «Новую Москву»)	✓ Москва
8	Метод формирования выборки респондентов и возможного перевзвешивания и/или ремонта выборки	✓	✓	✓	✓ Ремонт выборки не применялся
9	Метод коммуникации с респондентом (метод доступа) – очный на дому, телефонный, уличный, онлайн и т.п.	✓ телефонный (смешанный: домашний+мобильный)	✓ очный на дому	✓ очный уличный, личное интервью у подъездов домов	✓ телефонный (домашний)
10	Число опрошенных	✓ два массива, сумсумма=3623 респ.	✓ два массива, сумма=3000 респ.	✓ один массив, сумма=1000 респ.	✓ 10 массивов, сумма=11977 респ.
10*	Response rate или статистика недостижимости	н/д	н/д	✓	н/д
11	Заявляемая статистическая погрешность измерения основных показателей	2,8%	3,6%	4,5%	2,5%
12	Ключевые слова (до 10 слов)	✓	✓	✓	✓
13	Другие важные сведения (является ли исследование разовым, повторяющимся, панелью, частью международного проекта и т.д.)	✓		✓	

[1] ООО «инФОМ» не является собственником данных

Помимо Паспорта опроса в соответствии со Стандартом раскрытия данных предполагалось предоставление дополнительного материала (см. таблицу В3-2).

Таблица В3-2. Сведения о предоставленных дополнительных материалах

№	Параметр (характеристика) опроса	ВЦИОМ	ФОМ	Левада-центр	Синовейт Комкон
1	Инструментарий опроса (анкета, сценарий интервью, опросный лист и т.п.) в формате макета для тиражирования.	✓	✓	✓	✓
2	Схема формирования выборочной совокупности (план).	✓	✓	✓	✓
3	Инструкция для интервьюера по отбору респондентов и проведению опроса (интервью, анкетирования).	✓	✓	✓	✓
4	Организационно-методический отчет о проведении опроса (сведения о важных характеристиках опроса, организациях-подрядчиках, интервьюерах, контроле данных, возможном ремонте выборки и отбраковке данных).	Не предполагался	Не предполагался	Не предполагался	Не предполагался
5	Массив первичных данных ответов респондентов с данными о контакте (время начала и окончания интервью, место опроса, число попыток контакта, иные сведения о респонденте) в формате SPSS, Excel или ASCII.	✓ (без данных об интервьюерах)	✓	✓	✓ (без данных об интервьюерах)
6	Описание массива первичных данных (краткие сведения о массиве и его структуре, алгоритм построения весовых коэффициентов и т.п.).	✓	✓	✓	✓

В4. Организация работ и исполнители

Анализ открытых и дополнительных данных, представленных компаниями-поллстерами, был проведен коллективом специалистов из различных исследовательских компаний. В экспертизе данных и подготовке настоящего доклада принимали участие следующие исполнители (см. таблицу В4-1).

Таблица В4-1. Состав рабочей группы

ФИО	Организация	Зоны ответственности (разделы доклада)
1 Бабич Н.С.	Институт Социологии РАН	2.1., 2.3, 4.2.
2 Буланова А.К.	Институт политических исследований	3.1.-3.5.
3 Давыдов С.Г.	НИУ Высшая школа экономики	2.4.
4 Добромелов Г.В.	Институт политических исследований	4.3.

	ФИО	Организация	Зоны ответственности (разделы доклада)
5	Задорин И.В.	Исследовательская группа ЦИРКОН	Введение, 4.1., Заключение (+ общая редакция)
6	Залесский П.К.	Компания «GfK Russia»	2.2.
7	Звоновский В.Б.	Фонд социальных исследований (Самара)	2.3., 2.4.
8	Калинин К.О.	Европейский у-т (СПб), Мичиганский ГУ	1.1.-1.2, 4.2.
9	Климов И.А.	Российская экономическая Школа	3.1.-3.5., 4.2., Заключение
10	Люкманов Б.В.	Компания «Dataction LLC»	1.3.

Кроме того, большой вклад в проект внесли ответственные представители компаний-поллстеров, отвечающие за коммуникацию с рабочей группой и предоставление (раскрытие) необходимых данных.

Таблица В4-2. Ответственные представители компаний-поллстеров

	Организация	ФИО
1	ВЦИОМ	Баскакова Ю.М.
2	ФОМ	Чуриков А.В.
3	Левада-центр	Волков Д.А., Караева О.С.
4	Синовейт Комкон	Панов В.В.

Для коммуникации и сотрудничества участников рабочей группы использовалась коммуникационная среда (профессиональная сеть) **Sociologos 2.0**, реализованная на базе социальной платформы IBM Connections, внутри которой было сформировано «сообщество» - «Рабочая группа по анализу данных ОМ-Москва-2013».

В5. О второй версии доклада

Первая версия доклада была подготовлена 25.11.13 и тогда же направлена компаниям-поллстерам. В течение декабря 2013 г. прошло несколько обсуждений доклада с участием представителей рабочей группы и компаний-поллстеров (в т.ч. в рамках очной сессии 16.12.13 в НИУ ВШЭ). Настоящий документ представляет собой вторую версию доклада, переработанную в соответствии с согласованными замечаниями и предложениями относительно первой версии.

1. Первичный анализ данных

В рамках программы открытия данных компаниями-поллстерами были опубликованы массивы первичных данных, инструментарий (анкеты) и паспорта опросов в (см. http://www.openopinion.ru/materials/otkrytoe_mnenie_vybory_mera_moskvy/op_vybory_mer.html). Все массивы представлены в формате SPSS, дублей анкет и видимых ошибок ввода не выявлено. В настоящем разделе приводятся результаты первичного анализа предоставленных массивов данных, цель которого состояла в выявлении различий в значениях измеряемых электоральных параметров. Анализ различий представлен в нескольких вариантах.

1.1. Анализ различий в исходных данных четырех измерителей

В начале раздела приведем результаты анализа различий в исходных (невзвешенных) массивах данных, предоставленных (опубликованных) компаниями-поллстерами.

С целью обеспечения сопоставимости данных использовались только предвыборные опросы, проведенные в пересекающиеся временные промежутки (по возможности) и максимально приближенные ко дню выборов (8 сентября 2013). Для анализа различий использовались данные следующих опросов: ВЦИОМ (19-21 августа, N=1205), ФОМ (26-31 августа, N=1500), Левада-центр (26-29 августа, N=1000), Синовейт Комкон (26-31 августа, N=1494).

Для корректности сопоставления данных разных центров все переменные были преобразованы с учетом доступности категорий и направленности шкалы.

Переменная «Материальное положение» выстраивалась на основе вопроса, измеряющего уровень субъективного материального благополучия: *«Какое высказывание точнее описывает материальное положение семьи?»* (*1. Денег не хватает даже на питание; 2. на питание денег хватает, но одежду, обувь купить не можем; 3. на одежду, обувь денег хватает, но крупную бытовую технику купить не можем; 4. на бытовую технику денег хватает, но автомобиль купить не можем;5. на автомобиль денег хватает, но квартиру или дом купить не можем; 6. на квартиру или дом денег хватает»*). Соответственно, категория «плохое материальное положение» была получена при объединении категорий 1,2; категория «среднее материальное положение» была получена при объединении 3 и 4; категория «хорошее» при объединении 5 и 6. Для ВЦИОМа формулировка вопроса была иной и касалась оценки материального положения семьи с опциями: *1. Очень хорошее; 2. Хорошее; 3. Среднее; 4. Плохое; 5. Очень плохое* (объединены в новые категории при слиянии 4 и 5 («плохое»), 1 и 2 («хорошее»).

В таблице 1.1-1 представлена социально-демографическая структура опросов.

Таблица 1.1-1. Социально-демографическая структура опросов (в процентах)

Факторы	ВЦИОМ	ФОМ	Левада-Центр	Синовейт-КОМКОН	Справочно/ Москва - Росстат (2011)
Пол					
Мужской	45,1	45,4	45,6	*40,7*	45,3
Женский	54,9	54,6	54,4	59,3	54,7
Сумма	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Возраст (лет)					
18-24	10,1	12,5	10,2	13,3	12,4
25-34	20,3	21,1	19,7	21,1	20,4
35-44	17,7	15,1	20,7	17,1	17,6
45-54	18,3	18,8	17,7	16,4	18,5
55-64	16,4	14,2	21,5	16,3	14,7
От 65 и старше	17,3	18,4	*10,2*	15,8	16,3
Сумма	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Образование					
Без высшего	49,5	60,0	48,5	*38,6*	
С высшим	50,5	*39,9*	51,5	60,0	
Пропущенные	0,0	0,1	0,0	1,4	
Сумма	100,0	100,0	100,0	100,0	

Факторы	ВЦИОМ	ФОМ	Левада-Центр	Синовейт-КОМКОН	Справочно/ Москва - Росстат (2011)
Материальное положение					
Плохое	16,9	11,5	7,5	8,6	
Среднее	65,3	70,9	81,3	69,1	
Хорошее	14,9	17,0	11,1	22,3	
Пропущенные	0,0	0,6	0,1	0,0	
Сумма	100,0	100,0	100,0	100,0	

Из таблицы 1.1-1 можно сделать вывод о том, что не наблюдается существенных различий между опросными организациями по квотируемым признакам, таким как *возраст и пол* (хотя у «Синовейт Комкон» заметна повышенная доля женщин, а у Левада-центра – респондентов средней возрастной когорты). Однако существенные различия зафиксированы в отношении *образования и материального положения* респондентов: к примеру, в массивах «Синовейт Комкон» в большей степени, чем в данных других центров, представлены лица с высшим образованием и лица с повышенной оценкой своего материального положения.

В таблице 1.1-2 сравниваются между собой невзвешенные оценки основных измеряемых параметров, рассчитанные на данных опросных организаций без какой-либо дополнительной корректировки.

NB! Для таблицы 1.1-2. размер потенциальной явки рассчитывался только на основе утвердительно ответивших на вопрос о своем участии в выборах, а электоральные рейтинги (доли голосующих за конкретных кандидатов) - от утвердительно ответивших на вопрос о своем участии в выборах.

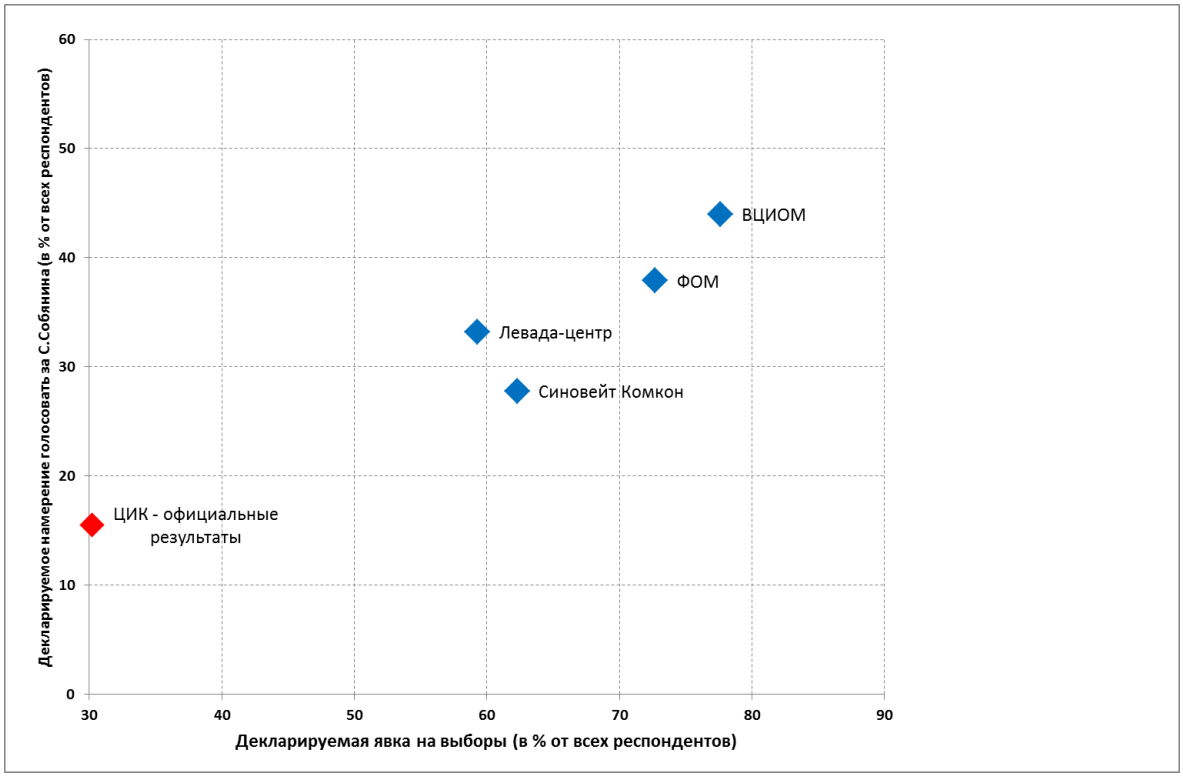
Таблица 1.1-2. Значения основных измеряемых параметров по результатам анализа исходных массивов (в процентах)

	Параметры измерения	ВЦИОМ	ФОМ	Левада-центр	Синовейт Комкон	Ст. откл.
1	Намерение участвовать в выборах	77,6	72,7	59,3	62,3	8,6
2	Голосование за Собянина	56,7	52,1	56,0	44,6	5,5
3	Голосование за Навального	13,2	10,6	14,3	16,0	2,3
4	Голосование за Мельникова	5,8	3,5	8,1	5,8	1,9

Как видно из таблицы 1.1.-2, потенциальная явка отмечена выраженной вариацией, с показателем стандартного отклонения в 8,6 процентных пункта (при разбросе значений от 59,3% у Левада-Центра до 77,6% у ВЦИОМ). Оценки электоральной поддержки А. Навального характеризуются меньшей вариацией с показателем стандартного отклонения равным 2,3 процентных пункта (разброс от 10,6% у ФОМ до 16,0% у «Синовейт Комкона»). А вот для С. Собянина рассогласование в рейтингах становится более явным, стандартное отклонение равно 5,5 процентных пункта (при разбросе от 44,6% у «Синовейт Комкона» до 56,7% у ВЦИОМ).

На рисунке 1.1. в графическом виде представлены результаты опросов по двум основным измеряемым параметрам (декларируемая явка и декларируемый выбор С.Собянина), а также официальные результаты выборов.

Рисунок 1.1. Результаты опросов и официальные результаты выборов (в процентах)



Видно, что расхождение предвыборных деклараций респондентов с реальным электоральным поведением существенно различается для всех опросов, то есть измерение электоральных намерений респондентов проведено разными компаниями с примерно одной «точностью» и с точки зрения прогноза одинаково неудачно. Вместе с тем, если рассматривать статистические критерии измерения, то между данными отдельных центров существуют значимые различия.

Возникает закономерный вопрос о природе наблюдаемого разброса в значениях измеряемых (рассчитываемых) параметров. Естественно, что первой гипотезой в таком случае является гипотеза о влиянии на указанный разброс различий в социально-демографической структуре выборки. Проверка этой гипотезы представлена в следующих двух разделах отчета.

> NB! Для проведения дальнейшего анализа, представленного в разделах 1.1 и 1.2 все пропущенные значения в данных по контролируемым социально-демографическим переменным (пол, возраст, образование, самооценка материального положения) были заменены значением медианы для каждой из соответствующих переменных (т.е. множественная импутация в рамках данного анализа не проводилась).

В Таблице 1.1-3 приведены результаты анализа данных, представленные в виде разницы предсказанных вероятностей тех или иных ответов респондента при разных значениях его социально-демографического статуса.

Из таблицы следует, что по мере повышения *«Возраста»* индивида (говоря статистическим языком, при его переходе из первого квартиля распределения в третий), вероятность его декларации об участии в выборах (ответ: «да, буду участвовать») увеличивается для выборки ВЦИОМ на 0.23, для выборки ФОМ – на 0.11, для выборки Синовейт Комкон – на 0.17. В то же время для всех выборок при росте возраста респондента падает вероятность его голосования за А.Навального и повышается вероятность выбора С.Собянина. Для факто-

ра «*Пол*» интерпретация следующая: вероятность голосования за А. Навального по данным Левада-центра среди женщин на 0,06 больше, чем среди мужчин, и, напротив, за С.Собянина меньше на 0,10. Для фактора «*Образование*» получается, что по мере роста уровня образования индивида из выборки ВЦИОМ с начального/школьного до высшего вероятность его голосования за С.Собянина уменьшается на 0.26%. Наконец, по мере роста оценки *«уровня материального благосостояния»* вероятность голосования в пользу А. Навального на выборках ФОМ и «Синовейт Комкон» увеличивается на 0.18.

Таблица 1.1-3. Разница предсказанных вероятностей выбора респондентом определенного ответа, выстроенных на основе логит-моделей для явки, голосования за А. Навального и голосования за С. Собянина.

	Буду участвовать	Выбираю Навального	Выбираю Собянина	Буду участвовать	Выбираю Навального	Выбираю Собянина
	ВЦИОМ			ФОМ		
Пол	-0.04 (0.03)	0.05 (0.03)	-0.15*** (0.03)	-0.05** (0.02)	0.02 (0.02)	-0.02 (0.03)
Возраст	0.23*** (0.03)	-0.10*** (0.02)	0.08*** (0.02)	0.11*** (0.02)	-0.12*** (0.02)	0.13*** (0.03)
Образование	0.06 (0.06)	0.18* (0.07)	-0.26*** (0.07)	-0.05 (0.05)	0.08 (0.06)	-0.03 (0.06)
Материальное положение	0.26*** (0.06)	-0.05 (0.06)	0.17* (0.07)	0.09 (0.05)	0.18* (0.09)	-0.18 (0.10)
	Левада-центр			Синовейт Комкон		
Пол	-0.02 (0.3)	0.06* (0.03)	-0.10* (0.04)	-0.08** (0.03)	0.02 (0.02)	-0.03 (0.03)
Возраст	0.04 (0.03)	-0.08*** (0.02)	0.02 (0.03)	0.17*** (0.02)	-0.12*** (0.02)	0.13*** (0.03)
Образование	0.16*** (0.04)	0.06 (0.06)	-0.05 (0.08)	0.04 (0.05)	0.08 (0.06)	-0.02 (0.06)
Материальное положение	0.03 (0.10)	-0.08 (0.09)	-0.12 (0.13)	0.01 (0.07)	0.18* (0.09)	-0.17 (0.10)

Примечание. В скобках указаны стандартные ошибки, рассчитанные на основе 10000 симуляций. *Уровни значимости: * p ≤ 0.05, ** p ≤ 0.01, *** p ≤ 0.001.*

Сравнительный анализ рассчитанных показателей с точки зрения их направления и статистической значимости позволяет сделать вывод о наличии некоторого (небольшого) влияния социально-демографических параметров респондента (особенно возраста) на его декларируемое электоральное поведение, причем это влияние проявляется на выборках разных компаний-центров примерно одинаково.

Таким образом, можно обоснованно предположить, что различия в социально-демографической структуре выборок разных компаний-поллстеров в какой-то мере могут влиять на различия значений основных измеряемых параметров.

1.2. Анализ различий основных измеряемых параметров при контроле параметров выборки

Целью данной части отчета является оценка степени рассогласованности основных измеряемых параметров (в нашем случае – показателей декларируемой явки и рейтингов главных конкурентов). Первичная идея сравнительного анализа данных заключалась в том, чтобы выровнять массивы различных центров по социально-демографическим параметрам, а уже затем рассмотреть различия измеряе-

мых параметров. Таким образом, предполагалось снять влияние на различия особенностей реализации выборки.

Анализ состоит из двух частей: в первой части анализируются различия в электоральных рейтингах при контроле социально-демографических характеристик; во второй части приведен анализ существующих статистических различий в опросных данных.

Результаты расчетов рассогласованности основных измеряемых параметров между опросами даются в Таблице 1.2-1. Социально-демографическая структура отдельно взятого опроса приводилась в соответствие с социально-демографической структурой другого (референтного) опроса посредством реализации процедуры «перевзвешивания» массива (строки отражают референтные опросы, столбцы — результаты опроса конкретного поллстера при разных вариантах взвешивания, по диагонали — невзвешенные оценки конкретного поллстера).

Таблица 1.2-1. Анализ рассогласованности рейтингов при контроле социально-демографических различий между опросами (в процентах)

Опрос→ Референтный↓		ВЦИОМ	ФОМ	Левада-центр	Синовейт Комкон	Ст. откл.
Перевзвешивание по ВЦИОМ	Явка	**77,6**	72,5	59,8	62,5	8,3
	Собянин	**56,7**	52,2	55,1	46,0	4,7
	Навальный	**13,2**	10,1	14,1	15,0	2,1
	Мельников	**5,8**	3,5	7,9	6,3	1,8
Перевзвешивание по ФОМ	Явка	77,7	**72,7**	58,4	62,0	9,0
	Собянин	58,3	**52,1**	56,0	47,3	4,8
	Навальный	12,5	**10,6**	14,1	13,9	1,6
	Мельников	5,4	**3,5**	8,6	5,7	2,1
Перевзвешивание по Левада-центр	Явка	78,5	71,9	**59,3**	61,3	9,0
	Собянин	56,1	51,3	**56,0**	43,7	5,8
	Навальный	14,3	10,8	**14,3**	16,0	2,2
	Мельников	5,5	3,7	**8,1**	5,6	1,8
Перевзвешивание по Синовейт Комкон	Явка	78,9	72,5	60,4	**62,3**	8,7
	Собянин	56,5	50,5	55,8	**44,6**	5,5
	Навальный	14,3	11,6	14,6	**16,0**	1,9
	Мельников	5,7	3,6	7,4	**5,8**	1,6

Примечание. Строки отражают референтные опросы, столбцы — взвешенный опрос, по диагонали – невзвешенные данные конкретного поллстера. Электоральные рейтинги рассчитывались для утвердительно ответивших на вопрос о своем участии в выборах.

В основу взвешивания выборочных результатов легли следующие социально-демографические характеристики каждого из опросов: *пол, возраст, образование, уровень материального благополучия*. Так как процедура взвешивания не учитывала веса, компенсирующие неравную вероятность отбора респондентов, а также постстратификационные веса, то экстраполяция результатов данного анализа на всю генеральную совокупность некорректна. В этой связи, речь пойдет лишь об относительной разнице в расчетных значениях измеряемых параметров.

Вполне ожидаемым результатом анализа различий между невзвешенными и взвешенными данными опроса конкретной организации стало то, что приведение социально-демографической структуры какого-либо опроса в соответствии с референтным характеризуется отсутствием серьезного изменения интересующих нас показателей явки и голосования. Например, если бы ФОМ с помощью своей методики получил социально-демографическую структуру выборки, схожую со структурой выборки ВЦИОМа («перевзвешен по ВЦИОМу»), то рассчитанный процент явки уменьшился бы на приблизительно 0,2 процентных пункта с 72,7% до 72,5% (см. таблицу 1.2-1, сравнение по столбцу), а рейтинг А. Навального уменьшился бы на 0,5 п.п. (10,6 - 10,1%). Или, если бы Левада-центр с помощью своей методики получил социально-демографическую структуру схожую с ВЦИОМом, то процент явки увеличился бы на 0,5% (59,3% - 59,8%). А если бы ФОМ получил социально-демографическую структуру, схожую с Левада-центром, то рассчитанный рейтинг С.Собянина уменьшился бы на 0,8% (52,1% - 51,3%).

В рамках анализа данных было проведено перевзвешивание всех исходных массивов в соответствии с поочередно выбираемым референтным массивом. Как видно из таблицы 1.2-1, несмотря на приведение к общей социально-демографической структуре всех 4-х «корпоративных» массивов, различия между интересующими нас показателями сохраняются. К примеру, при приведении опросных выборок к «соцдему» ВЦИОМа между ними все равно сохраняются значимые отличия, как по декларируемой явке, так и по основным кандидатам (так, намерение голосовать по ВЦИОМу остается на уровне 77,6%, а у ФОМ модифицируется до 72,5%, у Левада-Центра до 59,8%, у Комкона до 62,5%). Вместе с тем вариация значений при унификации социально-демографической структуры выборки все-таки немного уменьшается в большинстве случаев.

Таким образом, можно сделать вывод, что различия в социально-демографической структуре выборки хотя и влияют на различия в основных измеряемых параметрах, но это влияние невелико и не может объяснить всю вариацию значений интересующих нас показателей электоральной активности и электоральной поддержки кандидатов, а, значит, не может рассматриваться в качестве единственного и главного фактора наблюдаемых различий.

Следующая задача – оценка характера статистических различий между данными опросных организаций. Статистические различия между опросными данными были рассчитаны на основе функций правдоподобия, выстроенных для логит-моделей явки, голосования за А.Навального и С.Собянина, использующих в качестве независимых переменных *пол, возраст, образование и уровень материального благосостояния индивида*.

Приведенная ниже Таблица 1.2-2., содержит оценки вероятности того, что данные между каждой парой опросов не отличаются друг от друга (в случае, если табличная вероятность меньше или равна 0.05, то различия в данных считаются статистически значимыми и не могут объясняться лишь фактором случайности).

Таблица 1.2-2. Различия в данных, рассчитанные на основе функции правдоподобия для логит-моделей (приведены вероятности нулевой гипотезы, согласно которой оба опроса происходят из общей генеральной совокупности)

		ВЦИОМ	ФОМ	Левада-центр
ВЦИОМ	Явка			
	Собянин			
	Навальный			
ФОМ	Явка	0.00***		
	Собянин	0.00***		
	Навальный	0.20		
Левада-центр	Явка	0.00***	0.02*	
	Собянин	0.00***	0.00***	
	Навальный	0.56	0.17	
Синовейт Комкон	Явка	0.01**	0.06	0.01***
	Собянин	0.00***	0.00***	0.03*
	Навальный	0.72	0.00***	0.00***

Примечание. *Уровни значимости * p ≤ 0.05, ** p ≤ 0.01, *** p ≤ 0.001.*

Из Таблицы 1.2-2 следует, что опросные данные относительно хорошо согласуются друг с другом при моделировании голосования за А. Навального (правда, данные между Синовейт Комконом и ФОМом, а также Синовейт Комконом и Левада-центром характеризуются статистически значимыми различиями). При моделировании явки, ситуация выглядит гораздо хуже: только между опросами Синовейт Комкона и ФОМ статистически значимые различия отсутствуют, когда как между парами всех остальных опросов статистически значимые различия присутствуют. То же самое наблюдение касается голосования в пользу С.Собянина, где все данные плохо согласуются друг с другом.

Основной вывод в данной части анализа состоит в том, что наблюдаемые различия между данными являются существенными и не могут объясняться лишь фактором случайности.

1.3. Анализ различий основных измеряемых параметров при генерализации исходных данных

В настоящей главе представлен результат дополнительного анализа различий основных измеряемых параметров при обобщении исходных данных и приведению общего массива к структуре доминирующего подмассива.

1.3.1. Сведение исходных массивов в единый массив

В рамках представляемого варианта анализа данных все массивы первичных данных от ВЦИОМ, ФОМ, Левада-центра (см. таблицу В3-1), а также данные Синовейт Комкон за 8-ю и 9-ю неделю опросов (с 22.08 по 04.09), объединялись в единый массив.

В объединенной базе получилось 10 539 респондентов. После исключения респондентов, затруднившихся ответить на вопрос об образовании, осталось 10 482 респондента (см. таблицу 1.3-1).

Таблица 1.3-1. Характеристики объединенного массива

Агентство	Количество респондентов	Количество респондентов (после фильтрации)	% респондентов
ВЦИОМ	3623	3623	34,6
ФОМ	3000	2997	28,6
Левада-центр	1000	1000	9,5
Синовейт Комкон	2916	2862	27,3
ИТОГО	**10539**	**10482**	**100,0**

Структура единого массива включала в себя следующие переменные:

Пол

1) Мужской, 2) женский

Возраст (число полных лет)

1) 18-24, 2) 25-34, 3) 35-44, 4) 45-54, 5) 55-64, 6) 65-74, 7) от 75 и старше

Образование

1) Начальное и неполное среднее
2) Среднее
3) Высшее, незаконченное высшее
9. Затрудняюсь ответить

Готовность голосовать

1) Готов
2) Не готов
9. Затрудняюсь ответить

За кого Вы проголосуете?

1) Михаил ДЕГТЯРЕВ (ЛДПР)
2) Николай ЛЕВИЧЕВ («Справедливая Россия»)
3) Иван МЕЛЬНИКОВ (КПРФ)
4) Сергей МИТРОХИН («Яблоко»)
5) Алексей НАВАЛЬНЫЙ (РПР-ПАРНАС)
6) Сергей СОБЯНИН
7) Не буду голосовать
9. Затрудняюсь ответить

При объединении результатов опросов разных агентств в единый массив неизбежно возникает необходимость в модификации ответов респондентов на некоторые вопросы. Это было сделано с целью унификации данных для последующего анализа. Ответы на вопросы про пол и возраст респондента остались без изменений, ответы на остальные вопросы так или иначе модифицировались. Ниже приведено описание изменений для разных агентств.

1.3.1.1. ВЦИОМ

Вопрос «**Образование**». Ответы «Среднее общее, ПТУ» и «Среднее специальное» преобразовывались в ответ «Среднее». Остальные ответы были оставлены без изменений. Вариант ответа «Затрудняюсь ответить» не предусмотрен.

На основании вопроса «**Примете ли Вы участие в выборах Мэра Москвы, которые состоятся 8 сентября?**» был построен вопрос «**Готовность голосовать**», при этом ответы «Обязательно приму участие» и «Скорее приму участие» преобразовывались в ответ «Готов», а ответы «Скорее не приму участие» и «Точно не приму участие» преобразовывались в ответ «Не готов». Остальные ответы были оставлены без изменений.

На основании вопроса «**За кого из кандидатов, Вы бы, скорее всего, проголосовали?**» был построен вопрос «**За кого Вы проголосуете?**», при этом ответы «Приду и испорчу бюллетень» и «Не пошел бы на выборы» преобразовывались в ответ «Не буду голосовать». Остальные ответы были оставлены без изменений.

1.3.1.2. ФОМ

Вопрос «**Образование**». Ответы «среднее общее», «начальное профессиональное» и «среднее специальное» были преобразованы в ответ «Среднее». Остальные ответы были оставлены без изменений.

На основании вопроса «**Вы лично примете или не примете участие в выборах мэра Москвы 8 сентября?**» был построен вопрос «**Готовность голосовать**», при этом ответы «совершенно точно приму», «вероятнее всего приму» и «скорее приму, чем не приму» преобразовывались в ответ «Готов», а ответы «совершенно точно не приму», «вероятнее всего не приму» и «скорее не приму, чем приму» преобразовывались в ответ «Не готов». Остальные ответы были оставлены без изменений.

На основании вопроса «**За кого из кандидатов на пост мэра Москвы Вы, скорее всего, проголосуете?**» был построен вопрос «**За кого Вы проголосуете?**», при этом ответы «испорчу бюллетень» и «не пойду на выборы» преобразовывались в ответ «Не буду голосовать». Остальные ответы были оставлены без изменений.

1.3.1.3. Левада-центр

Вопрос «**Образование**». Ответы «начальное или ниже», «неполная средняя школа» и «ПТУ на базе неполной средней школы» были преобразованы в ответ «Начальное и неполное среднее». Ответы «средняя школа», «ПТУ на базе средней школы» и «среднее специальное образование» были преобразованы в ответ «Среднее». Ответы «незаконченное высшее» и «высшее» были преобразованы в ответ «Высшее, незаконченное высшее». Остальные ответы были оставлены без изменений. Вариант ответа «Затрудняюсь ответить» не предусмотрен.

На основании вопроса «**Если говорить лично о Вас, какое из следующих утверждений наиболее точно отражает ваше намерение голосовать на предстоящих выборах?**» был построен вопрос «**Готовность голосовать**», при этом ответы «совершенно точно, буду голосовать на выборах» и «скорее всего, буду голосовать» преобразовывались в ответ «Готов», а ответы «уверен, что не буду голосовать на выборах» и «сомневаюсь, что буду голосовать» преобразовывались в ответ «Не готов». Остальные ответы были оставлены без изменений.

Вопрос «**За кого из этих кандидатов Вы готовы проголосовать на выборах мэра Москвы**» не изменялся.

1.3.1.4. Синовейт Комкон

Вопрос «**Образование**». Ответы «средняя школа, гимназия, лицей» и «пту со средним образованием, техникум, колледж» были преобразованы в ответ «Среднее». Ответы «высшее техническое или естественно-научное», «высшее гуманитарное», «высшее юридическое или финансово-экономическое», «высшее военное», «другое высшее» и «ученая степень кандидата или доктора наук» были преобразованы в ответ «Высшее, незаконченное высшее». Остальные ответы были оставлены без изменений.

На основании вопроса «**Будете ли принимать участие в выборах мэра Москвы, которые пройдут 8 сентября?**» был построен вопрос «**Готовность голосовать**», при этом ответы «Нет», «Еще не решил(а)» и «Отказ» преобразовывались в ответ «Не готов». Остальные ответы были оставлены без изменений.

На основании вопроса «**Если бы выборы были в ближайшее воскресенье, за кого вы бы проголосовали?**» был построен вопрос «**За кого Вы проголосуете?**», при этом ответы «Алена Попова», «Другой кандидат» и «Затрудняюсь ответить или отказ» преобразовывались в ответ «Затрудняюсь ответить». Остальные ответы были оставлены без изменений.

1.3.2. Анализ объединенного массива

Данные, полученные из разных агентств, взвешиваются в объединенном массиве. Веса выбираются таким образом, чтобы совместное распределение по полу, возрасту и образованию для каждой из компаний-поллстеров совпало с аналогичным распределением по Синовейт Комкон (социально-демографическая структура Синовейт Комкон была выбрана в качестве базовой, исходя из большого объема массива и того, что результаты опросов этой компании оказались более близкими к официальным результатам голосования).

Все респонденты с начальным образованием в силу небольшого количества не разбиваются на возрастные группы, а рассматриваются совместно. При этом по полу разбиение происходит. Таким образом, для мужчин и для женщин получается по 15 групп = 1 группа начального образования + 7 возрастных групп со средним образованием + 7 возрастных групп с высшим и незаконченным высшим образованием. Всего получается 30 групп, по которым производится выравнивание выборок между агентствами с помощью взвешивания.

По взвешенной базе были построены кросс-таблицы «Готовность голосовать» X «Агентство» и «Кандидат для голосования» X «Агентство» с расчетом значимостей по столбцам (см. таблицы 1.3-2 и 1.3-3).

Таблица 1.3-2. Сравнение перевзвешенных данных разных поллстеров

		Итого (сводный массив)	ВЦИОМ	ФОМ	Левада-центр	Синовейт Комкон
			(A)	(B)	(C)	(D)
Готовность голосовать	Буду голосовать	7718	2 175 [C D B]	2 007 [C D]	1731	1 805 [C]
	Не буду голосовать	3281	621	608	1 088 [A D B]	964 [A B]
	Затр. ответить	449	66 [C]	247 [C A D]	44	93 [C A]
За кого Вы проголосуете?	Михаил ДЕГТЯРЕВ	183	37	25	77 [A D B]	45 [B]
	Николай ЛЕВИЧЕВ	220	23	25	130 [A D B]	43 [A B]
	Иван МЕЛЬНИКОВ	450	119 [B]	78	141 [B]	111 [B]
	Сергей МИТРОХИН	304	53 [B]	24	145 [A D B]	82 [A B]
	Алексей НАВАЛЬНЫЙ	1215	285 [B]	233	338 [A B]	358 [A B]
	Сергей СОБЯНИН	4869	1 320 [D B]	1 215 [D]	1 254 [D]	1080
	Не буду голосовать	1338	430 [C D]	496 [C A D]	228 [D]	183
	Затр. ответить	2869	594	766 [C A]	550	960 [C A B]
Итого	Взвешенная база	11448	2862	2862	2862	2862
	База	10482	3623	2997	1000	2862

Таблица 1.3-3. Сравнение перевзвешенных данных разных поллстеров (%)

		Итого (сводный массив)	ВЦИОМ	ФОМ	Левада-центр	Синовейт Комкон
			(A)	(B)	(C)	(D)
Готовность голосовать	**Буду голосовать**	**67,4**	**76,0**	**70,1**	**60,5**	**63,1**
	Не буду голосовать	28,7	21,7	21,3	38,0	33,7
	Затр. ответить	3,9	2,3	8,6	1,5	3,2
За кого Вы проголосуете?	Михаил ДЕГТЯРЕВ	1,6	1,3	0,9	2,7	1,6
	Николай ЛЕВИЧЕВ	1,9	0,8	0,9	4,5	1,5
	Иван МЕЛЬНИКОВ	3,9	4,1	2,7	4,9	3,9
	Сергей МИТРОХИН	2,7	1,9	0,8	5,1	2,9
	Алексей НАВАЛЬНЫЙ	**10,6**	**10,0**	**8,2**	**11,8**	**12,5**
	Сергей СОБЯНИН	**42,5**	**46,1**	**42,5**	**43,8**	**37,7**
	Не буду голосовать	11,7	15,0	17,3	8,0	6,4
	Затр. ответить	25,1	20,8	26,8	19,2	33,5
Итого	Взвешенная база	11448	2862	2862	2862	2862
	База	10482	3623	2997	1000	2862

Как видно из таблиц 1.3-2 и 1.3-3 даже выровненные по объему и социально-демографическим характеристикам массивы данных разных организаций дают статистически значимые отличия в измеряемых параметрах электоральных настроений. Хотя разброс предпочтений по большинству участников электоральной гонки и не столь велик, разница в оценке декларируемой явки и голосованию за С.Собянина довольно заметна.

1.4. Общий вывод по разделу

Таким образом, анализ показал, что **различия значений основных измеряемых параметров в опросах четырех компаний-поллстеров статистически значимы.** При этом указанные различия связаны с существованием заметных расхождений между исходными данными опросов, которые в свою очередь **не могут объясняться фактором случайности и различиями в социально-демографической структуре выборки, а скорее всего, имеют причины, связанные с методом опроса** (в т.ч. со способом коммуникации с респондентом).

2. Смещения ОБЪЕКТА измерения

В данном разделе исследуются проблемы репрезентативности выборочных совокупностей респондентов. Иными словами, выявляются риски того, что совокупность опрошенных существенно отличается по своим параметрам от генеральной совокупности избирателей. Такие смещения возникают на разных этапах исследования, начиная от проектирования выборки и до подготовки данных к анализу (в частности, «ремонта» выборки).

2.1. Анализ адекватности плановой схемы выборки («теоретическая модель», «архитектура выборки»)

Предложенные четырьмя компаниями-поллстерами схемы выборки содержат некоторые неоднозначные методические решения, связанные с потенциальными рисками для репрезентативности. Например, практика опроса одного респондента в одном домохозяйстве, теоретически, может вести к чрезмерной представленности в выборке одиноких людей и недостаточной представленности больших семей. С другой стороны, увеличение охвата домохозяйств может вести и к повышению точности выборки. Таким образом, риски, связанные с указанными решениями, не являются критическими. Поэтому теоретически плановые схемы выборки можно признать достаточно адекватными. Практическая их реализация – предмет рассмотрения в других разделах. Описания выборки, представленные всеми четырьмя организациями, содержат мелкие погрешности формального характера (например, отсутствие указания на доверительную вероятность рассчитанной ошибки выборки).

В целом описания выборок соответствуют сложившейся в России практике представления социологических данных со всеми ее достоинствами и недостатками. Основной из недостатков – не вполне корректное использование допущений о случайном характере отборе респондентов при интерпретации результатов.

Все четыре компании включили в паспорта опросов указания на статистическую погрешность. Однако в трех случаях из четырех (ВЦИОМ, ФОМ, Левада-центр) эти указания сопровождаются данными об использовании квот. Между тем, в настоящее время отсутствуют проверенные модели для расчета статистической погрешности квотной выборки. Кроме того, во всех четырех случаях заявленная статистическая погрешность, очевидно, вычислялась без учета доли недоступного населения, что может вести к неоправданно оптимистичной оценке (при том, что некоторые показатели близки к 50%, а доля недоступного населения вполне могла быть около 20%, погрешность должна была увеличиться более чем на 10%).

2.2. Анализ территориальной репрезентативности (районирования) выборок

В предоставленных массивах данных ВЦИОМ, Левада-центр и ФОМ имеется переменная «Административный округ», позволяющая проанализировать распределение выборки по 11 административно-территориальным единицам – округам. В базе данных Синовейт Комкон такая переменная отсутствует, что не дает возможности сделать вывод о территориальной репрезентативности выборки опроса этой компании.

Анализ фактического распределения выборок по округам позволяет сделать вывод о пропорциональной представленности респондентов из всех основных округов Москвы. Пропорции окружных подвыборок отражают распределение населения Москвы по округам города. Незначительными отклонениями от официальных данных РОССТАТа (в пределах ±0,3%) в выборках ВЦИОМ и ФОМ можно пренебречь. Отклонения выборки Левада-центра от расчетных по Южному АО (-3,5%), по Восточному АО (+1,7%), по Юго-Западному АО (+4,7%), по Северному АО (+3,3%) и отсутствие в выборке анкет по «Новой Москве» (-1,7%) нельзя назвать критическими, но свидетельствующими о некоторой небрежности в расчетах выборки по административным округам города (см. Таб. 2.2.1 Распределение выборок по Округам города).

Таблица 2.2-1. Распределение выборок по Округам города (невзвешенные)

		РОССТАТ	ВЦИОМ	ФОМ	Левада	Синовейт Комкон
Москва (после 1 января 2013 года)	11979,5	**100**	100	100	100	100
Центральный АО	748,0	**6,3**	6,3	6,0	5,8	н/д
Северный АО	1119,4	**9,3**	9,3	9,3	**12,6**	н/д
Северо-Западный АО	949,9	**8,0**	7,7	8,0	6,6	н/д
Северо-Восточный АО	1373,5	**11,7**	11,9	11,3	10,8	н/д
Южный АО	1729,7	**14,7**	14,6	14,7	**11,4**	н/д
Юго-Западный АО	1374,1	**11,7**	11,6	11,3	**16,4**	н/д
Юго-Восточный АО	1328,6	**11,3**	11,2	11,3	**9,2**	н/д
Западный АО	1298,3	**11,0**	10,9	11,3	10,7	н/д
Восточный АО	1467,5	**12,3**	12,3	12,7	**14,0**	н/д
Зеленоградский АО	223,5	**2,0**	2,0	2,0	2,5	н/д
Новомосковский и Троицкий АО (вместе)	235,8	**1,7**	1,1	2,0	**0,0**	н/д

Взвешивание данных по округам, по заявлению компаний, не производилось.

Известно, что территориальная структура Москвы имеет выраженный радиальный характер (от центра к окраинам, к МКАД), а различные муниципальные районы характеризуются разным типом застройки, развитости социальной и производственной инфраструктуры, транспортной доступностью. Данное обстоятельство необходимо учитывать при планировании выборки внутри каждого административного округа.

К сожалению, из всех компаний–поллстеров, участвующих в проекте, только ВЦИОМ предоставил данные о детальном территориальном распределении выборки своего телефонного опроса. Поэтому соответствующий анализ проведен только для данных ВЦИОМ, и в настоящей версии отчета его результаты не публикуется.

Вместе с тем, рабочая группа считает важным зафиксировать необходимость учета при построении выборочных совокупностей территориальной неоднородности городского пространства и дифференциации электоральных предпочтений внутри города (аналогично тому, как это учитывается при построении всероссийских выборок).

2.3. Анализ корректности реализации выборки

Рабочая группа имела в своем распоряжении довольно ограниченную информацию для проверки корректности реализации выборок. У группы не было возможности провести эмпирический контроль качества реализации выборки, а также отсутствовали материалы такого контроля со стороны организаций, проводивших опросы. Поэтому корректность оценивалась аналитически, на основе некоторых модельных предположений.

2.3.1. Наличие систематических ошибок

Наличие систематических ошибок (смещений) результатов, как непреднамеренных, так и преднамеренных (в чем некоторая часть общественности подозревает социологов) может быть обнаружено при сопоставлении статистических связей, существующих внутри массивов всех четырех компаний. Так как имеются данные опросов разных типов, серьезные систематические ошибки, которые в них могут возникать, с большой вероятностью будут иметь разные направления (например, при телефонном опросе в выборку с большей вероятностью попадает маломобильное население, а при уличном – наоборот). Аналогично, если бы какие-то данные подвергались недобросовестному редактированию, это с большой вероятностью привело бы к значительным отличиям в статистических связях (у потенциальных «редакторов» данных не было информации о том, какие связи присутствуют в данных других организаций и, тем более – какие будут анализироваться после предоставления данных в открытый доступ).

Для анализа систематических смещений были использованы массивы ВЦИОМ от 19-21 августа, ФОМ от 26-31 августа, Левада-центра от 26-29 августа, Синовейт Комкон от 29 августа-4 сентября. Из них были выбраны следующие сопоставимые

(по крайней мере, по смыслу) показатели: *готовность прийти на выборы, предпочтения в голосовании, пол, возраст, образование, материальное положение*. Предварительная подготовка данных заключалась в том, что все порядковые шкалы были приведены к одному направлению (таким образом, направленные показатели связи оказываются сопоставимы без поправок на формулировку вопроса). В шкале *готовности прийти на выборы* затруднившиеся и отказавшиеся отвечать были перекодированы в среднюю позицию (там, где она не предполагалась, она была введена). В шкалах *образования* и *материального положения* те же варианты ответов были перекодированы в системные пропуски. В шкале *предпочтений в голосовании* были оставлены варианты, соответствовавшие всем кандидатам, вариант «затрудняюсь ответить» и его эквиваленты, «не приду на выборы» и его эквиваленты и вариант «другое», который имел разное наполнение в разных массивах, но везде был немногочислен.

После этого были получены показатели статистических связей между избранными переменными (в зависимости от того, какие коэффициенты связи могли применяться к имевшимся данным). Там, где коэффициенты не имели направленности, они были дополнены качественной характеристикой распределения по двум основным кандидатам.

В сравнительном разрезе полученные результаты представлены в таблице 2.3-1.

Таблица 2.3-1. Сравнительная таблица статистических связей

Показатели	Организации			
	ВЦИОМ	ФОМ	Левада-центр	Синовейт Комкон
Ранговая корреляция (коэффициент Спирмена) между возрастом и готовностью участвовать в выборах	-0,3	-0,2	-0,1	-0,3
Ранговая корреляция (коэффициент Спирмена) между возрастом и материальным положением	-0,1	-0,3	-0,3	-0,2
Ранговая корреляция (коэффициент Спирмена) между образованием и готовностью участвовать в выборах	0,0	0,0	-0,1	-0,1
Ранговая корреляция (коэффициент Спирмена) между образованием и материальным положением	0,1	0,2	0,2	0,1
Ранговая корреляция (коэффициент Спирмена) между материальным положением и готовностью участвовать в выборах	0,0	0,0	0,0	0,1
Сопряженность пола с голосованием за кандидатов (коэффициент Крамера)	0,2	0,1	0,1	0,2
Сопряженность пола с голосованием за кандидатов (значимость коэффициента Крамера)	0,00	0,04	***0,07***	0,00
Доля женщин среди электората Собянина	61,0	58,0	60,0	63,0
Доля женщин среди электората Навального	45,0	49,0	44,0	50,0
Значимость различий полов по готовности к голосованию (значимость коэффициента Манна-Уитни)	0,01	0,01	***0,18***	0,01

Показатели	Организации			
	ВЦИОМ	ФОМ	Левада-центр	Синовейт Комкон
Место женщин по готовности к голосованию (1 - готовность выше, 2 - готовность ниже)	1,0	1,0	1,0	1,0
Значимость различий полов по материальному положению (значимость коэффициента Манна-Уитни)	0,02	0,00	***0,06***	0,00
Место женщин по материальному положению (1 - положение хуже, 2 - положение лучше)	1,0	1,0	1,0	1,0
Значимость различий электоратов по возрасту (значимость коэффициента Краскала-Уоллиса)	0,00	0,00	0,00	0,00
Электорат Собянина выше (1) или ниже (-1) среднего по возрасту	1	1	1	1
Электорат Навального выше (1) или ниже (-1) среднего по возрасту	-1	-1	-1	-1
Значимость различий электоратов по образованию (значимость коэффициента Краскала-Уоллиса)	***0,01***	0,05	0,09	0,18
Электорат Собянина выше (1) или ниже (-1) среднего по образованию	-1	-1	-1	-1
Электорат Навального выше (1) или ниже (-1) среднего по образованию	1	1	1	1
Значимость различий электоратов по материальному положению (значимость коэффициента Краскала-Уоллиса)	0,00	0,00	0,00	***0,04***
Электорат Собянина выше (1) или ниже (-1) среднего по материальному положению	***1***	-1	-1	-1
Электорат Навального выше (1) или ниже (-1) среднего по материальному положению	1	1	1	1

Анализ представленной выше таблицы позволяет говорить о том, что статистические связи, присутствовавшие в массивах всех четырех центров, оказываются в высокой степени согласованными. Практически нет случаев, когда они были бы разнонаправленны (условное исключение составляет лишь материальное положение электората Собянина у ВЦИОМ). Различия в уровне значимости коэффициентов имеют эпизодический характер. Например, разница ответов мужчин и женщин в опросе Левада-центра оказывается значительно слабее, но гендерный профиль электоратов основных кандидатов сохраняется.

В результате анализа можно сделать вывод в том, что генеральные совокупности для выборок всех четырех организаций - достаточно близки. Значительных смещений относительно друг друга у них не наблюдается. Из этого следует, что и вероятность общих для всех четырех организаций смещений оказывается невелика. Однако она не равна нулю. Общие смещения могут возникать, например, в результате особенностей недоступного населения. Так, если предположить, что электорат А. Навального оказался менее склонен к участию в опросах из-за предубежденности против «кремлевской социологии» (которая неоднократно демонстрировалась самим кандидатом), то его рейтинг оказался бы систематически занижен у всех опросных организаций (м.б. даже зависим от степени приближенности того или иного центра к

власти в восприятии потенциальных респондентов, например, у ВЦИОМ он мог быть значимо ниже, чем у Левада-центра и Синовейт Комкона).

Таким образом, проведенный анализ не подтверждает гипотезу о недобросовестном «редактировании» данных. В случае внесения серьезных изменений в массив кем-либо из опросных организаций (или даже всеми организациями одновременно), добиться такой степени согласованности статистических связей, которая наблюдается, едва ли было бы возможно.

2.3.2. Эффект интервьюера

Данные о распределении анкет между интервьюерами были предоставлены ФОМ и Левада-центром. Они были проанализированы по следующей модели. Имеется переменная с номерами интервьюеров i и переменные с вопросами q. Статистическая связь между переменными q и i могут свидетельствовать о существовании смещения. Задача состоит в том, чтобы определить размер смещения статистик q, а также получить несмещенный (под влиянием интервьюеров) массив данных.

Сначала необходимо определить, какие наблюдения вносят вклад в эффект интервьюера. Для этого может быть использован итеративный метод, состоящий из следующих шагов:

1) расчет коэффициента связи между i и q;
2) исключение из выборки первой строки;
3) расчет коэффициента связи между i и q;
4) возврат первой строки в выборку;
5) запись полученного изменения коэффициента связи в дополнительный столбец (d) в первую строку;
6) повторение шагов 2-5 для всех остальных строк.

По данным столбца d можно отделить респондентов, ответы которых вносят вклад в эффект интервьюера. Это те наблюдения, при исключении которых статистическая связь ослабевает.

Если их исключение ведет к существенным изменениям в результатах опроса, это означает наличие в данных эффекта интервьюера. Анализ массивов ФОМ и Левада-центра показал, что при некоторых конфигурациях переменных исключение анкет с наибольшим «штрафом» ведет к повышению рейтинга Навального и снижению рейтинга Собянина. Однако масштаб этого эффекта составляет 1-2%. Остается возможность того, что наиболее показательные конфигурации переменных не были найдены. Полученный результат позволяет сделать вывод о низкой вероятности того, что в массивах ФОМ и Левада-центра присутствовали сильные смещения в результате эффекта интервьюера (включая такую радикальную его форму как прямые фальсификации).

2.3.3. Контроль поля

Данные о контроле полевых работ (проведения опроса) в рабочую группу компаниями-поллстерами не предоставлялись, поэтому этот фактор корректности

реализации выборки рабочей группой не анализировался. Вместе с тем, рабочая группа полагает его одним из ключевых при реализации корректных выборок, и, следовательно, экспертиза системы «контроля поля» также должна включаться в полноценный аудит опросного исследования.

2.4. Анализ достижимости (response rate)

Уровень достижимости респондентов традиционно считается одним из факторов, позволяющих говорить о качестве собранных данных.

С одной стороны, оценка уровня достижимости возможна в случае регистрации отказов от участия в исследовании, а также причин отказов. С другой стороны, на уровень достижимости оказывает влияние ряд факторов, например, некоторые характеристики анкеты исследования, а также профилактические работы, направленные на повышение отклика респондентов, которые могут быть реализованы как на уровне отдельного проекта, так и в более широких рамках работы исследовательской организации с полевыми сотрудниками.

В рамках проекта была поставлена задача проанализировать как первую, так и вторую составляющие.

Для оценки достижимости плановой выборки и анализа уровней отказа и сотрудничества рабочая группа решила использовать «Стандартные определения для массовых опросов», разработанные Американской Ассоциацией исследователей общественного мнения (AAPOR)[2]. Количественные значения данных параметров могут быть сравнены между собой, с аналогичными параметрами других измерителей, как российских, так и иностранных. Предполагалось рассчитать:

RR – коэффициент ответов;

COOP – коэффициент кооперации;

REF – коэффициент отказов;

CON – коэффициент контактов.

При расчете этих коэффициентов используются следующие параметры и их обозначения:

I – полностью завершенное интервью;

P – частично завершенное интервью;

R – отказ или прерывание;

NC – не установлен контакт;

O – другое.

UH – неизвестно, домохозяйство это, или – рабочее место.

UO – неизвестно, входит ли данный респондент в выборку.

[2] Стандартные определения: систематическое описание диспозиционных кодов и коэффициентов результативности для массовых опросов (Американская ассоциация исследования общественного мнения. 3-е изд. 2004 г.) / Пер. с англ. Д.М. Рогозина, Е.М. Киселева. Социологический Журнал, №2, 2005, с. 78-119.

У всех четырех поллстеров были запрошены дополнительные данные для расчета уровня достижимости.

1) Были подготовлены и разосланы таблицы диспозициональных кодов для квартирных и телефонных опросов, рекомендованных для использования AAPOR, а также адаптированную версию для уличных опросов.
2) Также исследовательским компаниям было предложено выслать инструкции для респондентов и ответить на ряд вопросов, посвященных предпринятым в рамках исследования мерам по повышению достижимости респондентов.

Из четырех исследовательских компаний, участвующих в аудите, ответ был получен от двух: ВЦИОМ и Левада-центр. Синовейт Комкон и ФОМ дополнительную информацию не предоставили. К сожалению, ВЦИОМ не фиксировал раздельно «отказы и интервью, прерванные по причине несоответствия квот». По этой причине мы смогли рассчитать лишь значения для опроса Левада-центра.

Коэффициент ответов RR – это числовое значение, получаемое при делении количества полностью взятых интервью на сумму всех интервью (завершенных и незавершенных) и «неинтервью» (отказы, прерывания, отсутствие и прочее).

$$RR = \frac{I}{(I+P)+(R+NC+O)}$$

В используемом коэффициенте RR3 учтены также оценки недохвата подходящих по выборке респондентов. В случае уличного опроса предположение о том, что данный набор респондентов, т.е. присутствующих в точке опроса не принадлежит целиком выборке, можно отбросить (т.е. принять, что UH=0), поскольку все точки опроса были расположены на территории города. При этом, очевидно, что далеко не все присутствующие в данной точке, являются единицами генеральной совокупности. Можно предположить, что в момент отбора респондента интервьюер всегда находится перед выбором между двумя потенциальными участниками опроса[3]. Само значение оценки *E* вообще не встречается в российской практике[4], поэтому для сравнения мы использовали значение оценки, полученное Американской Ассоциацией исследователей общественного мнения в 2009 году.

Коэффициент кооперации COOP – это отношение опрошенных ко всем единицам наблюдения, удовлетворяющими условиями выборки, с которыми удалось связаться.

[3] Это предположение сделано на основе изучения инструкций по отбору респондентов. Вариант, когда интервьюер выбирает между тремя и более людьми, кажется, маловероятным. Как показывает практика, чаще всего, выбор отсутствует – согласно методу отбора респондентов на уличном опросе отбирается ближайший к интервьюеру человек. Поэтому, вариант «выбор между двумя» будет преувеличение оценки недоохвата и, соответственно, занижения RR3.

[4] В работе Рогозина Д.М. и Османова Т.Э. Методическое представление общероссийского опроса по мобильным телефонам, или процедуры оценки качества выборочного исследования на примере опроса трудоспособного населения. Мониторинг общественного мнения №2, 2013, с.40—54. приводится результаты расчета коэффициентов, но, к сожалению, не эксплицируется используемые оценки недоохвата.

$$COOP = \frac{I}{(I+P)+R+O}$$

Коэффициент отказов REF – это отношение домохозяйств или отдельных респондентов, которые отказались участвовать в опросе или прервали интервью, ко всем потенциально удовлетворяющим условиям выборки единицам наблюдения.

$$REF = \frac{R}{(I+P)+(R+NC+O)}$$

Коэффициент контактов CON измеряет долю всех случаев, в которых удалось связаться с ответственным членом домохозяйства, от всех попавших в выборку единиц, удовлетворяющих заданным условиям.

$$CON = \frac{(I+P)+R+O}{(I+O)+(R+O+NC)}$$

Таблица 2.4-1. Результаты расчетов коэффициентов результативности опроса

Коэффициент	Левада-центр, 2013, уличный	РАНХиГС, 2012, телефонный	AAPOR, 2009, телефонный
RR3	0,22	0,13	0,29
COOP1	0,43	0,25	0,53
REF3	0,57	0,39	0,21
CON2	0,50	0,54	0,57
Оценка *e*	0,740		0,476

Из таблицы 2.4-1. можно видеть, что расчетные показатели достижимости респондентов в ходе уличного опроса, проведенного Левада-центр, вполне адекватны как российской, так и американской практике. В то же время отсутствие данных о ходе сбора данных, различных диспозициональных кодов (параданных) не позволяют провести аналогичную работу в отношении других опросов и в целом затрудняют такую работу даже для самих опросных компаний, оставляют не проясненными методические ошибки, а, значит, делают невозможным их исправления.

Результаты анализа полученных данных позволяют сделать следующие выводы.

1) Ни одна из исследовательских организаций не осуществляла отслеживание уровня достижимости респондентов в соответствии со стандартами AAPOR. Из двух исследовательских компаний, предоставивших соответствующие сведения, более подробная информация об отказах от интервью фиксировалась «Левада-центром».
2) В рамках анализа анкет четырех исследовательских компаний факторы, способные повлиять на снижение достижимости респондентов, не обнаружены. В то же время, профилактические работы по повышению уровня достижимости респондентов в рамках исследований не проводились.

Таким образом, можно считать меры, которые были предприняты исследовательскими компаниями в области контроля и повышения уровня достижимости респондентов, недостаточными. Рабочая группа обращает внимание на необходимость расширения практики таких мер.

2.5. Анализ процедур перевзвешивания и ремонта выборки

Рабочая группа по анализу данных считает экспертизу оснований и алгоритмов перевзвешивания данных и ремонта выборки очень важной для оценки возможных смещений (искажений) измерения. Однако ввиду отсутствия необходимых материалов по этому вопросу такая экспертиза в настоящем проекте не проводилась. Вместе с тем, следует сказать, что перевзвешивание выборки на основе деклараций респондентов о своем ретроспективном электоральном поведении (явке и голосовании), используемое некоторыми центрами (в нашем случае Левада-центром), требует в настоящее время существенного переосмысления вследствие возрастающей недостоверности ретроспективных ответов респондентов.

3. Смещения ПРЕДМЕТА измерения

В данной части экспертизы исходных материалов опроса разделе предполагалось оценить смещения, связанные с неточностью фиксации основных параметров измерения, операционализированных в инструментарии опроса – анкетах и инструкциях интервьюерам.

Вопрос, положенный в основу этого этапа анализа, был сформулирован следующим образом: признается ли опросный инструментарий измерения электоральных предпочтений и намерений, использованный компаниями-поллстерами, корректным, т.е. позволяющим с той или иной степенью точности действительно оценивать электоральные настроения избирателей? Если нет, то в чем возможные погрешности?

Методология анализа – экспертная оценка, анализ структуры и консистентности различных компонентов вопросов, а также прослушивание аудиозаписей процесса анкетирования с фиксацией «коммуникативных сбоев» (парафразы, трудности понимания, отступления от анкеты и инструкций и т.д.). Задача проведения экспериментов с формулировками вопросов не ставилась, рабочая группа опиралась на предшествующий опыт такого рода разработок, а также на ряд методических публикаций по теме (С. Садман, Н. Шварц, Н. Брэдберн, А. Мягков, И. Журавлева, Д. Рогозин, К. Мануильская и др.).

Стратегия анализа состояла из трех этапов:

1) Создание сводной таблицы всех имеющихся вопросников, повопросная экспликация логики анкет, определение вопросов-аналогов, разделение «электоральных» и «тематических» вопросов (не связанных с задачей прогнозирования электорального поведения);
2) Анализ структуры всех вопросов, конситентности их компонентов, оснащенность инструкциями; фиксирование времени, необходимого для заполнения одной анкеты; анализ последовательности вопросов. (Анализ проводился по каж-

дой из опросных служб и для каждой из имеющихся анкет, прослушивались доступные аудиозаписи процесса анкетирования, формулировались задачи для экспериментирования с формулировками вопросов);

3) Формирование резюме, определение наиболее значимых факторов смещений или отсутствие таковых.

3.1. Краткая характеристика опросного инструментария

3.3.1. **ВЦИОМ:** Телефонные опросы, проводившиеся 19-21 августа и 7 сентября**.**

Число формальных вопросов / вопросов-реплик[5]:

- по первой анкете: 34 шт / 59 шт (анкета 21 авг.),
- по второй анкете: – 22 шт / 35 шт (анкета 7 сент.)

Две анкеты существенно различаются по числу вопросов. Прогнозный блок в обеих анкетах присутствует полностью и в идентичном порядке.

Рабочей группе были предоставлены несколько *аудиозаписей* опросов (интервьюер-респондент), отобранных случайным образом.

3.3.2. **ФОМ**: Личное интервью (F-t-F) по месту жительства (квартира), опросы 10-19 августа / 26-31 августа.

Анкеты представлены не полностью, с пропусками тематик (возможно, не относящимися к теме выборов).

Число формальных вопросов / вопросов-реплик:

- для анкеты 19 августа: Общее число форм. вопросов – 51, из них 27 отсутствуют, вопросы по теме выборов: 24 шт. / 23 шт.
- для анкеты 31 августа: Общее число форм. вопросов – 34, из них 9 отсутствуют, вопросы по теме выборов 20 шт. / 19 шт.

Две анкеты, вопросы по предвыборной тематике практически идентичны.

3.3.3. **Левада-центр:** Личное интервью (F-t-F) у подъездов домов, опрос 26-29 августа**.** Число формальных вопросов / вопросов-реплик: 32 шт / 31 шт.

Одна анкета. Часть вопросов задавились прежде в разных опросах, часть – созданы специально для этого исследования.

3.3.4. **Синовейт Комкон:** Телефонные опросы, проводившиеся ежедневно с 4.06 по 10.09.13.

Число формальных вопросов – 9 шт. (в сентябре 8 шт.); вопросы-реплики: - 26 шт. (в сентябре – 20 шт). Единая анкета для всего периода, минимально изменившаяся один раз для сентябрьских опросов.

Специальных исследований вопросных формулировок (например, как они воспринимаются респондентами) не проводилось. Стандартные электоральные во-

[5] Формальные вопросы – пронумерованная последовательность вопросов в оригинальных макетах анкет (как это было сделано авторами инструментария). Вопросы-реплики – вопросы, вычленяемые как диалог, состоящий из реплики-вопроса и реплики-ответа. Если вопрос формально имеет один порядковый номер, но сформирован в табличной форме, он превращается в серию вопросов-реплик по числу позиций, по каждой из которых должен быть получен ответ респондента.

просы проходили «обкатку» в предыдущих предвыборных исследованиях. «Ситуативные» вопросы не пилотировались.

Сопоставление содержания анкет приведено в Приложении к настоящему отчету – см. Приложение 1. Структура анкет.

3.2. Целевое предназначение опросников

ВЦИОМ[6] и ФОМ[7], публикуя итоговые результаты предвыборных опросов, позиционировали их как *прогнозы*. В основе последних лежат определенные модели, применение которых делает данные прогнозов численно отличными от непосредственных данных опросов. Структуру и методологию прогнозных моделей службы не предъявляют, лишь обозначают их наличие. Так, ВЦИОМ в пресс-релизе пишет следующее *«…прогноз результатов выборов, рассчитанный по методике, основанной на построении вероятностной модели электорального поведения (строится на данных количественного опроса и учитывает ряд факторов, определяющих электоральные предпочтения и активность избирателей)…».* Примерно так же заявлена прогнозная модель ФОМ: *«…прогнозы приводятся от числа тех, кто, согласно принятой модели расчетов (а не декларациям респондентов), придет на избирательные участки…».* Применение прогнозных моделей означает, что в конструкцию вопросника не просто закладывается целая серия индикаторов, позволяющих анализировать установки людей. Важно, что для этих вопросов также разрабатываются *специальные методические требования*, цель которых - минимизация возможных искажений, неизбежно возникающих во время процедуры сбора данных.

Левада-центр[8] и Синовейт Комкон[9] результаты последних замеров по выборам мэра подавали именно как *результаты исследования*, то есть, задача *прогнозирования* итогов выборов этими службами, как минимум, не заявлялась.

3.3. Особенности архитектуры анкет

Самая короткая и наиболее соответствующая методике телефонного интервью анкета – у Синовейт Комкона.

Анкеты ВЦИОМа в целом адекватны для телефонного опроса, но немного не доработаны (особенно первая, от 21 авг.). Можно отметить некоторую непродуманность коммуникативной ситуации в связи с темой выборов и форматом вопросов, что также подтверждается и при прослушивании аудиозаписей интервью (требования к задаванию некоторых вопросов вызывает утомление у респондента и желание перебить интервьюера).

---

[6] ВЦИОМ: «ВЫБОРЫ МЭРА МОСКВЫ: ПОСЛЕДНИЙ ПРОГНОЗ» от 2.09.13 http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114425 .

[7] ФОМ: «Прогноз итогов голосования на выборах мэра Москвы» и подзаголовок: «Предварительный и окончательный прогнозы результатов выборов в столице» от 2.09.13. http://fom.ru/Politika/11063.

[8] См. Результаты предвыборного опроса Левада-Центра http://www.levada.ru/01-09-2013/rezultaty-predvybornogo-oprosa-v-moskve.

[9] Полная версия итоговых результатов предвыборного опроса http://www.comcon-2.ru/default.asp?artID=2870.

Особенность анкеты ФОМ в том, что она *не разрабатывалась специально для решения прогнозных задач*. Видимо, она включала в себя иные (омнибусные) темы, возможно не связанные с выборами (в макетах предоставленных анкет данные вопросы отсутствуют).

Специфика анкеты Левада-центра – наличие множества второстепенных вопросов по довольно широкой предвыборной тематике. То есть, в обоих случаях базовые электоральные вопросы соседствовали с дополнительными сюжетами (это важно для исследования эффектов последовательности вопросов).

И. Климов. Частное суждение.

Можно сформулировать предположение, которое определенно нуждается в проверке при хорошо продуманном экспериментальном дизайне, поскольку при отвлеченном, спекулятивном подходе обнаруживаются аргументы как в поддержку, так и против этой гипотезы.

Во всех анкетах вопросы о явке и об электоральных предпочтениях задаются в конце интервью. Такая последовательность объясняется тем, что надо дать респонденту время собраться с мыслями и прояснить для себя собственную позицию. (Например, цитата из пояснения к одной из анкет: *«Вопрос … о голосовании… специально задается раньше вопроса о намерении респондента участвовать в выборах. По результатам многих исследований, намерения людей участвовать или не участвовать в выборах больше всего подвержены изменениям»*)[10].

Можно сформулировать гипотезу о скрытой природе смещений. Традиционно архитектура вопросов адекватна для отображения позиции более-менее определивших в отношении выборов, и она «раскачивает», подталкивает неопределившихся респондентов к формированию позиции. Это достигается серией вводных вопросов (о факте выборов, об известных и неизвестных кандидатах и т.д.). Предполагается, что неопределившиеся, сомневающиеся смогут адекватно отобразить свое неопределенное отношение к выборам, посчитают это уместным и «правильным».

Получается, что последовательность вопросов конструируется на основе модели электоральной мобилизации (изоморфной реальной установкам кандидатов-участников и политтехнологической практике). Такое допущение «более-менее» работает в стандартных электоральных ситуациях. Однако, резонно предположить, что такая схема вопросов, предполагающая определенные способы когнитивной работы респондента при подготовке ответа) может становиться неадекватной для выявления и отслеживания тренда на *электоральную демобилизацию*, особенно если она протекает неотрефлексировано, в пассивно-диффузных формах, а не рождается как активный и осознанный протест. В анкетах практически нет индикаторов, по которым можно было бы зафиксировать сам факт диффузной демобилизации, тогда как активная демобилизация протестного характера может проявляться в росте ответов «не пойду на выборы» etc[11]. Но это возможно при достаточно высокой сформированности позиции респондента и определенной «когнитивной автономии» и от интервьюера, и от анкеты, мягко, но все-таки подталкивающих респондента к признанию важности участия в выборах.

Таким образом, напрашивается две методические задачи:

– проверить гипотезу «эффекта последовательности» на вопрос о намерении участвовать в выборах:

[10] Из паспорта опроса ФОМ.

[11] Для анкеты Синовейт Комкона это замечание релевантно в меньшей степени. В ней есть вопросы, которые проясняют мотивацию «неопределившихся» с участием в выборах и тех, кто не будет участвовать в выборах. Однако они задаются тем, кто на предыдущий вопрос о намерении участвовать в выборах ответил «нет» или «затрудняюсь ответить», и на них можно дать только один ответ, что несколько уменьшает их индикативные возможности.

– разработать и апробировать модель, которая бы улавливала демобилизационную динамику (различной интенсивности и природы) какой-либо из электоральных групп.

3.4. Недостатки вопросных формулировок

Сами по себе формулировки базовых электоральных вопросов, входящих в прогнозные модели, вполне адекватны для возлагаемых на них задачи и выбранных методов сбора данных. Грубых ошибок не наблюдается. Некоторые обнаруженные шероховатости «в теории» не должны вызывать радикального завышения доли ответов того или иного типа (пойду, не пойду и т.д.).

Анкета Синовейт Комкона в принципе выглядит наиболее лаконичной и адекватной для вопрос-ответной коммуникации (хотя записи интервью участниками рабочей группы не прослушивались). Есть отдельные вопросы к базовым электоральным формулировкам Синовейт Комкона, ФОМа и ВЦИОМа; формулировки вопросов Левада-центра систематически имеют вид т.н. «Ли-вопросов»[12], что может в целом вызывать некоторые не принципиальные смещения долей ответов.

Если говорить о второстепенных вопросах, посвященных более широкому кругу предвыборных тем, в анкетах есть формулировки, которые можно подозревать в провоцировании смещений и неадекватности восприятия. В основном это связано с использованием «Ли-вопросов», с неротируемыми списками, с дефектами шкал и шкальных значений, с использованием сдвоенных вопросов и двойных оснований для вопроса и т.д. Каждой из анкет присущ свой «набор» недостатков (см. ***приложения*** с анализом анкет каждой из организаций-участников).

3.5. Эффект последовательности вопросов

Краткость анкеты Синовейт Комкона позволила ей избегать эффекта последовательности вопросов – наведенного влияния на ключевые для построения прогноза вопросы (явка, электоральный выбор).

Для анкет ВЦИОМа эффект последовательности вопросов виден в ряде мест в анкете от 21 августа, и в одном - в анкете от 7 сентября (перед вопросом об известности кандидатов стоит вопрос об оценке деятельности Собянина). Однако в отношении ключевых вопросов о явке и голосовании эффекта не должно быть.

В обеих опубликованных анкетах ФОМ были пропущены вопросы, которые в реальных анкетах (использованных в опросах) присутствовали, но не относились напрямую к теме выборов и поэтому не были включены авторами в опубликованную версию. Оценить их влияние на дальнейший ход разговора между интервьюером и респондентом не представлялось возможным, хотя такое влияние можно предполагать.

Анкета Левада-центра специфична тем, что вопросы для прогноза и вопросы об особенностях предвыборной ситуации перемешаны друг с другом, последова-

[12] В «ЛИ-вопросе» область поиска ответов задается только одной альтернативой: ***Примете ли*** *(Выделено мной - ИК) Вы участие в выборах Мэра Москвы?*

тельность вопросов сильно втягивает респондента в тематику выборов. Это может влиять на размышления респондента о собственных электоральных предпочтениях, особенно, если они не сформированы отчетливо. Вместе с тем, перед данным опросом и не ставилась задача прогнозирования результатов, он нужен был для иных исследовательских задач[13].

Тем не менее, эффект последовательности вопросов должен был проявиться применительно к вопросу о явке. Предварительно внимание респондента фокусируют на разных сторонах предвыборной ситуации – оценка деятельности Собянина, празднование Дня города, внимание к агитации, ожидание положительных перемен в городе после выборов. И после того, как в сознании респондента мобилизовали различные стороны предвыборной ситуации, показана интрига выборов и т.п., ему задаются вопросы о намерении участвовать. Это может приводить к завышению как «осознанности» электорального выбора, так и намерения участвовать в голосовании.

3.6. Общие выводы по разделу

Анкеты различаются по тщательности проработки формулировок вопросов, выверенности инструментария, продолжительности вопрос-ответной коммуникации. Наименьшее число замечаний вызывает анкета Синовейт Комкона; анкеты ВЦИОМа и ФОМа сконструированы в традиционной для предвыборных опросов стратегии; анкета Левада-центра больше тяготеет к тематически ориентированным опросникам, нежели к задаче получения данных для построения прогноза.

Тем не менее критических недостатков, которые приводили бы к существенным смещениям в данных, в формулировках базовых электоральных вопросов не зафиксировано.

Второстепенные вопросы содержат довольно много непроработанных или непродуманных конструктивных элементов, которые могут приводить к смещениям и ошибкам при фиксации ответов.

На наш взгляд, эффект последовательности вопросов присутствует в анкетах ВЦИОМ, ФОМ и Левада-центра и отсутствует у Синовейт Комкона. В большей степени он затрагивает второстепенные тематические вопросы. Критических смещений в ответах на базовые электоральные вопросы он не создает, однако в анкетах ФОМа и Левада-центра очевидно задает тенденцию к некоторому повышению положительных ответов в вопросах о явке.

Последовательность вопросов в анкетах отображает модели прогнозирования результатов выборов, а, следовательно, изоморфна феномену электоральной мобилизации: сначала выясняются самые общие установки и мотивы в отношении выборов, затем задаются вопросы для выяснения более имеющихся решений и более-менее сформированных позиций. Такой подход позволяет зафиксировать особенно-

[13] Косвенно на это указывают некоторые особенности вопросной стратегии: «перемешанность» дополнительных и базовых электоральных вопросов, а также нестандартность вопроса об электоральном выборе – он не имитирует ситуацию голосования, а предусматривает возможность множественного выбора по списку кандидатов.

сти электоральной мобилизации, однако имеет ограниченные возможности обнаружить демобилизацию и пассивизацию какой-либо из электоральных групп, если такой тренд возникает. Здесь требуется разработка моделей и апробация соответствующего инструментария.

Телефонные интервью (благодаря автоматически производимой аудиозаписи) делают возможным выборочный контроль качества работы интервьюеров, особенностей проведения интервью, смещений и сбоев вопрос-ответной коммуникации. Очевидно, что личные (face-to-face) интервью критически проигрывают по этому параметру телефонным опросам, поскольку аудиофиксация не организуется на постоянной основе. Отследить реально возникающие эффекты коммуникации не представляется возможным.

4. Основные выводы и рекомендации

4.1. Основные результаты анализа данных электоральных опросов

1. В целом предоставленные компаниями-поллстерами данные электоральных исследований характеризуются сравнительной полнотой и чистотой. **Видимых погрешностей**, свидетельствующих о неаккуратности документального описания исследований (анкеты, инструкции) и ввода данных (первичные массивы), **не обнаружено**.

2. Наблюдаемые **различия в данных опросов разных компаний являются статистически значимыми и не могут объясняться фактором случайности**, а скорее всего, имеют методологические причины, нуждающиеся в своем более углубленном изучении. В настоящее время рабочая группа не может однозначно сказать, что в большей степени повлияло на расхождения в данных – используемый метод опроса (опрос на дому, уличный опрос, интервью по телефону), плановая схема построения выборки, корректность реализации выборки, особенности опросного инструментария, или, наконец, время проведения опроса.

3. Представленные материалы, касающиеся схем построения и реализации выборочных совокупностей, выявили проблемы, несущие риски для репрезентативности получаемых выборок. Иными словами есть вероятность того, что совокупность опрошенных существенно отличается по своим параметрам от генеральной совокупности избирателей. Такие смещения возможны в силу недостатков, присущих измерениям практически всех четырех организаций-поллстеров, а именно: 1) применения квотной схемы построения выборки, 2) отказа от обязательного территориального районирования выборки внутри каждого административного округа,4) отсутствия оценки и учета недостижимой части генеральной совокупности. Кроме того, следует **признать оценку статистической погрешности для квотной выборки и без учета недостижимости неадекватной современным требованиям.**

4. Критических недостатков, которые приводили бы к существенным смещениям в данных, в формулировках базовых электоральных вопросов не зафиксировано. Вместе с тем, следует отметить, что многие формулировки, используемые разными центрами уже много лет, требует специальной экспертизы – проверки на адекватность восприятия и понимания респондентами. Также некоторые сомнения вызывают отдельные фрагменты анкет в связи с неоднозначной последовательностью вопросов, могущей оказывать определенное воздействие на ответы респондентов.

5. К сожалению, рабочая группа не смогла проанализировать такие важные аспекты проведенных измерений как **процедуры «контроля поля» и алгоритмы перевзвешивания реализованных выборочных совокупностей**. Возможные смещения (потери точности) измерений, вызванные указанными факторами, остаются неоцененными.

4.2. Рекомендации по совершенствованию методики измерений электоральных намерений

Несмотря на общественный формат экспертизы, неполный объем данных и предварительный характер выводов, рабочая группа считает возможным предложить основным участникам рынка прикладных электоральных исследований следующие рекомендации по совершенствованию методики измерений электоральных намерений.

1. В настоящее время ключевым показателем точности электорального измерения с использованием опросной методологии в глазах заказчиков и рядовой общественности является число респондентов (объем выборки). Вместе с тем, количество опрошенных играет некоторую роль в повышении точности данных для малых выборок, но, начиная примерно с 400 человек, вклад объема выборки в сокращение погрешности оказывается минимальным. Главную роль при этом начинает играть структура выборки – кто и почему оказался опрошен социологами. **Важнейшими задачами повышения точности измерения, таким образом, являются снижение доли недоступного населения и анализ его отличий от попавших в выборку.**

Все это повышает стоимость одного опрошенного без увеличения объема выборки. Однако, мы понимаем, что такой подход не соответствует сложившемуся на российском рынке спросу. (При одинаковой стоимости, заказчики зачастую предпочитают получить менее точный социологический опрос 2000 человек, а не более точный опрос 500 человек, и социологи теряют возможность разработки и реализации высокоточных выборок и обоснованного использования статистических оценок). При этом поддерживается практика «косметических» оценок погрешности, основанных на чрезмерно сильных допущениях.

Для исправления этой ситуации можно рекомендовать следующие меры:

1) Безусловно, более **точный учет и оценка недостижимости в реальных выборках и точное представление генеральной совокупности**, к которой принадлежит выборка (а она в рассматриваемых случаях, очевидно, отличается от генеральной совокупности избирателей);

2) проведение **научно-методологических изысканий в области повышения точности выборок и оценки этой точности в российских условиях**, в частности, формирования согласованной процедуры оценки погрешности квотных выборок;

3) **внедрение в практику социологических опросов принципа ценообразования на основе показателей точности выборки**, а не ее объема.

Кроме того, по результатам анализа имеющихся данных, можно рекомендовать дополнительные исследования параметров квотирования при формировании выборок электоральных опросов.

2. Как хорошо известно специалистам, представляемые в описании социологических опросов оценки погрешности результатов являются некоторой условностью, использование которой, как уже было сказано, является общепринятой практикой социологических опросов в России (как и во многих странах мира). Однако в презентационных материалах на условном характере погрешностей обычно не акцентируется внимание, в результате чего у пользователей опросов может складываться не вполне верное восприятие их результатов, а именно – неоправданно оптимистичная оценка точности больших выборок.

Для исправления этой ситуации рабочая группа рекомендует перейти к **использованию при описании статистической погрешности оговорок, уточняющих ограничения процедуры расчета** (например: «статистическая погрешность составляет 3,5% без учета возможных смещений из-за недоступного населения»). Мы считаем этот подход более честным.

3. К сожалению, специальных исследований формулировок электоральных вопросов (методических экспериментов) - как они воспринимаются респондентами, в настоящее время практически не проводится. Стандартные электоральные вопросы, используемые большинством поллстеров, «проходили обкатку» в предыдущих предвыборных исследованиях (зачастую еще в 90-х годах прошлого века) и уже не совсем оправданно воспринимаются как стабильно работающие. «Ситуативные» вопросы, как правило, вообще никак не пилотируются.

Рабочая группа полагает необходимым ввести в технологию производства исследований **регулярную практику тестирования формулировок вопросов и вариантов ответа, проведения экспериментов с вопросными формулами**, проверку создаваемых вопросных моделей на внутреннюю валидность, конструктную валидность, сопутствующие смещения и т.п. Крайне важно проверять формулировки вопросов на их сензитивность, то есть на способность смещать ответы в сторону социальной нормы или провоцировать отказ от ответа.

4. В качестве общей рекомендации можно было бы предложить опросным организациям **принять свод правил, направленных на частичную стандартизацию подготовки, сбора, и последующей обработки собранных электоральных данных**, связанных с расчетом прогнозной явки и электоральных рейтингов кандидатов. Частичная стандартизация процедуры сбора и обработки электоральных данных позволила бы не только сократить различия между опросными данными, но и

способствовать их объединению в общий массив, на основе которого могут быть рассчитаны несмещенные прогнозные оценки с минимальными стандартными ошибками.

5. Рабочая группа настоятельно рекомендует всем организациям-поллстерам **усилить «контроль поля» и фильтрацию сомнительных кейсов в итоговых массивах данных**. Понятно, что такой контроль повышает издержки проведения исследования в целом и увеличивает сроки получения валидного результата, но это является необходимой платой за повышение точности измерения.

4.3. Рекомендации по представлению данных электоральных измерений

4.3.1. Рекомендации по расширению практики открытия данных

Открытые данные становятся все более востребованными для прикладных и академических исследований. Очевидно, что уже в ближайшие несколько лет работа с ними станет неотъемлемым атрибутом большинства крупных проектов. В свою очередь и публикация открытых данных станет естественной необходимостью для всех отраслей знания.

Развитие технологий сбора и обработки данных делает опросы общественного мнения все более доступными, лишая монополии на их проведение закрытой доселе «касты поллстеров». По сути, происходит массовый возврат к эпохе «соломенных опросов», - каждая газета или учреждение могут провести собственное исследование разной степени профессионализма и опубликовать его, например, в сети Интернет. При этом для потребителя – простого гражданина – большой разницы между «солидными» ВЦИОМ, ФОМ и «мифическими» ВЦООМ и ФУМ не существует. Особенно ярко это проявляется во время избирательных кампаний, когда «сделанные на коленке» опросы общественного мнения становятся массовым явлением. На избирателя обрушивается лавина рейтингов кандидатов, носящих откровенно пропагандистский характер.

Все эти тенденции диктуют необходимость изменения подхода к информированию о результатах опросов общественного мнения. Ставшие привычными в последние годы, и даже закрепленные, например, в избирательном законодательстве, стандарты (указание на организацию, проводившую опрос, время его проведения, число опрошенных, метод сбора информации, регион, где проводился опрос, точную формулировку вопроса, статистическую оценку возможной погрешности),[14] не являются достаточным для того, чтобы определить – возможно ли доверять результатам того или иного исследования.

В этой связи, очевидна потребность в открытии базы данных и инструментария опросов общественного мнения. Представляется, что максимальная публичность необходима для следующих видов опросов:

[14] п. 2 статьи 46 закона Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации

1) Предвыборные опросы, результаты которых озвучиваются в СМИ во время официальной избирательной кампании. Норма об обязательности открытия данных исследования может быть закреплена в 46 статье закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»;
2) Опросы общественного мнения, проводимые по заказу органов власти, в т.ч. в рамках процедуры государственных закупок. Данные могут публиковаться в единой информационной системе (согласно ФЗ №44), в разделе отчетов о результатах отдельных этапов исполнения контракта;
3) Озвученные в СМИ или в официальных релизах опросы общественного мнения, проводимые государственными организациями (в том числе образовательными и научными организациями), либо организациями, в которых доля государства превышает 51%. Данные могут публиковаться на сайтах самих организаций.

Экспертиза опубликованных массивов данных показала, что расхождения в измеряемых параметрах может быть вызвана отличиями в методе опроса (на дому, на улице, по телефону и т.п.), что зачастую остается на периферии внимания как журналистов, так и широкой общественности. В этой связи актуальной становится совместная публикация данных нескольких опросов разных поллстеров с короткими методическими комментариями, позволяющими корректно сопоставлять представленные данные.

4.3.2. Рекомендации по совершенствованию Стандарта раскрытия данных

Экспертиза опросных материалов, выполненная в рамках представляемого проекта, показала, что предложенный стандарт раскрытия данных в целом позволяет предоставить экспертам достаточный объем информации. Однако в ходе работы выявилась необходимость перевода некоторых данных из разряда рекомендуемых к раскрытию в разряд крайне желательных (а может быть и обязательных) для предоставления по крайней мере специалистам и экспертам. Это касается следующих данных:

1) ***Опросный инструментарий в полном виде*** с учетом вопросов, не относящихся к измерению электоральных параметров. Это необходимо для оценки возможного влияния «нетематических вопросов» на основные измеряемые показатели;
2) ***Результаты реализации выборки (маршрутные листы или ведомость звонков).*** Схемы формирования выборочной совокупности недостаточно для экспертизы территориальной равномерности итогового распределения респондентов;
3) ***Результаты контактов с респондентами (статистика отказов).*** Для анализа достижимости крайне важно заложить в стандарт необходимость максимально подробной фиксации в ходе исследования, публикации резуль-

татов не только успешных, но и неуспешных контактов интервьюеров - данные обо всех контактах с категоризацией отказа, по возможности с фиксацией причины отказа и социально-демографических характеристик отказавшегося респондента;

4) ***Результаты контроля полевых процедур.*** Листы контроля поля, фиксации отклонения от инструкций с учетом данных конкретных интервьюеров;
5) ***Выборочные примеры интервью.*** Инструкция для интервьюеров позволяет сделать лишь номинальный анализ корректности проведения интервью. В действительности, даже опытные интервьюеры могут недостаточно строго следовать инструкции, что может приводить к искажению итоговой информации.

Необходима также конкретизация ***требования к массиву первичных данных*** ответов респондентов. Массив должен содержать:

1) данные об интервьюерах по каждому респонденту;
2) дату, время и место проведения конкретного интервью.

Представляется, что **открытие данных должно** иметь целью не только экспертизу корректности опроса, но и **служить инструментом повышения профессионализма проведения исследований**. С этой целью было бы целесообразно предоставлять:

1) программу исследования;
2) аудио и видео файлы инструктажа интервьюеров.

Возможно, в дальнейшем включить и другие этапы, на которых фиксируется наиболее частое несоблюдение технологий организации опроса.

Заключение

Вне зависимости от изложенных результатов экспертизы и принятия/непринятия профессиональным сообществом основных выводов и рекомендаций рабочей группы мы считаем сам проект по аудиту электоральных исследований четырех компаний-поллстеров очень значимым моментом в жизни отрасли. Практически впервые компании, находящиеся в состоянии конкуренции на рынке прикладных социологических исследований, совместно со специалистами из других фирм и научно-исследовательских организаций смогли внимательно посмотреть на поллстерскую продукцию друг друга. Этот **факт профессионального доверия, безусловно, важный шаг к совместной работе по повышению качества социологических исследований**, и, следовательно, восстановления доверия смежных экспертных сообществ, потребителей продукции и широкой заинтересованной общественности.

По итогам работы группы можно смело сказать, что следов сознательного искажения данных, грубых ошибок и явного нарушения технологических требований при проведении опросов четырех компаний не выявлено. Исследования выполнены на уровне принятых в современной практике стандартах. Однако именно **эти «стандарты де-факто» вызывают у участников рабочей группы возражения**.

Аудит материалов, предоставленных участниками проекта, а также информация, имеющаяся у членов рабочей группы в силу их регулярной профессиональной деятельности, позволяет сделать вывод о **распространенности практики снижения требований к качеству проводимых опросных исследований относительно канонических требований, описанных в методической и научной литературе**. У рабочей группы нет мысли увидеть в этом явлении дисквалификацию кадров ведущих опросных компаний. Напротив, мы знаем о высоком уровне методической подготовки их ведущих сотрудников. Вместе с тем видно, что компании-поллстеры сознательно и с полным пониманием снижают требования по достижимости, ослабляют контроль поля, прекращают тестирование инструментария и т.п. в силу необходимости снижения издержек производства.

Причины этого явления кроются в **деформации рынка социологических опросов**, на котором существует спрос не на данные определенной точности, определенное (высокое!) качество продукции, а на внешние атрибуты «масштаба исследования» (большой объем выборки, региональная представительность), быстроту выполнения работ без всякого учета технологических особенностей и финансовую дешевизну, совершенно не соответствующую указанным выше требованиям. В этих условиях **критерии качества исследований все чаще определяются лишь пониженными требованиями рынка и запросами малоквалифицированных потребителей, а не высокими профессиональными стандартами**. Все больше исследований проводится в формате fast food, для которого важнее оперативность и снижение издержек, чем качество, точность и методологические изыски.

Вместе с тем сегодняшняя ситуация, которая многими наиболее эмоциональными коллегами расценивается как «**кризис опросной индустрии»**, требует серьезного пересмотра используемых технологий и методик. Нынешний период развития прикладной и поллстерской социологии характеризуется **двумя остро негативными явлениями**:

1) снижением доверия к опросам вообще и следующим из этого ростом числа отказов от участия в них;

2) распространением «лукавой» коммуникации, в которой искренность и достоверность декларируемого респондентами мнения вызывает серьезные сомнения.

Эти явления невозможно преодолеть с сохранением пониженных требований к методикам и технологии проведения опросов («игнорирование канонов»), а также без разработки новых методик и технологий, учитывающих указанные негативные факторы и минимизирующих их влияние. В свою очередь **внедрение в практику высоких стандартов качества и социологической продукции класса «премиум», а также методологические инновации вряд ли возможны без усиления кооперации всего профессионального сообщества**.

«Казус», случившийся с компаниями-полстерами в связи с выборами мэра Москвы, может рассматриваться и как позитивно окрашенный символ окончания большого периода в развитии российской опросной индустрии, связанный с доминированием «индивидуализированных» стратегий развития отдельных компаний. К настоящему моменту накоплен богатый опыт реализации исследовательских про-

ектов в индустриальном формате, большой объем знаний как в области методологии исследований, так и в области управления исследовательскими проектами. Однако главным тормозом к дальнейшему развитию отрасли становится **склонность к корпоративной самоизоляции и вырожденность форм профессиональной ассоциации**. Самостоятельные корпоративные стратегии с низкой вовлеченностью в практики взаимной экспертизы, консультирования, совместных инвестиций как в теоретические и методические разработки, так и в развитие инфраструктуры исследований, обнаруживают закономерный «потолок» своего развития. Сегодня требуется определенное согласование (стандартизация) отдельных элементов инструментария и схем построения выборок, кооперация как в методических и технологических изысканиях, так и в представлении результатов опросов.

Истории успехов каждой из российских исследовательских компаний отодвигают в тень историю ошибок развития и опыт рефлексии их природы. Сегодня важно признать, что **опыт ошибок достоин приза** – потому что **это неотъемлемая часть «истории успеха»**. В особенности, если ошибки становятся предметом анализа и темой для взвешенного разговора внутри профессионального сообщества.

Четыре исследовательских организации, входящие в топ российских исследовательских компаний, решили передать для независимой экспертизы данные и инструментарий предвыборных московских опросов. Сам этот факт является несомненным позитивным знаком и важным фактором развития всей индустрии исследований и опросов. «Сухая» рабочая тональность настоящего доклада экспертной группы «Открытого мнения», разбор ошибок, смещений и критика опросных технологий не должны заслонять нашего общего ощущения – ощущения большой важности и определенной этапности нынешней ситуации, бесценного опыта совместной работы с материалами предвыборных исследований.

Приложение 1. Структура анкет