

ПРАВОВАЯ РЕГЛАМЕНТАЦИЯ И ПРАКТИКА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ ПО ВЫБОРАМ ДЕПУТАТОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 4 ДЕКАБРЯ 2011 г. И ПРЕЗИДЕНТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 4 МАРТА 2012 г.

В.В. Горбатова

Избирательная кампания по выборам депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации шестого созыва отличалась активной работой экспертного сообщества, социологических организаций и средств массовой информации. На страницах российских и зарубежных научных и научно-публицистических изданий регулярно появлялись материалы, посвященные анализу хода избирательного процесса в целом, а также деятельности отдельных его субъектов (политических партий, структур гражданского общества, собственно экспертно-социологических организаций и средств массовой информации). Традиционно пристальное внимание экспертов привлекло изучение итогов голосования, сопоставление их с результатами предыдущего федерального электорального цикла, а также с оценками, полученными посредством построения электоральных прогнозов.

Одним из таких материалов стала статья доктора социологических наук, профессора Российского университета дружбы народов, старшего научного сотрудника факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова Ларисы Николаевны Федотовой «Результаты выборов в Госдуму-2011: социологический анализ», опубликованная в журнале «Сравнительная политика» № 2 за 2012 г. В ней автор, в частности, исследует пробле-

му несовпадения результатов прогнозов социологических организаций с реальными итогами голосования на примере выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации шестого созыва, состоявшихся 4 декабря 2011 г.

В теоретическом отношении указанная статья является весьма интересной, поскольку содержит в систематизированном виде большинство наиболее значимых теоретико-методологических подходов к анализу обозначенной проблемы. Среди них и так называемая «спираль умолчания» Э. Ноэль-Нойман (несовпадение декларативных намерений избирателя с его реальными предпочтениями), и дискуссия о величине предельной ошибки качественной выборки, и адекватный учет большого количества неопределившихся избирателей как самостоятельные методологические проблемы при формировании электоральных прогнозов. Автором также выделяются такие важные аспекты, определяющие сложность электорального прогнозирования, как временной фактор (предполагается, что чем ближе проведение опроса по времени подходит ко дню голосования, тем точнее будут выражать совокупное мнение избирателей его результаты, и, следовательно, более точным будет итоговый электоральный прогноз) и психологические особенно-

сти респондентов. Справедливо большое внимание автор уделяет и практике проведения применительно к электоральной проблематике интернет-опросов.

Вместе с тем обращает на себя внимание некоторая неточность, имеющаяся в статье при описании ограничений на обнародование электоральных прогнозов накануне дня голосования в Российской Федерации и за рубежом. В частности, автор отмечает, что «по решению ЦИК, начиная с 29.11.2011 г., центры (социологические центры. — В.Г.) уже не могли обнародовать свои прогнозы (и такие ограничения — это общемировая практика)»¹. Стоит особо обратить внимание на тот факт, что «мораторий» на опубликование результатов опросов общественного мнения и электоральных прогнозов является предметом регулирования федерального и регионального избирательного законодательства и не устанавливается постановлениями ЦИК России. В частности, п. 3 ст. 46 Федерального закона от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ (ред. от 03.12.2012 г.) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» запрещает публикацию (обнародование) результатов опросов общественного мнения, прогнозов результатов выборов и референдумов, иных исследований, связанных с проводимыми выборами и референдумами (в том числе в сети Интернет), в течение пяти дней до дня голосования, а также собственно в день голосования².

Кроме того, федеральный законодатель регламентирует и некоторые другие аспекты, связанные с проведением опросов общественного мнения по избирательной проблематике и публикацией полученных результатов. В частности, п. 2 ст. 46 вышеуказанного федерального закона предусматривает, что при публикации результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами и референдумами, необходимо также указывать организацию, прово-

дившую опрос, время его проведения, число опрошенных (выборку), метод сбора информации, регион опроса, точную формулировку вопроса, величину возможной погрешности, а также данные о заказчиках исследования.

Одним из примеров наиболее подробной регламентации проведения электоральных опросов на региональном уровне выступает Закон Краснодарского края от 21 августа 2007 г. № 1315-КЗ «О выборах депутатов Законодательного Собрания Краснодарского края». В п. 4 ст. 37 «Опросы общественного мнения» указанного Закона региональные законодатели детально регламентируют порядок проведения опросов на выходе из избирательных участков (или экзит-полов), несмотря на отсутствие федерального регулирования в этой области.

В целом полнота и «академический» подход автора статьи к анализу теоретико-методологической проблематики, связанной с электоральным прогнозированием, оставляют положительное впечатление. Однако с практической точки зрения, для наиболее полного исследования опыта социологического сопровождения избирательной кампании по выборам депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации 4 декабря 2011 г., как представляется, не хватает определенных эмпирических данных. В своей работе при исследовании отечественного опыта электорального прогнозирования автор в основном ссылается на результаты социологических исследований таких крупных российских служб, как Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) и Аналитический центр Юрия Левады (Левада-центр). Региональный уровень опросов общественного мнения из анализа выпадает. Вместе с тем расширение охвата исследования позволяет обозначить ряд существенных проблем в электоральном прогнозировании, которые остались не замеченными автором, а именно: ограниченность

единственного метода при формировании качественного электорального прогноза, необходимость использования нескольких методов одновременно (например, массовый опрос населения и экспертные оценки); определенная зависимость электорального прогноза социологической организации от ее региональной принадлежности и прочее.

Традиционно подобные «расширенные» исследования работы отечественного экспертно-социологического сообщества по электоральному прогнозированию в преддверие федеральных избирательных кампаний проводит Российский центр обучения избирательным технологиям (РЦОИТ при ЦИК России). Прогнозные оценки итогов голосования поступают от российских экспертно-социологических служб и, в дальнейшем, рассматриваются на конкурсной основе. При проведении конкурса социологических прогнозов на выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации 4 декабря 2011 г. с целью привлечения к участию в нем социологических организаций разного уровня, прежде всего, тех, кто ведет исследования преимущественно в субъектах Российской Федерации, РЦОИТ при ЦИК России предоставил возможность подачи заявок в электронном виде. В общей сложности участие в конкурсе приняли 23 организации, при этом порядка половины из них представляли субъекты Российской Федерации. Заявки поступили из таких городов, как Астрахань, Брянск, Владивосток, Краснодар, Пермь, Санкт-Петербург, Саранск, Тюмень, Якутск и Ярославль (см. табл. 1).

Надо сказать, что в рамках конкурса социологических прогнозов на выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации 4 декабря 2011 г. региональные социологические организации активно конкурировали с крупнейшими общегосударственными службами. Некоторые из

них стали победителями в ряде номинаций («наиболее точный прогноз доли голосов, поданных за победителя выборов» и «наиболее точный прогноз электоральной поддержки политических партий в субъектах Российской Федерации»)³.

Дальнейшим расширением регионального участия был отмечен и конкурс социологических прогнозов на выборах Президента Российской Федерации 4 марта 2012 г. Заявки на участие в нем подали уже 33 конкурсанта, из которых 24 — представляли субъекты Российской Федерации (около 70% от всех конкурсных заявок). Еще 3 заявки, поступившие из регионов, не смогли быть приняты к рассмотрению из-за технических нарушений при подаче⁴.

Надо сказать, что при прогнозировании результатов президентских выборов в России 4 марта 2012 г. хорошо зарекомендовала себя отечественная научная школа. Именно представители региональных вузов сформировали наиболее точные прогнозные оценки и одержали уверенную победу в нескольких номинациях («наиболее точный прогноз явки избирателей», «наиболее точный прогноз доли голосов, поданных за избранного кандидата» и «наиболее точный ранговый прогноз»). Высокой точностью отличались и их прогнозы по ряду кандидатов, принимавших участие в президентских выборах, но не одержавших победу. В частности, электоральный результат М.Д. Прохорова при большом разбросе оценок наиболее достоверно спрогнозировал ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный университет» (см. диагр. 1).

При этом крайне важно отметить, что среди методов прогнозирования, которыми пользовались представители региональных вузов, явно доминировала экспертная оценка. Это говорит о том, что кафедральные обсуждения по своей эффективности в прогнозировании результатов голосования на выборах Президента Российской Федерации 4 марта

Таблица 1

Перечень организаций — участников конкурса социологических прогнозов на выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации 4 декабря 2011 г.

№ п/п	Наименование социологических организаций-участников Конкурса	Город
1	Аналитический центр Юрия Левады (Левада-центр)	Москва
2	Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИ-ОМ)	Москва
3	Институт социальных исследований	Москва
4	Институт сравнительных социальных исследований (ЦеССИ)	Москва
5	Исследовательская группа «Регион-М»	Саранск
6	Исследовательский центр «ДИСКУРС»	Москва
7	Консалтинг АБВ	Астрахань
8	Лин-Кор	Ярославль
9	Маркетинговые и инвестиционные проекты	Москва
10	Научно-технический центр «Перспектива»	Тюмень
11	Независимая исследовательская компания «Башкирова и партнеры»	Москва
12	Некоммерческий фонд «Исследования проблем демократии»	Москва
13	Социологическая служба «Барометр»	Москва
14	Социологическое агентство Supervisor	Пермь
15	Финтраст Консалтинг	Брянск
16	Фонд «Общественное мнение» (ФОМ)	Москва
17	Фонд «Петербургская политика»	Санкт-Петербург
18	Центр высоких гуманитарных технологий	Якутск
19	Центр исследований общественного мнения «Глас народа»	Москва
20	Центр исследований политической культуры России	Москва
21	Центр коммуникативных технологий ПРОПАГАНДА	Москва
22	Центр прикладной социологии и политологии	Краснодар
23	Центр социологических и маркетинговых исследований Владивостокского государственного университета экономики и сервиса	Владивосток

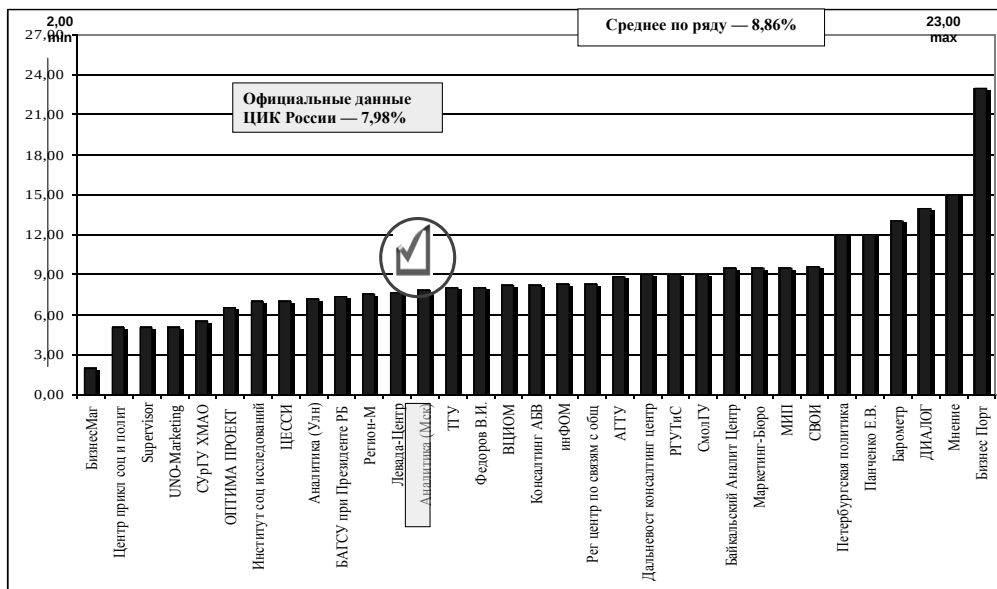
2012 г. были сопоставимы с дорогостоящими массовыми опросами населения.

В целом опыт проведения указанных конкурсов свидетельствует о том, что, несмотря на все объективные сложности электорального прогнозирования, отечественные социологические службы, представители научной школы, электоральные эксперты и аналитики демонстрируют профессионализм. Их прогнозные оценки в основном отража-

ют результаты, полученные по итогам голосования и обнародованные ЦИК России. Кроме того, точность формируемых оценок свидетельствует о высокой прогнозируемости российского избирательного процесса, а неизменно растущее количество конкурсантов (в том числе и регионального уровня) — о заинтересованности экспертно-социологических служб отечественной электоральной проблематикой.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЛОКАЛЬНОГО ОПЫТА

Диаграмма 1. Прогнозные оценки и итоги голосования за кандидата Прохорова М.Д., в %



Список литературы

1. Федотова Л.Н. Результаты выборов в Госдуму — 2011: социологический анализ / Л.Н. Федотова // Сравнительная политика. 2012. № 2. С. 113.
2. Итоги конкурса социологических прогнозов по выборам депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации [Электронный ресурс] / Российский центр обучения избирательным технологиям при ЦИК России [сайт]. [2011]. URL: <http://rcoit.ru/news/detail/16121/> (дата обращения: 04.02.2013 г.).
3. Конкурс социологических прогнозов на выборах Президента Российской Федерации 4 марта 2012 г. [Электронный ресурс] / Российский центр обучения избирательным технологиям при ЦИК России [сайт]. [2012]. URL: <http://rcoit.ru/news/detail/16142/> (дата обращения: 04.02.2013 г.).

¹ Федотова Л.Н. Результаты выборов в Госдуму — 2011: социологический анализ // Сравнительная политика. 2012. № 2. С. 113.

² Примечание: аналогичная норма содержится в п. 3 ст. 47 Федерального закона от 10.01.2003 г. № 19-ФЗ (ред. от 02.05.2012 г.) «О выборах Президента Российской Федерации» (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2013 г.) и в п. 3 ст. 53 Федерального закона от 18.05.2005 г. № 51-ФЗ (ред. от 02.05.2012 г.) «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации» (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2013 г.).

³ Подробнее см.: Итоги конкурса социологических прогнозов по выборам депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации [Электронный ресурс] / Российский центр обучения избирательным технологиям при ЦИК России [сайт]. [2011]. URL: <http://rcoit.ru/news/detail/16121/> (дата обращения: 04.02.2013 г.).

⁴ Подробнее см.: Конкурс социологических прогнозов на выборах Президента Российской Федерации 4 марта 2012 г. [Электронный ресурс] / Российский центр обучения избирательным технологиям при ЦИК России [сайт]. [2012]. URL: <http://rcoit.ru/news/detail/16142/> (дата обращения: 04.02.2013 г.).