

С. В. Львов

## ОПРОСЫ НА ВЫХОДЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ МЕТОДА

*Львов Степан Васильевич – кандидат социологических наук, руководитель управления социально-политических исследований ВЦИОМ. E-mail: lvov@wciom.com*

Автор статьи анализирует возможности и ограничения одного из методов сбора социологической информации - опросов на выходе (exit-polls). На основе анализа преимуществ метода перед традиционными способами сбора первичной информации делается вывод о возможности его институционализации как эффективного и самостоятельного метода сбора первичной социологической информации. В статье рассмотрены перспективы применения данного метода в социологических исследованиях.

**Ключевые слова:** экзит-полл, опрос на выходе, преимущества метода, ограничения метода, точность результатов, валидность, инструментарий исследования, выборка, отбор респондентов, стоимость исследования.

Традиционная сфера применения опросов на выходе - социологические измерения, проводимые в день голосования, известные во всем мире как exit-polls. В этом случае, как и во многих других, название метода сбора первичной информации стало нести иную, расширенную смысловую нагрузку, обозначая процедуру, позволяющую политическим субъектам в режиме реального времени узнавать наиболее вероятный исход выборов. Экзит-полл сегодня – неизбежный атрибут всех значимых избирательных кампаний.

В арсенале современных социологов метод опроса на выходе занимает незначительное место. Исключение – экзит-поллы в день выборов, некий момент истины для любой социологической службы, когда аккумулируются все имеющиеся в ее распоряжении интеллектуальные и организационные ресурсы.

За два последних десятилетия фабрики опросов общественного мнения на постсоветском пространстве приобрели практику, достаточную для того, чтобы начать свободно оперировать данной прикладной методикой и проводить «политические» экзит-поллы на выборах любого уровня. Накопленный современной индустрией опросов общественного мнения опыт позволяет оценить метод в качестве самостоятельного универсального метода. Спрос на информацию для принятия решений, базирующуюся на первичных данных, получаемых в ходе опросов на выходе, пока отсутствует, по крайней мере, в нашей стране.

Является причиной тому консерватизм заказчиков исследований – органов власти, консультационных агентств, общественных организаций, маркетинговых подразделений фирм – ориентированных на традиционные, более надежные, на их взгляд, способы сбора информации, либо это следствие их неосведомленности о возможностях и степени эффективности описываемой методики? Полагаю, что вторая из приведенных версий более обоснованна.

Таким образом, одна из маркетинговых задач для современных центров изучения общественного мнения может быть сформулирована так: создать спрос на аналитические продукты, использующие информацию, собранную методом экзит-полла. Решение этой задачи преследует две цели – непосредственно маркетинговую, и вторую, не менее важную – институционализации метода опроса на выходе как эффективного и самостоятельного метода сбора первичной социологической информации. Далее попробуем обосновать перспективы экзит-полла как самоценного социологического метода.

В практике ВЦИОМ за последние 5 лет наберется немного образцов применения данного метода (рис.1). Прежде всего, это федеральные и региональные «выборные» экзит-поллы. Их результаты хорошо известны общественности, а методика и технологии широко обсуждались в научном кругу.

В каждом из четырех остальных случаев при выборе экзит-полла в качестве основного метода сбора информации прослеживался единый мотив. Это необходимость в реализации систематической вероятностной выборки в ограниченной, либо труднодоступной генеральной совокупности: доноры, пользователи социальных услуг, участники экспериментов по внедрению новых технологий голосования, получатели льгот. Выбор метода был продиктован невозможностью использования традиционных методов *post factum*, после участия респондентов в событиях, являющихся предметом исследования: во-первых, существенно снижается достижимость респондента, во-вторых, включается фактор деактуализации события в сознании респондента.

Предметом обсуждения на регулярных научных площадках ВЦИОМ, посвященных теме экзит-поллов, помимо политических аспектов этого мероприятия, чаще всего становится проблема технологии и повышения точности результатов исследования. Очень редко социологи предпринимают попытку обсудить проблему инструментария опроса на выходе. Рациональным решением при проведении электорального экзит-полла становится минимальный опросный инструмент, фиксирующий один содержательный ответ (за кого из кандидатов или за какой партийный список проголосовал респондент) и минимальный набор социально-демографических характеристик респондента.

При использовании метода экзит-полла в неэлекторальных исследованиях применение усеченного инструментария бессмысленно. По структуре, количеству и сложности вопросов анкета опроса на выходе не отличается от инструментов, применяемых при традиционных опросах.

Тогда почему же метод опроса на выходе претендует на самостоятельный статус, если ни по принципам отбора, ни по инструментарию он не отличается от более распространенных аналогов, например, личного формализованного интервью? Рассмотрим преимущества метода опроса на выходе перед традиционными способами сбора первичной информации.



**Рисунок 1** - Опыт применения метода экзитпол в практике ВЦИОМ последних лет

Традиционный опрос с отбором (поиском) респондентов при решении аналитических задач имеет некоторые преимущества, например, возможность сопоставить мнение групп с разным опытом – тех, кто имеет отношение к предмету исследования, и тех, кто его не имеет. На практике, при изучении большого количества предметных областей, низкий уровень информированности большинства респондентов не дает возможности применить социологические методы познания, либо заведомо снижает валидность результатов таких исследований. Таким образом, индустрия массовых опросов отсекается от возможности взяться за решение существенной части задач, в которых мнение людей имеет определяющее значение.

Ресурсный (экономический и организационный) аспект проблемы сводится к проблеме отбора (скрининга) респондентов – большое количество нерезультативных обращений при попытке реализовать выборочную совокупность существенно повышает финансовые издержки организаторов исследования.

Другой проблемой для исследователей является проблема искренности респондента, проявляющаяся в сложности подтверждения опыта участия респондента в тех событиях, отношении к которым он должен оценить. Респондент может переоценить либо недооценить свою вовлеченность в предмет исследования, что, конечно же, существенным образом влияет на валидность результатов исследования.

И еще одна проблема, связанная с «традиционными» опросами, и преодолению которой может успешно способствовать описываемый нами метод – это память

респондента. Респондент может не вспомнить к моменту опроса всех обстоятельств, в которых он имел отношение к предмету исследования. Процесс забывания строго индивидуален, тем не менее, в отличие от опроса на выходе, в традиционном опросе мы можем оперировать лишь единицами информации, сохраненными в долговременной памяти индивида.

Каковы же преимущества метода экзит-полла, вполне очевидные, но в совокупности дающие нам право признать перспективу за данным методом?

Во-первых: «удобство» выборки, отсутствие необходимости скрининга, что позволяет существенно сократить материальные и временные издержки, связанные с большим количеством нерезультативных обращений к респондентам, повысить оперативность получения данных, что немаловажно в ситуациях, когда лицо, принимающее решение, управляет сложным процессом «вручную».

Во-вторых, вовлеченность и непосредственный «контакт» респондента с предметом исследования подтверждает его высокий уровень информированности (в некоторых случаях информированность можно назвать «абсолютной»). То есть, в ходе исследования мы получаем компетентное мнение человека, опыт которого не подвергается сомнению. Мы имеем дело только с мнением информированных и включенных в процесс граждан, избавляемся от «шума», воспроизводимого теми, чье мнение формируется под воздействием различных медиа-каналов.

В-третьих, решается проблема забывания респондентами сущности и деталей предмета интервью. В памяти респондента экзит-полла, как правило, свежи воспоминания как о самом событии, об оказанной услуге, так и о мотивах участия в событии.

В-четвертых, метод экзит-полла в полной мере может обеспечить сопоставимость данных с результатами исследований в других целевых аудиториях, аудиториях с малой степенью вовлеченности, в потенциальных аудиториях.

В-пятых, обеспечивается «чистота» полученного результата, получаемые мнения респондентов еще не подвержены влиянию референтных источников (членов семьи, друзей, коллег) – в некоторых случаях это условие может стать критерием валидности.

Как и любой другой метод, экзит-полл имеет и свои ограничения, о которых тоже необходимо иметь представление.

Проявление респондентом сензитивности, склонность давать социально одобряемые ответы на вопросы интервьюеров, осторожность в суждениях и оценках, или наоборот, утрирование, могут проявляться при применении любых опросных методик, но риск получить такие отклонения во время опроса на выходе выше. Это связано с сохранением эмоционального фона, в котором продолжает пребывать респондент, лишь несколько минут назад находившийся в контакте с предметом исследования.

Из организационных ограничений следует назвать привязку применяемого метода к определенному событию, месту. Если событие скоротечно, количество наблюдений может оказаться недостаточным для анализа, если в сбор информации не вовлечено достаточное количество интервьюеров. Например, опрос на выходе из театра по окончании спектакля (если предметом исследования является конкретный спектакль, а не посещение этого театра вообще) вызывает необходимость опроса необходимого числа респондентов за ограниченный промежуток времени.

Одним из существенных является ограничение по объему инструментария, так как опрос зачастую проходит в уличных условиях, к нему применимы те же ограничения, что и к

обычному уличному опросу. В некоторых случаях (небольшое количество потребителей, редкость событий) дополнительным ограничением может стать повышенная длительность исследования, если заказчик или инициатор исследования не располагает достаточными временными ресурсами. Дискуссионным является и вопрос о выборке. Если не производить более сложный расчет выборки, не применять более сложное моделирование границ и структуры генеральной совокупности, чем в традиционных опросах, есть опасность «скатиться» к стихийной выборке.

Перспективы широкого использования метода экзит-полла связаны, прежде всего, с возможностями его использования в качестве компонента комплексного социологического исследования. Попробуем определить направления эксперимента, которые дадут возможность оценить потенциал метода. Вероятно, экзит-полл позволяет организовать лонгитюд, став первым этапом панельного исследования, последующие этапы могут быть проведены методом опроса по телефону, интернету, face to face. Аналогичным образом в ходе экзит-полла может быть произведено рекрутирование респондентов к участию в качественных исследованиях. Экзит-полл может выступать также в качестве этапа комплексного исследования, когда требуется сопоставление мнений экспериментальных и контрольных групп.

В целом же, если понимать ограничения и стремиться к минимизации рисков от необоснованного применения метода, экзит-полл имеет все шансы стать полноценным методом прикладного социологического исследования.