

УДК 316.334.3:324

С.В. Хамутоўская,*кандыдат сацыялагічных навук, старшы навуковы супрацоўнік
Інстытута сацыялогіі НАН Беларусі*

АСНОЎНЫЯ МЕТАДАЛАГІЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ АРГАНІЗАЦЫІ ПРЫКЛАДНЫХ ЭЛЕКТАРАЛЬНЫХ ДАСЛЕДАВАННЯЎ У ДЗЕНЬ ВЫБАРАЎ І ПАСЛЯВЫБАРНЫХ (НА ПРЫКЛАДЗЕ ЗАМЕЖНАГА ВОПЫТУ)

Ва ўмовах станаўлення ў Беларусі новай сістэмы грамадскіх адносін, карэнных эканамічных і палітычных змен узрастае цікавасць да сацыяльна-прававых праблем развіцця палітычнай сістэмы і электаральных паводзін. У лік вядучых інстытутаў дэмакратычных дзяржаў, якой абвешчае сябе наша краіна, уваходзяць выбары, з дапамогай якіх не толькі вызначаецца расстаноўка палітычных сіл, выяўляецца ўплыў тых ці іншых палітычных дзеячаў, партый, але і адбываецца легітымізацыя палітычнай сістэмы і палітычнага рэжыму. Шляхам галасавання на выбарах грамадзяне выражаюць свае палітычныя погляды і настроі, даюць ацэнку дзеючай уладзе, выказваюцца аб далейшых перспектывах развіцця краіны. Пры гэтым істотнае значэнне мае не толькі тое, якое рашэнне прымаецца выбаршчыкамі падчас галасавання, але і тое, якім чынам паводзяць сябе розныя групы насельніцтва, што валодаюць выбарчым правам, на працягу ўсіх стадый выбарчага працэсу, а таксама паміж выбарамі.

У сацыялагічным кантэксце электаральныя паводзіны насельніцтва могуць быць вызначаны як «форма ўдзелу грамадзян у палітычным жыцці, якая ўключае палітычна значныя запатрабаванні, матывы, арыентацыі, перавагі, устаноўкі і сацыяльныя дзеянні электарату як спецыфічнай сацыяльнай супольнасці, што праяўляюцца падчас выбарчых кампаній і выбараў у органах дзяржаўнай улады» [1, с. 34].

Вывучэнне электаральных паводзін з'яўляецца традыцыйным пытаннем для палітычнай сацыялогіі, паліталогіі і сацыяльнай псіхалогіі. На працягу ўсёй гісторыі існавання палітычнага працэсу і выбараў як яго часткі выяўляліся заканамернасці ўдзелу людзей у палітычным жыцці, ускладняліся метады аналізу апошняга, паступова адбываўся пераход ад эмпірыкі да пабудовы тэарэтычных мадэлей і схем электаральных паводзін, вёўся пошук яго складовых, удакладнялася спецыфіка электаральных даследаванняў.

У наш час у замежнай і айчынай навуцы прынята вылучаць тры асноўных тыпы электаральных даследаванняў: перадвыбарнае, у

дзень выбараў і паслявыбарнае, якія, як правіла, грунтуюцца на сацыялагічных апытаннях. Пры гэтым, у цэлым, да ліку асаблівасцей дадзеных апытанняў варта аднесці тое, што:

- 1) электаральныя паводзіны людзей падвяргаюцца ўплыву шматлікіх фактараў (аб'ектыўных і суб'ектыўных, доўгатэрміновых і кароткатэрміновых і г. д.), канфігурацыі, спалучэнні і ступень ўплыву якіх адрозніваюцца на кожных канкрэтных выбарах;
- 2) пасля выбараў становіцца магчымым верыфікаваць частку вынікаў апытанняў.

Перадвыбарныя даследаванні, як правіла, не з'яўляюцца аднакратнымі, злучаны са зборам пэўнай інфармацыі, яе агрэгаваннем і інтэрпрэтацыяй. Іх арганізацыя і правядзенне часцей за ўсё забяспечваюцца такімі метадамі, як экспертныя ацэнкі, праца з фокус-групамі, кантэнт-аналіз, сацыялагічныя апытанні ў выглядзе анкетавання і інтэрв'ю.

Дыяпазон метадычных прыёмаў і інструментарыю, якія ўжываюцца пры падрыхтоўцы і правядзенні падобных даследаванняў, залежыць ад мэт і магчымасцей пэўных даследчых груп, з'яўляецца вельмі шырокім, што робіць немэтазгодным спробы яго дэталізаванага апісання. Аднак можна адзначыць, што ў найбольш абагульненым выглядзе ў рамках перадвыбарных даследаванняў устанаўліваюцца:

- сацыяльна-дэмаграфічныя і сацыяльна-прафесійныя характарыстыкі выбаршчыкаў (пол, узрост, адукацыя, сацыяльная прыналежнасць і г. д.);
- эканамічнае і сацыяльнае самаадчуванне электарату;
- ацэнкі выбаршчыкамі палітычнай сітуацыі, якая склалася напярэдадні выбараў;
- палітычныя перавагі, устаноўкі і каштоўнасці электарату;
- патэнцыяльная электаральная актыўнасць;
- гатоўнасць выбаршчыкаў да пратэстных дзеянняў;
- наяўнасць і асаблівасці папярэдняга ўдзелу выбаршчыкаў у выбарах;
- ступень даверу электарату органам дзяржаўнай улады, палітычным інстытутам і дзеячам;

- рэйтынг кандыдатаў;
- сацыяльныя, эканамічныя і палітычныя чаканні выбаршчыкаў;
- адносіны да перадвыбарных мерапрыемстваў і інш.

Даследаванні ў дзень выбараў выконваюць прагнастычную і кантрольную функцыі, дазваляюць атрымаць аператыўныя даныя пра працэс галасавання і ажыццяўляюцца пераважна з дапамогай такіх сацыялагічных метадаў, як апытанні на выхадзе з выбарчых участкаў (Exit-polls) і назіранне.

Першыя Exit-polls праводзіліся ў Злучаных Штатах Амерыкі (ЗША) у канцы 60-х гг. XX ст. па методыцы, распрацаванай У. Мітофскі, і складаліся з некалькіх пытанняў у анкеце, як правіла, пра тое, за каго аддаць свой голас выбаршчык і чаму, на якія рэспандэнтам прапанавалася адказаць на выхадзе з выбарчага ўчастка. Аднак пазней колькасць пытанняў пачалі паступова павялічваць. Да прыкладу, у 1968 г. на прэзідэнцкіх выбарах у ЗША з дапамогай Exit-polls усталявалася не толькі тое, за каго прагаласавалі выбаршчыкі, але таксама пол і раса апошняга. Анкета Exit-poll, якая праводзілася службай У. Мітофскі ў дзень першасных дэмакратычных выбараў у штаце Нью-Хэмпшыр у 2004 г., складалася з 26 пытанняў, умоўна падзеленых на два блокі. У першым знайшлі адлюстраванне пытанні, накіраваныя на выяўленне электаральных устаноў і асаблівасцей электаральных паводзін (адносіны рэспандэнта да кожнага з прадстаўленых кандыдатаў; высвятленне таго, за каго быў аддадзены голас, а таксама часу прыняцця рашэння і г. д.), у другім – пытанні пра адносіны да ажыццяўляемай Дж. Бушам палітыкі і працы яго адміністрацыі. У «пашпартыцы» досыць падрабязна ўсталяваліся сацыяльна-дэмаграфічныя даныя выбаршчыкаў, а менавіта іх пол, узрост, раса, даход сям'і [2]. Па меркаванні У. Мітофскі, атрыманая такім чынам інфармацыя з'яўляецца вельмі важнай для пабудовы прагнозных мадэлей электаральных паводзін, дазваляе больш адэкватна эксплікаваць той ці іншы электаральны выбар.

На працягу некалькіх апошніх гадоў з мэтай павышэння хуткасці і якасці праводзімых у дзень выбараў даследаванняў грамадскай думкі методыка арганізацыі і ажыццяўлення Exit-polls удасканаліваецца. Напрыклад, на парламенцкіх выбарах у 2007 г. ва Украіне кампанія «TNS Ukraine» звярнулася да методыкі правядзення Exit-poll у аператыўным рэжыме і перадачы сабранай інфармацыі з дапамогай мабільнай сувязі ў спецыяльна створаны ёй call-center. На кожным выбарчым участку знаходзілася два інтэрв'юеры, у якіх былі адпаведна мабільныя тэлефоны, падключаныя да

розных аператараў сотавай сувязі (UMC і Kieўстар).

Кожную гадзіну працаўнікі call-center тэлефанавалі інтэрв'юерам у загадзя вызначаны прамежак часу, а калі па якіх-небудзь прычынах гэтага не адбывалася, то апошнім трэба было самім звязацца з call-center і перадаць коды адказаў рэспандэнтаў на пяць змястоўных пытанняў анкеты і на чатыры пытанні, якія тычыліся сацыяльна-дэмаграфічных характарыстык рэспандэнтаў (вобласць, населены пункт, тып населенага пункта, акруга і ўчастак). У call-center атрыманая інфармацыя аўтаматычна ўключалася ў агульную базу даных, якая была даступная для аналізу з 11 гадзін раніцы. «Прычым, гэта была не «лінейная» інфармацыя, а база даных, якая дазваляе будаваць шматмерныя табліцы размеркаванняў: праводзіць аналіз працэсу галасавання па асобных рэгіёнах, тыпах населеных пунктаў, па асобных тэрытарыяльных адзінках і г. д.» [3, с. 191–192].

Асаблівасцямі падрыхтоўчага этапу апісанага даследавання ў дзень выбараў ва Украіне стала: па-першае, правядзенне пілатажнага даследавання прыкладна ў 200 пунктах апытання з мэтай усталявання пунктаў з найбольш устойлівым прыёмам мабільнай сувязі, апрабачыі методыкі апытання, трэнінгу інтэрв'юераў па перадачы інфармацыі, працы call-center па прыёме інфармацыі і складанні базы даных; па-другое, своечасовая распрацоўка формы для прэзентацыі вынікаў апытання пасля кожнай гадзіны і адпрацоўка парадку перадачы інфармацыі заказчыку; па-трэцяе, змена прынцыпаў разліку выбаркі, а менавіта павелічэнне колькасці апытаных і колькасці кропак апытання, што павінна было павялічыць рэпрэзентатыўнасць даследавання [3, с. 191–192].

Да недахопаў дадзенай методыкі можа быць аднесены яе даволі высокі кошт, злучаны з правядзеннем пілатажных даследаванняў на падрыхтоўчым этапе, а таксама з забеспячэннем інтэрв'юераў мабільнымі тэлефонамі і/або тэлефоннымі карткамі да іх, неаднароднасць якасці сувязі на розных тэрыторыях аднаго і таго ж населенага пункта, краіны ў цэлым. [3]

Паслявыбарныя даследаванні дазваляюць выявіць змены ва ўстаноўках і рэальных паводзінах падчас галасавання той часткі электарату, якая на этапе перадвыбарных даследаванняў адносілася да «нявызначыўшыхся», а таксама ўстанавіць фактычныя, а не магчымыя прычыны ўдзелу і няўдзелу ў выбарах, час прыняцця рашэння, ацэнку мінулых выбараў з пункту гледжання іх легітымнасці і адпаведнасці выбарчаму заканадаўству і інш.

Напрыклад, у Расійскай Федэрацыі ў лютым 1993 г. Фондам «Грамадская думка» праводзілася паслявыбарнае апытанне 1600 выбаршчыкаў, якія пражываюць у гарадах і сельскай мясцовасці, з мэтай суаднясення атрыманых даных з вынікамі выбараў і ўстанаўлення таго, наколькі сацыяльна-прафесійная прыналежнасць электарату паўплывала на іх. Для замеры выкарыстоўвалася пытанне: «За які блок (партыю) Вы аддалі свой голас на выбарах?». Варыянты адказу супадалі са спісам альтэрнатыў, прапанаваным выбаршчыкам на выбарах і былі дапоўнены пазіцыямі «У выбарах не ўдзельнічаў(-чала)», «Адмова ад адказу». У далейшым аналізу падвяргаліся толькі адказы, у якіх былі ўказаны тыя ці іншыя блокі (партыі), астатнія адказы (варыянт «Галасаваў супраць усіх») у разлік не браліся. Паводле дадзенай метадыкі, аналіз вынікаў выбараў у залежнасці ад сацыяльна-прафесійнай прыналежнасці электарата варта ажыццяўляць звяртаючыся толькі да тых даных, якія адрозніваюцца ад сярэдніх у пэўнай краіне.

У разглядаемым прыкладзе, з улікам статыстычнай памылкі праведзеных апытанняў грамадскай думкі, расійскімі даследчыкамі быў прыняты парог, які роўны 5 %. Разыходжанні, ніжэй за гэты парог, лічыліся неістотнымі. У выніку з 13 блокаў і партый, уключаных у бюлетэні для галасавання, значныя адрозненні ліку галасоў, пададзеных за іх у розных сацыяльна-прафесійных групах, у параўнанні з насельніцтвам у цэлым, былі выяўлены толькі сярод 4 блокаў і партый (ЛДПР, Выбар Расіі, КПРФ, «Яблык»). Далей выяўлялася, як паводзяць сябе сацыяльна-прафесійныя групы (працоўныя, службоўцы, пенсіянеры, спецыялісты) у адносінах да гэтых 4 пазіцый (актыўна падтрымліваюць і галасуюць; выказваюць відавочную антыпатыю; хутчэй гатовыя падтрымаць, чым наадварот і г. д.).

Акрамя таго, выкарыстанне дадзенай метадыкі дае магчымасць больш падрабязна прааналізаваць адрозненні ў галасаванні пры разглядзе сацыяльна-дэмаграфічных падгруп (пол, узрост, адукацыя, даход) у рамках кожнай прафесійнай групы. На падставе атрыманых даных устанаўліваюцца долі галасоў, аддадзеных за розныя партыі і блокі. Так, у прыведзеным прыкладзе складалася матрыца папарных каэфіцыентаў карэляцыі Пірсана, створаная па даных пра групы як пра «назіранні». З яе дапамогай можна распрацаваць верагодны механізм размеркавання галасоў выбаршчыкаў паміж аналізаванымі блокамі і партыямі [4, с. 510–516].

Таксама вядомая метадыка суаднясення даных паслявыбарных і перадвыбарных апытанняў з мэтай, напрыклад, пабудовы тых ці

іншых мадэлей электаральных паводзін. Так, расійскія аўтары А. Аслон і Я. Пятрэнка, выкарыстоўваючы вынікі апытанняў Фонду «Грамадская думка», апісваюць метадыку канструавання мадэлі электаральнага зруху, якая базіруецца на супастаўленні вынікаў апытання, праведзенага за тыдзень да выбараў, і апытання, праведзенага праз тыдзень пасля выбараў. Асноўным паказчыкам з'яўляецца размеркаванне адказаў рэспандэнтаў у перадвыбарным апытанні (умоўна пазначаецца А) на пытанне «Ці будзеце Вы ўдзельнічаць у выбарах, і калі будзеце, то за які блок (партыю) Вы аддасце голас?» з варыянтамі адказу «Цяжка адказаць» і «Не буду ўдзельнічаць у выбарах». Парапануецца размеркаванне адказаў на гэтае ж пытанне ў мінулым часе ў паслявыбарчым апытанні (умоўна пазначаецца В), але ўжо без варыянта адказу «Цяжка адказаць». Электаральны зрух выяўляецца пры ўсталяванні адрозненняў паміж размеркаваннямі В і А. Ён заключаецца ў тым, што рэспандэнты, якія не змаглі адказаць, пераразмеркаваліся па астатніх адказах, па якіх, такім чынам, адбылося дадатнае прырашчэнне [4, с. 535].

Сэнс дадзенай мадэлі ў тым, каб прывесці размеркаванне А ў адпаведнасць з размеркаваннем В з дапамогай пераразмеркавання катэгорыі «Цяжка адказаць» прапарцыяльна дадатным прырашчэнням у размеркаванні В. Напрыклад, да выбараў у цэлым у Расіі, усё насельніцтва, што валодае выбарчым правам, прынята за 100 чалавек, размеркаванне А выглядала так, як прадстаўлена ў табліцы ў слупку 2, а менавіта 22 чалавекам было цяжка адказаць на пытанне пра тое, ці будуць яны ўдзельнічаць у выбарах. Пасля выбараў размеркаванне В некалькі змянілася: на 2 чалавекі паменшылася колькасць тых, хто прыняў удзел у галасаванні, але не аддаў свой голас у падтрымку партыі «Выбар Расіі», па астатніх катэгорыях колькасць трапіўшых у іх людзей павялічылася (слупок 3 у табліцы). У выніку сума дадатных прырашчэнняў склала 24 чалавекі ($22+2=24$) (слупок В–А) [4, с. 535–536].

«Калі прыняць, што абедзве часткі (22 і 2 чалавека) размяркоўваюцца ў аднолькавых прапорцыях, то долі (%) дадатных прырашчэнняў складуць мадэль пераразмеркавання тых, каму было цяжка вызначыцца да выбараў з адказам пра сваё будучае галасаванне» (слупок 4 у табліцы) [4, с. 536].

Табліца – Пабудова мадэлі электаральнага зруху [4, с. 536]

Альтэрнатывы выбаршчыкаў	А (да выбараў), %	В (пасля выбараў), %	В–А	Мадэль электаральнага зруху, %
КПРФ	7	8	1	4,2 %
«Выбар Расіі»	15	13	–	–
ПРЭС	4	4	–	–
ДПР	4	4	–	–
«Яблык»	6	7	1	4,2 %
ЛДПР	10	15	5	20,8 %
«Аграрыі»	2	4	2	8,3 %
«Жанчыны Расіі»	3	5	2	8,3 %
Іншыя блокі	6	6	–	–
Ні за адзін з іх	5	6	1	4,2 %
Не пайду на выбары	16	28	12	50,0 %
Цяжка адказаць	22	–	–	–
Усяго	100	100	24	100,0 %

Пабудова падобнай мадэлі дае магчымасць наглядна ўявіць і прааналізаваць, як прымаюцца рашэнне выбаршчыкамі, якія за тыдзень да выбараў яшчэ не вызначыліся, у падтрымку якога блока, партыі, кандыдата аддадуць свой голас. Аднак неабходна памятаць, што дадзеная метадыка не ўлічвае пераходы выбаршчыкаў паміж блокамі, партыямі, «якія ўзаемна пагашаюць адзін аднаго» [4, с. 536].

Такім чынам, падводзячы вынік усяму вышэйсказанаму, можна зрабіць выснову пра тое, што прыкладныя электаральныя даследаванні ў дзень выбараў і паслявыбарныя валодаюць некаторымі асаблівасцямі і спецыфічнымі задачамі, якія павінны ўлічвацца пры пошуку той ці іншай метадыкі іх арганізацыі і правядзення. У постсавецкіх краінах, уключаючы Украіну і Расію, якія імкнуцца да павышэння ўзроўню дэмакратызацыі палітычнай сістэмы і выбараў, у апошнія некалькі дзесяцігоддзяў шырокае распаўсюджванне атрымалі такія сацыялагічныя метадыкі, як Exit-polls-апытанні (першапачаткова ўзніклі ў рамках амеры-

канскай сацыялогіі палітыкі) і апытанні выбаршчыкаў пасля выбараў, што выкарыстоўваюцца пры распрацоўцы актуальных мадэлей электаральных паводзін. Акрамя таго, варта адзначыць, што, па-першае, названыя метадыкі ў згаданых краінах пастаянна знаходзяцца ў працэсе удасканалення з апрабаваннем на практыцы, а па-другое, замежны вопыт у дадзенай галіне ўяўляе значную цікавасць для даследчыкаў Беларусі, дзе ўжыванне ўказаных метадык пачалося адносна нядаўна (у параўнанні, напрыклад, з ЗША і краінамі Заходняй Еўропы). Варта адзначыць, што патрэбнасці ў іх з кожным годам непазбежна ўзрастаюць, роўна як і патрабаванні да іх якасці.

ЛІТАРАТУРА

1. Хамутоўская, С.В. Электаральныя паводзіны насельніцтва: аналіз у рамках сацыяльна-псіхалагічнага падыходу / С.В. Хамутоўская // Весті БДПУ. Серыя 2, Гісторыя. Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. Эканоміка. Культуралогія. – 2011. – № 3 (69). – С. 34–38.
2. Докторов, Б. Прямые продолжатели дела отцов-основателей: Уоррен Митомфски и Джозеф Ваксберг / Б. Докторов // Социальная реальность. Ж-л социологич. наблюдений и сообщений [Электронный ресурс]. – 2007. – № 1. – Режим доступа : <http://socreal.fom.ru/?link=ARTICLE&aid=277&print=yes>. – Дата доступа : 05.07.2012.
3. Винославская, С. Exit-poll: методика исследования в оперативном режиме / С. Винославская, Н. Чурилов // Социология: теория, методы, маркетинг. – № 1. – 2008. – С. 189–196.
4. Ослон, А. Факторы электорального поведения : от опросов к моделям / А. Ослон, Е. Петренко // Десять лет социологических наблюдений / Фонд «Общественное мнение». – М., 2003. – С. 507–545.

SUMMARY

In the article the basic types of electoral researches with the indication of specific tasks of each of them which cause expediency of application of these or those techniques and methods of sociological studying of behaviour of electorate during preparation and carry out of elections to the state authorities, and also in the period after elections are distinguished. Foreign experience of the use of Exit-poll (on the example of the United States of America and Ukraine), and also the techniques of correlation of the data of polls after elections with the data of pre-election polls with the purpose of construction of these or those models of electoral behaviour, in particular model of electoral shift (on the example of the Russian Federation) are revealed and analyzed.

Паступіў у рэдакцыю 04.12.2012 г.