



Львов С.В. к.с.н.
Руководитель управления социально-политических исследований

Электоральная панель 2011-12

МОСКВА, 2012 год



Описание исследования

Актуальность исследования

- Существуют различные теории электорального поведения, объясняющие природу электорального выбора различными факторами. Наиболее известные из них:
- Теория расколов Липсета и Роккана
- Рационально-инструментальный поход Э.Даунса
- Ценностный подход Инглхарта и некоторые другие.
- Западные теории не всегда могут объяснить, как и почему голосуют российские избиратели.
- Необходимо понять какие теории и подходы, в каких пределах работают в современных российских условиях
- Выработка собственной теории электорального поведения, учитывающей российскую реальность, требует детализации на эмпирическом уровне

Цель исследования

- **Выявление причин изменения политических предпочтений граждан под воздействием различных социальных факторов во время электорального цикла**

Задачи исследования:

- **Фиксация динамики изменения политических настроений на разных этапах предвыборной кампании и под воздействием последующей оценки их результатов**
- **Выявление каузальных связей между политическими предпочтениями и комплексом социальных факторов, включающим в себя идеологические взгляды, информационный фон, социально-экономическую ситуацию, сферу неформального общения и т.д.**
- **Измерение интенсивности информационного воздействия субъектов политических кампаний и их эффективности**
- **Построение причинных моделей индивидуального выбора и кластеризация данных моделей**

Проблемы панельного исследования

- Смещения, связанные с превращением респондентов в «экспертов», ростом их информированности и вовлеченности в «политическую реальность» вызванное их участием в проекте
- Отсутствие у российских исследователей опыта проведения панельных исследований
- Высокая стоимость исследования, связанная с необходимостью мотивации респондентов. Бюджет одной волны исследования – приближается к 1 млн. руб.

Достоинства панельного исследования

- Введение временной перспективы ведет к появлению многомерной модели данных (параллелограмма).
- Уникальная возможность использования ситуации совпадения по времени думских и президентских выборов с разницей в 3 месяца. При сохранении существующего порядка такое будет возможно через 30 лет.
- Уменьшение влияния ошибки выборки на статистическую значимость между результатами любых двух волн исследования позволяет сравнивать данные без оглядки на качество выборки.
- Сбор данных в панели осуществлен с применением двух методов – личных интервью по месту жительства респондентов и телефонных интервью, что позволяет нивелировать объективные ограничения и смещения каждого из методов

Этапы исследования

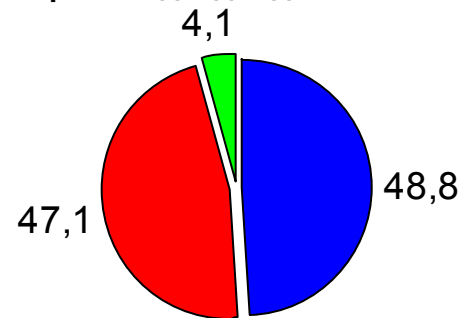
Этап	Начало	Завершение	События
2011 год			
Подготовительный этап	15.08	15.09	Разработка концепции исследования. Выработка рабочих гипотез. Расчет выборки.
Предварительный этап	15.09	23.09	Рекрутинг панели. Фиксация независимых переменных
1 полевой этап	7.10	19.10	Установочный опрос. Самоидентификация избирателя.
2 полевой этап	10.11	17.11	Этап актуализации выборной тематики в информационном пространстве
3 полевой этап	24.11	1.12	Активная информационная кампания, завершающий этап кампании по выборам в ГД
4 полевой этап	15.12	24.12	Поствыборный опрос. Результаты думских выборов
2012 год			
5 полевой этап	1.02	7.02	Актуализация президентской кампании в общественном сознании
6 полевой этап	21.02	29.02	Этап активной информационной кампании по выборам президента
7 полевой этап	19.03	26.03	Поствыборный опрос
Этап контроля и обработки	1.04	30.05	Контроль данных. Кодировка и «чистка» массива. Первичная статистическая обработка. Размещение массива – 1 июня на сайте ВЦИОМ
Этап анализа и подготовки отчета	1.06	30.09	Анализ данных. Вторичная статистическая обработка. Проверка гипотез. Написание отчета.

Методы сбора информации

На этапе рекрутинга панели респондентам было предложено выбрать наиболее удобный способ интервьюирования:

- Интервью face-to-face по месту жительства
- Телефонный опрос (с применением CATI)
- Интернет-опрос

Какой способ опроса подходит для Вас больше всего?



■ Личное интервью по месту жительства ■ Интервью по телефону
■ Заполнение анкеты по интернету

Было принято решение отказаться от сбора информации в ходе онлайн-опроса, т.к. его выбрали всего лишь 4% респондентов. Основной причиной низкой доли приверженцев интернет-опроса является рекрутирование респондентов в оффлайне.

«Смертность» панели

- Объем выборки: стартовый - 2100 респ., целевой – 1600 респ.
- Перед запуском исследования возможное истощение панели оценивалось на уровне 20-22%
- К 6-й волне истощение оказалось меньше 10% - существенно меньше ожидаемого

Рекрутинг	2113	100
1 волна	0 волна. 2065	97,7
2 волна	2023	95,7
3 волна	1983	93,8
4 волна	1972	93,3
5 волна	1960	92,8
6 волна	1912	90,5
7 волна	?	?

Гипотезы исследования

Гипотезы исследования

1. Идеология и влияние медиа.

Примерно половина российского электората относится к числу устойчивых идеологических групп (социалисты - патерналисты, националисты- сторонники русской идеи - державники, либералы – рыночники - инноваторы). Выигрывают те партии, которые успешно вписываются в идеологические запросы (ценности) этих групп.

Одновременно существуют и идеологически нейтральные «информационно зависимые» группы, принимающие решение под влиянием масс-медиа (политической рекламы).

Одним из основных мотивов голосования российского избирателя является присоединение к большинству – приобретение (сохранение) статуса победителя.

Партийная идентификация избирателей носит «очаговый» характер, больше половины избирателей не имеют партийных привязанностей. Ядра партий не растут.

- *Дополнение к гипотезе 1*
- Снижение доверия к политическим институтам, в частности к партиям, ведет к персонализации электорального выбора.

Гипотезы исследования

2. Самодовлеющая власть.

Смена власти в России воспринимается населением как риск, а не возможность, шанс (в отличие от ряда западных демократий). Протестное голосование часто не является голосованием за оппозиционную партию, подразумевающим желание сменить власть, а демонстративной попыткой сигнализировать власти о своей неудовлетворенности, напомнить о существовании системы контроля над властью.

Президентские выборы народ считает более важными, «судьбоносными» и ответственными, но менее серьезно относится к думским выборам, на которых можно и «поиграть», и «дать сигнал» власти.

Рациональный выбор в России имеет иные основания, чем на Западе, где выбор принимается в соответствии с обладанием индивида ресурсами, или стремлением их обрести. Выборы в России – процедура легитимизации существующей власти, скорее ритуал или способ сигнализации, чем реальный демократический инструмент контроля над властью или влияния на собственное материальное или социальное положение.

Гипотезы исследования

3. Потенциал достижения.

Избиратели ориентируются на политиков, демонстрирующих потенциал достижения определенных политических целей (пример Ельцин в 1990, Путин в 1999 году). Величина разрыва между актуальным предложением и ожиданиями определяет победителя.

Часть электората голосует «ретроспективно» - ориентируясь на реальные достижения политического субъекта в прошлом, в первом - «перспективно», базируясь на ожиданиях от политического субъекта.

4. Мобилизация.

Мобилизационные механизмы (административный ресурс, коллективный прессинг, влияние авторитетов) при голосовании продолжают сохранять существенное влияние на электоральное поведение и в результаты выборов (пример – национальные республики, столицы).

Гипотезы исследования

5. Социально-психологический фон выступает в качестве одного из важнейших факторов электорального выбора.

Например, тревожность (ожидание кризиса) в общественном сознании может выступить в качестве фактора, мобилизующего вокруг политического субъекта («голосуй, или проиграешь»), или, напротив, привести к протестному голосованию. В условиях высокого уровня социального оптимизма и доверия люди голосуют за будущее, в иных условиях – за «меньшее из зол». На формирование социально-психологического фона значительное влияние оказывает «образ врага», которым может быть использован двойко.

Гипотезы исследования

6. Влияние идентичности и адаптации индивида к социальным условиям на выбор.

Выражая поддержку партии в ходе выборов, индивид удовлетворяет потребность в солидаризации с той социальной группой, с которой он (она) себя идентифицирует. В группах с различным уровнем адаптации к социальным условиям также возникают различные модели электорального выбора. Таким образом, место индивида в социальной структуре во многом предопределяет его электоральный выбор.

Другой моделью рационального голосования в России может считаться голосование за сохранение политического статус-кво или, напротив, за его изменение. Такие модели рациональных мотивов активно формируются и появляются с каждой новой избирательной кампанией. Иррациональное голосование («голосование сердцем») практически исчезает, остается в истории.

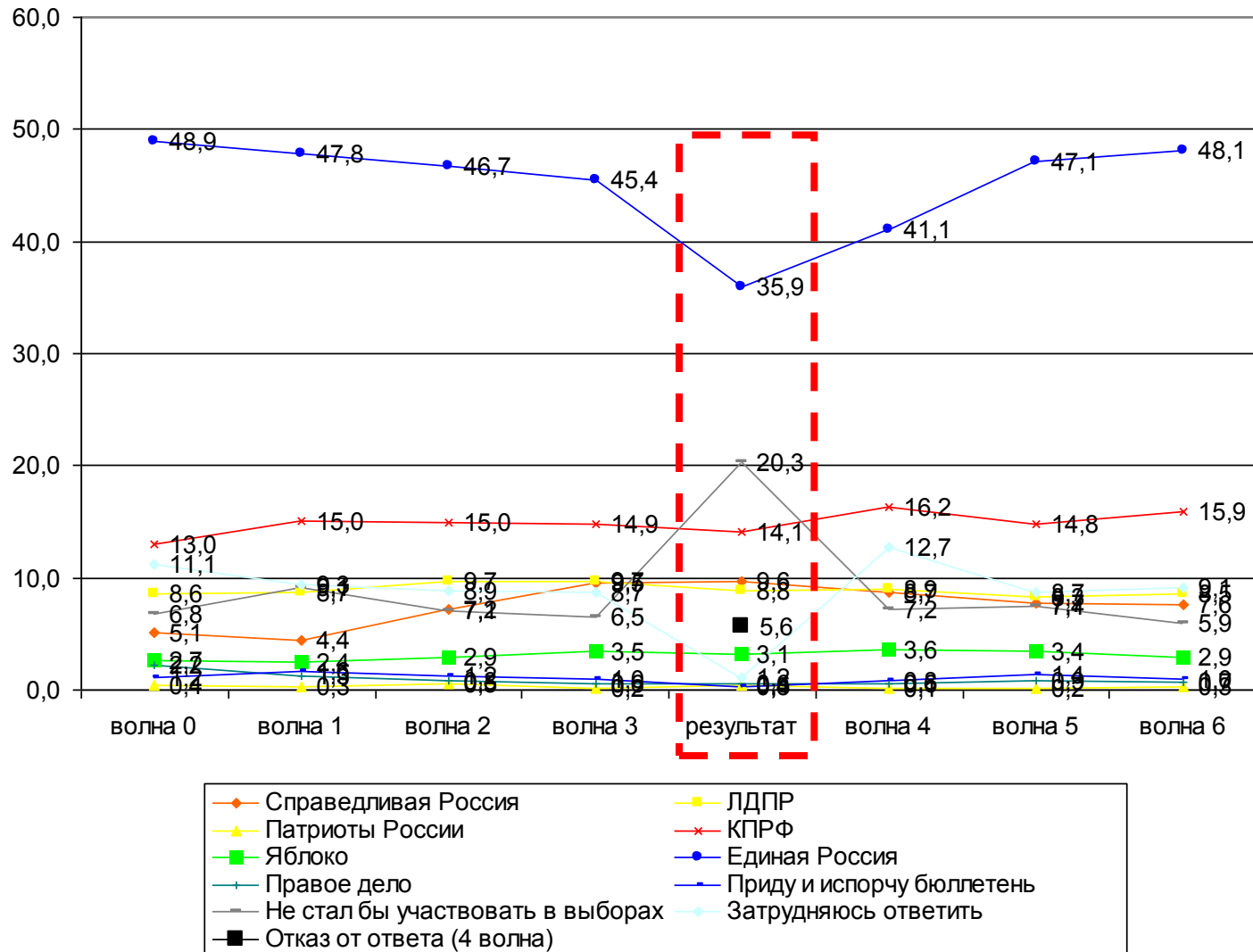
Гипотезы исследования

7. Протестное голосование и абсентеизм.

Наиболее распространенной причиной протестного голосования и абсентеизма (как частного случая протестного голосования) является отсутствие адекватного предложения на соответствующий общественный запрос. Если индивид не находит отвечающий его запросам вариант партийного предложения – он может уходить в абсентеизм (как это было с правыми партиями в 2000-х) или голосует за партию с крайней нонконформистской риторикой.

Первые результаты

«Единая Россия» провалилась в день голосования



«Потери» партий на завершающем этапе кампании

Партии	намеревались голосовать за 1 неделю до выборов									
	СР	ЛДПР	ПР	КПРФ	Яблоко	ЕР	ПД	Исполчу	Не стал бы	З/О
из них на выборах проголосовали:										
Справедливая Россия	57,6	4,9		3,5	10,6	2,3	16,7		3,2	15,6
ЛДПР	4,3	61,7		2,8	3,0	2,5			4,8	8,4
Патриоты России	0,5		33,3	0,7		0,1		5,0	0,8	0,6
КПРФ	7,6	3,8		68,3	1,5	3,1	8,3		1,6	12,0
Яблоко	2,7	0,5			62,1	0,6			0,8	2,4
Единая Россия	9,2	9,8	33,3	4,2	6,1	67,5	16,7	25,0	9,5	19,2
Правое дело	0,5	0,5		0,3	1,5		50,0			0,6
отказ от ответа	6,0	3,8		4,5	1,5	4,0		10,0	6,3	16,8
не участвовал в выборах	10,3	13,7	33,3	15,0	13,6	19,0	8,3	45,0	70,6	19,8
испортил бюллетень	0,5							15,0	0,8	0,6
затрудняюсь ответить	0,5	1,1		0,7		0,8			1,6	4,2
"Потери" партии в последнюю неделю	42,4	38,3	66,7	31,7	37,9	32,5	50,0		29,4	

Партии не только теряли, но и находили

из числа намеревавшихся голосовать за эти партии в итоге проголосовали за:

Партии	СР	ЛДПР	ПР	КПРФ	Яблоко	ЕР	ПД	Испорчу	Не стал бы	З/О
Справедливая Россия	57,6	4,9		5,4	3,8	10,9	1,1		2,2	14,1
ЛДПР	4,6	65,3		4,6	1,2	12,7			3,5	8,1
Патриоты России	12,5		12,5	25,0		12,5		12,5	12,5	12,5
КПРФ	5,2	2,6		73,1	0,4	10,1	0,4		0,7	7,5
Яблоко	8,8	1,8			71,9	8,8			1,8	7,0
Единая Россия	2,5	2,6	0,1	1,7	0,6	85,0	0,3	0,7	1,7	4,7
Правое дело	9,1	9,1		9,1	9,1		54,5			9,1
отказ от ответа	10,5	6,7		12,4	1,0	33,3		1,9	7,6	26,7
не участвовал в выборах	4,8	6,3	0,3	10,9	2,3	41,9	0,3	2,3	22,6	8,4
испортил бюллетень	16,7							50,0	16,7	16,7
Затрудняюсь ответить	4,8	9,5		9,5		33,3			9,5	33,3
все опрошенные	9,6	9,6	0,2	15,0	3,4	45,3	0,6	1,0	6,6	8,7

В последние дни партии рекрутировали значительную часть электората



	Распределение ответов в 4 волне, от принявших участие в голосовании, и не отказавшихся от ответа	"Ядерный" электорат (в течение всех 3 волн заявляли о своей приверженности партии и в итоге проголосовали за нее)	"Приобретения" партии в течение всей кампании	Электорат, аккумулированный партией за неделю до выборов (в последнем предвыборном опросе заявляли о поддержке партии затем голосовали за нее)	"Приобретения" партии в течение последней недели
Справедливая Россия	13,2	12,5	87,5	57,6	42,4
ЛДПР	12,4	37,7	62,3	65,3	34,7
Патриоты России	0,6	12,5	87,5	12,5	87,5
КПРФ	19,2	38,3	61,7	73,1	26,9
Яблоко	4,1	33,8	66,2	71,9	28,1
Единая Россия	49,4	56,5	43,5	85	15
Правое дело	0,8	0	100	54,5	45,5
Испортили бюллетень	0,4	0	100	50	50
Абсентеисты	20,6	10,3	89,7	22,6	77,4
Отказ от ответа	5,7				

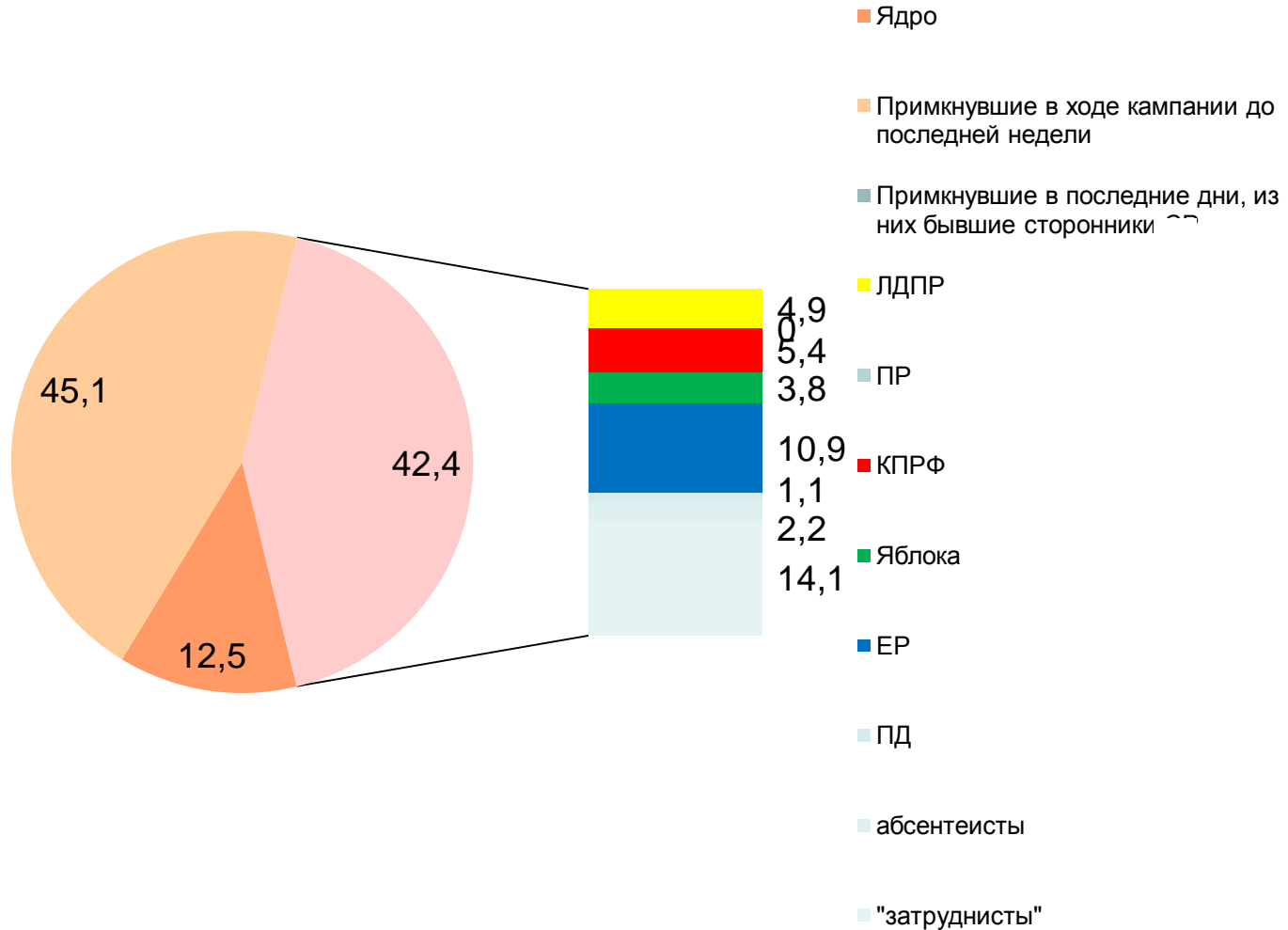
О причинах неудач ЕР 4 декабря - вопросы

- Почему не сбился электоральный прогноз, согласно которому ЕР должна была получить 52-53% голосов?
- Почему при наименьшей доле потерь (32,5%) по сравнению с конкурентами, результат у ЕР оказался хуже, чем ожидалось, а у других партий – лучше?
- Почему такое произошло даже при том, что 85% приверженцев ЕР сохранили верность, а у других партий доля верных сторонников оказалась существенно меньше?
- Наличие у ЕР – самого большого электорального ядра (к данной группе мы относим тех, кто в течение всей предвыборной кампании относил себя к числу сторонников партии) не стало фактором усиления позиций партии.

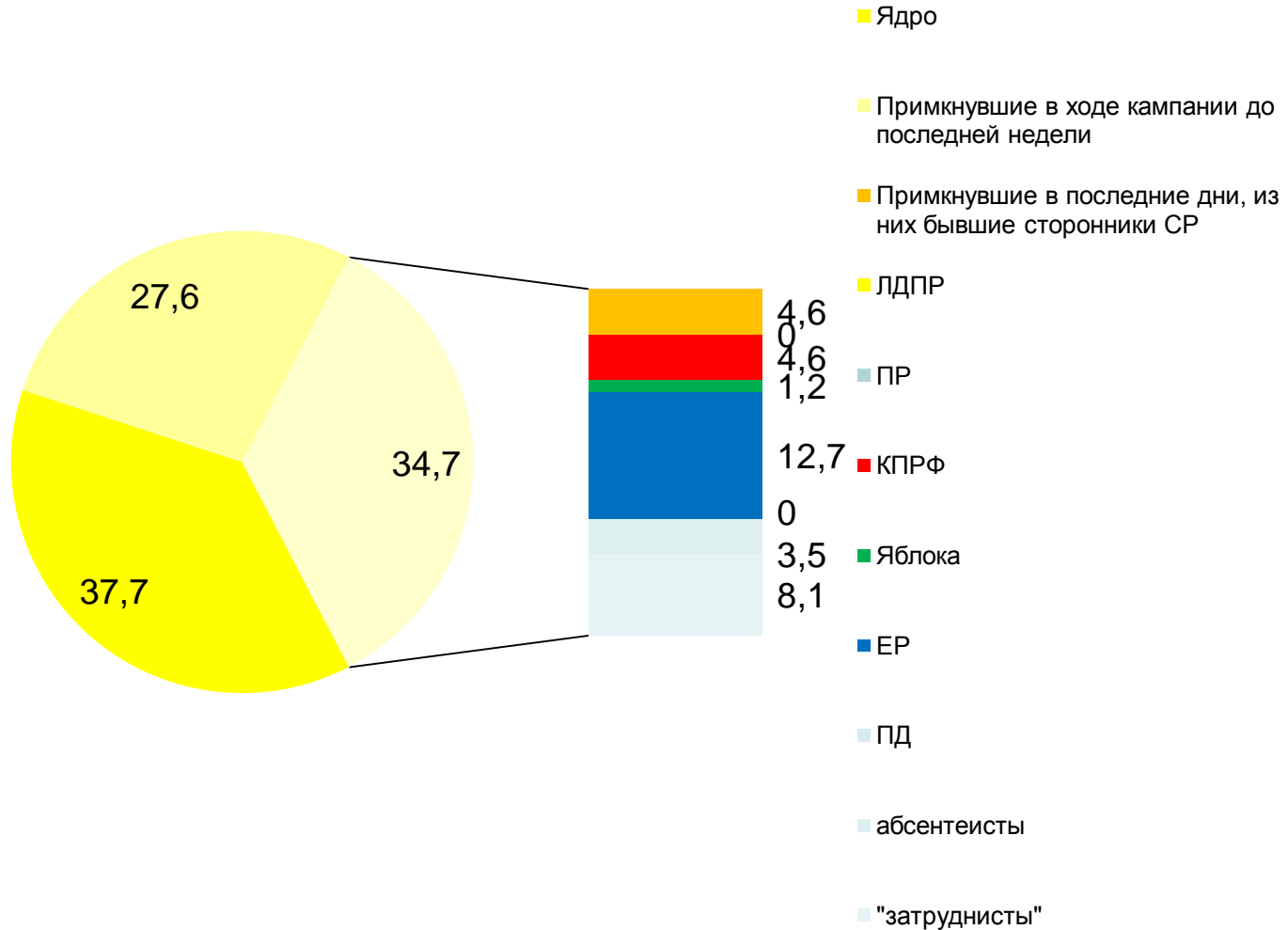
О причинах неудач ЕР 4 декабря - ответы

- **Высокий уровень недисциплинированности сторонников ЕР. 19% из тех, кто заявлял о готовности поддержать партию не пришли к урнам. Одно только это дает потерю около 10%. к общему результату Причины их абсентеизма предстоит выявить в ходе анализа.**
- **От 27 до 42% своего электората конкуренты привлекли в последние дни перед голосованием. Доля присоединившихся к «Единой России» в последнюю неделю составила лишь 14%. См. слайды далее**
- **Электоральные потери ЕР, в относительном выражении не кажутся фатальными. Но в абсолютном исчислении это миллионы голосов, которыми воспользовались партии-конкуренты. «Перебежчики» из стана ЕР обеспечили прибавку от 10 до 13% к результатам КПРФ, СР и ЛДПР**

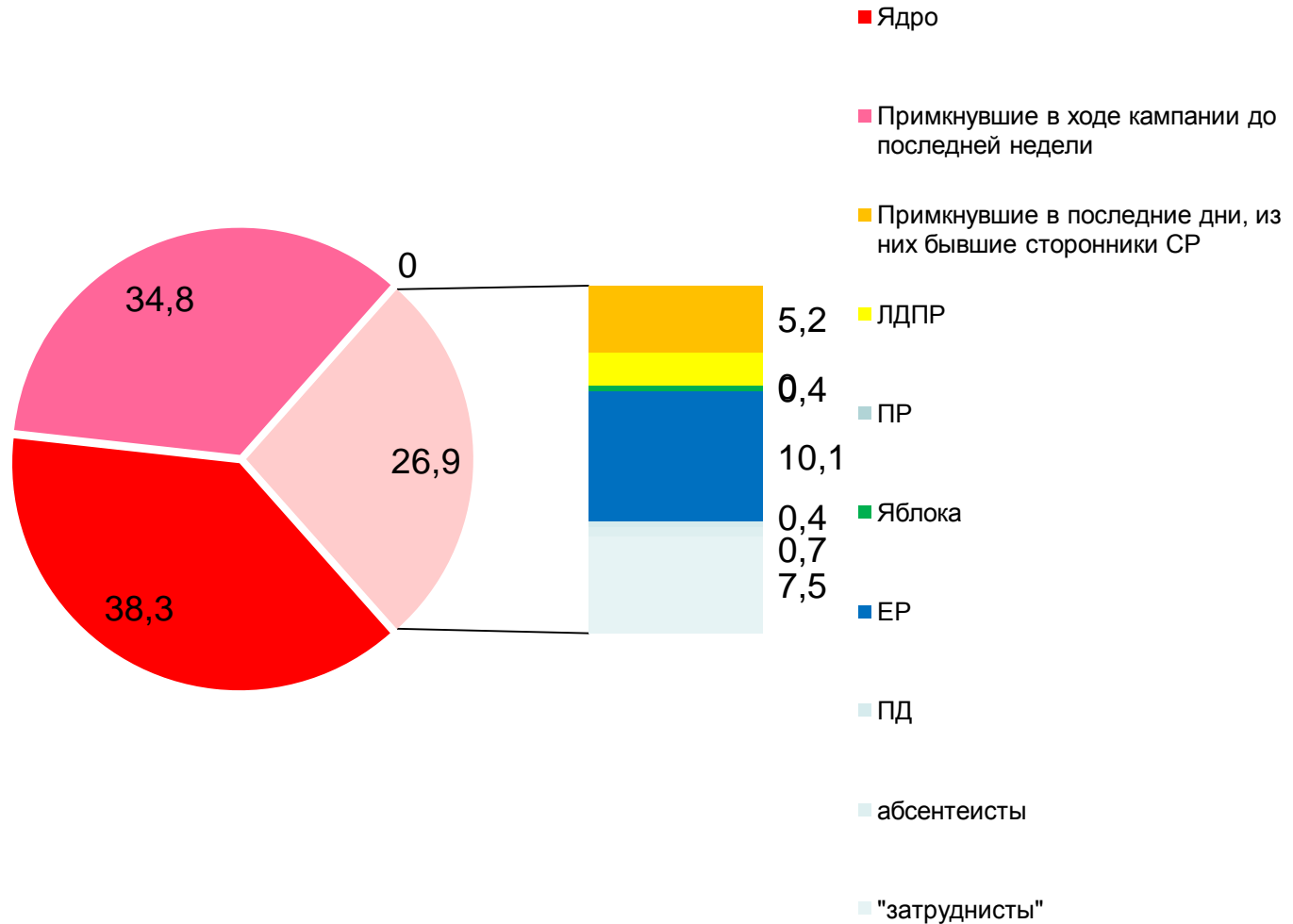
Присоединение к электорату «Справедливой России»



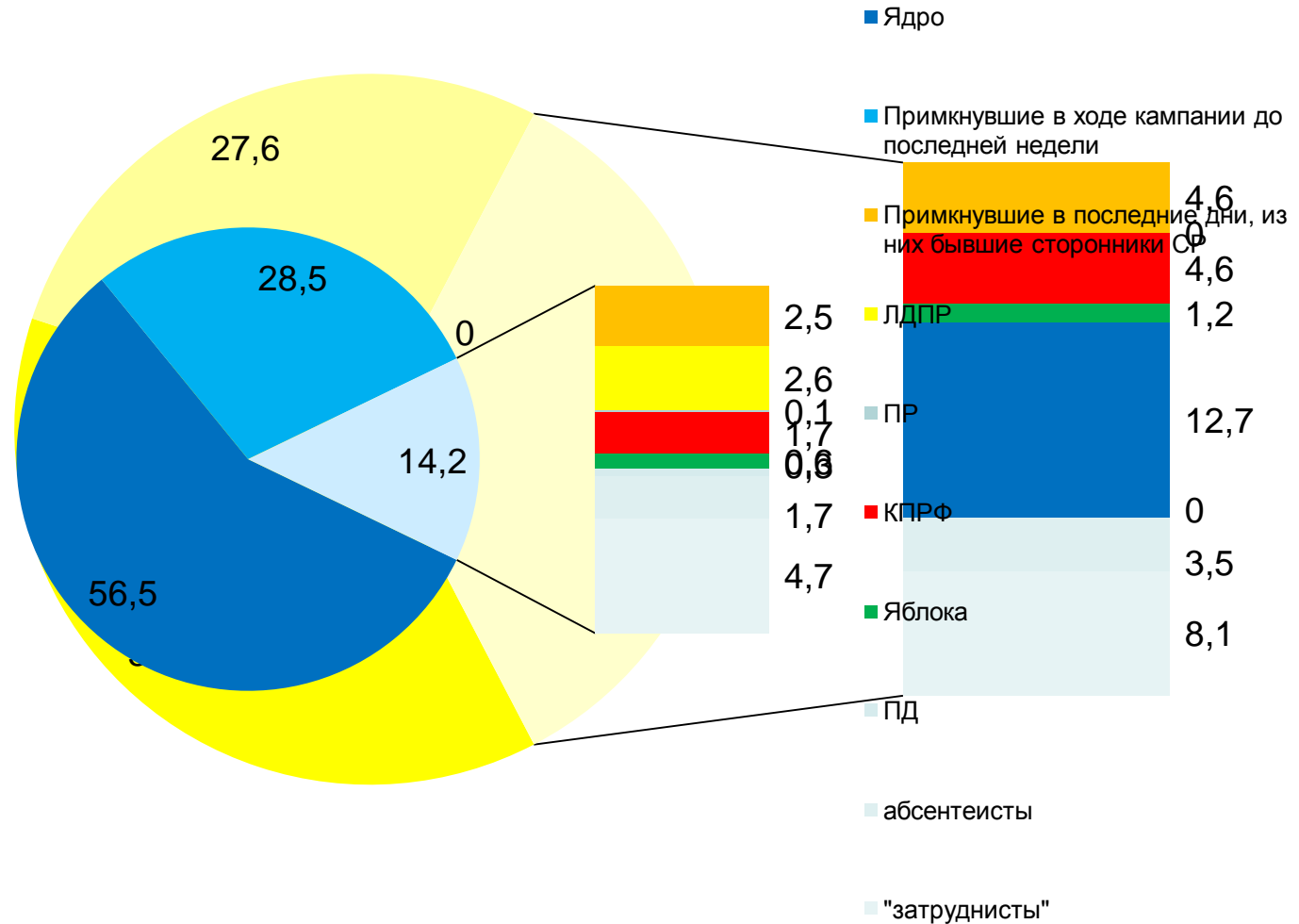
Присоединение к электорату ЛДПР



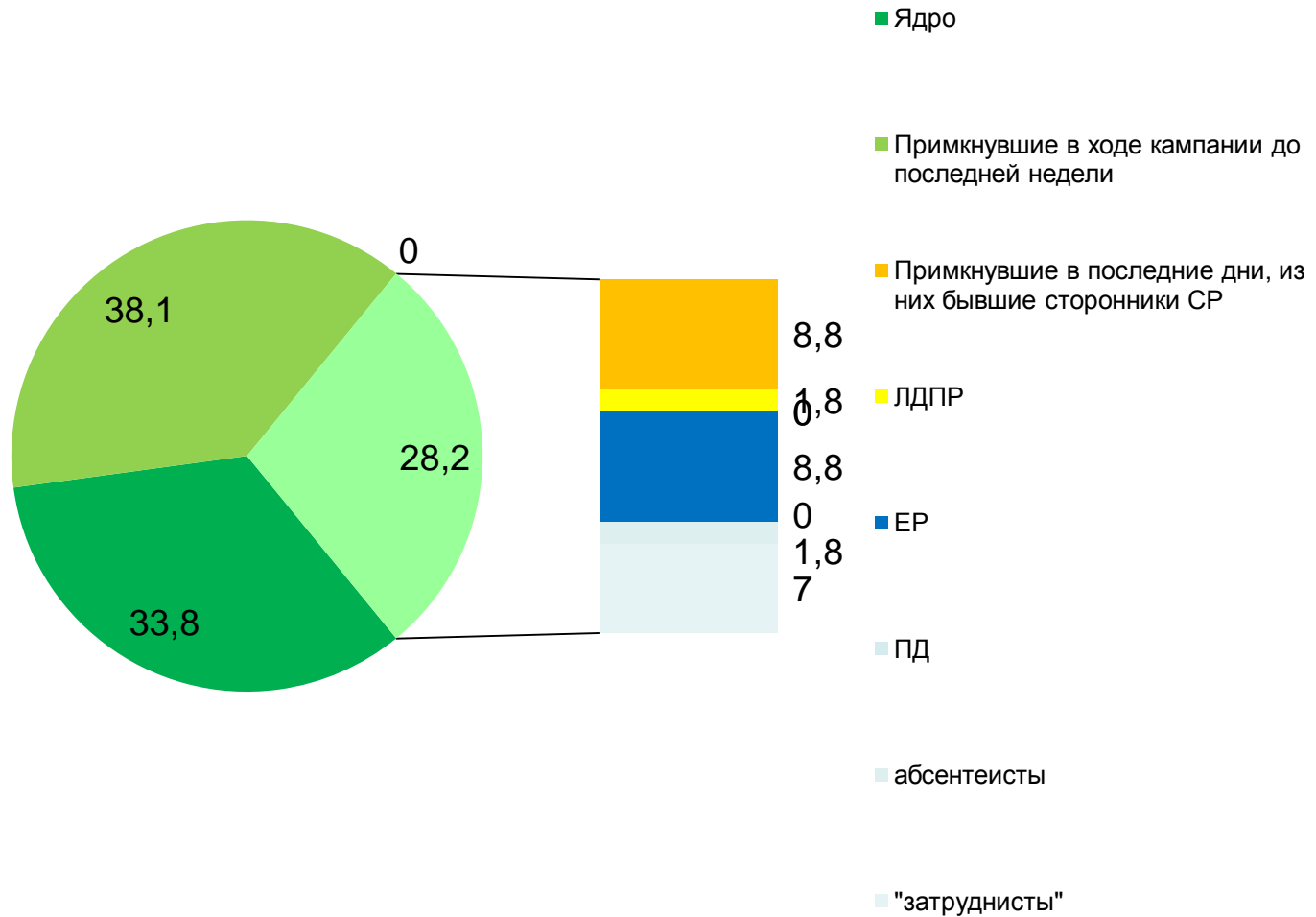
Присоединение к электорату КПРФ



Присоединение к электорату Единой России



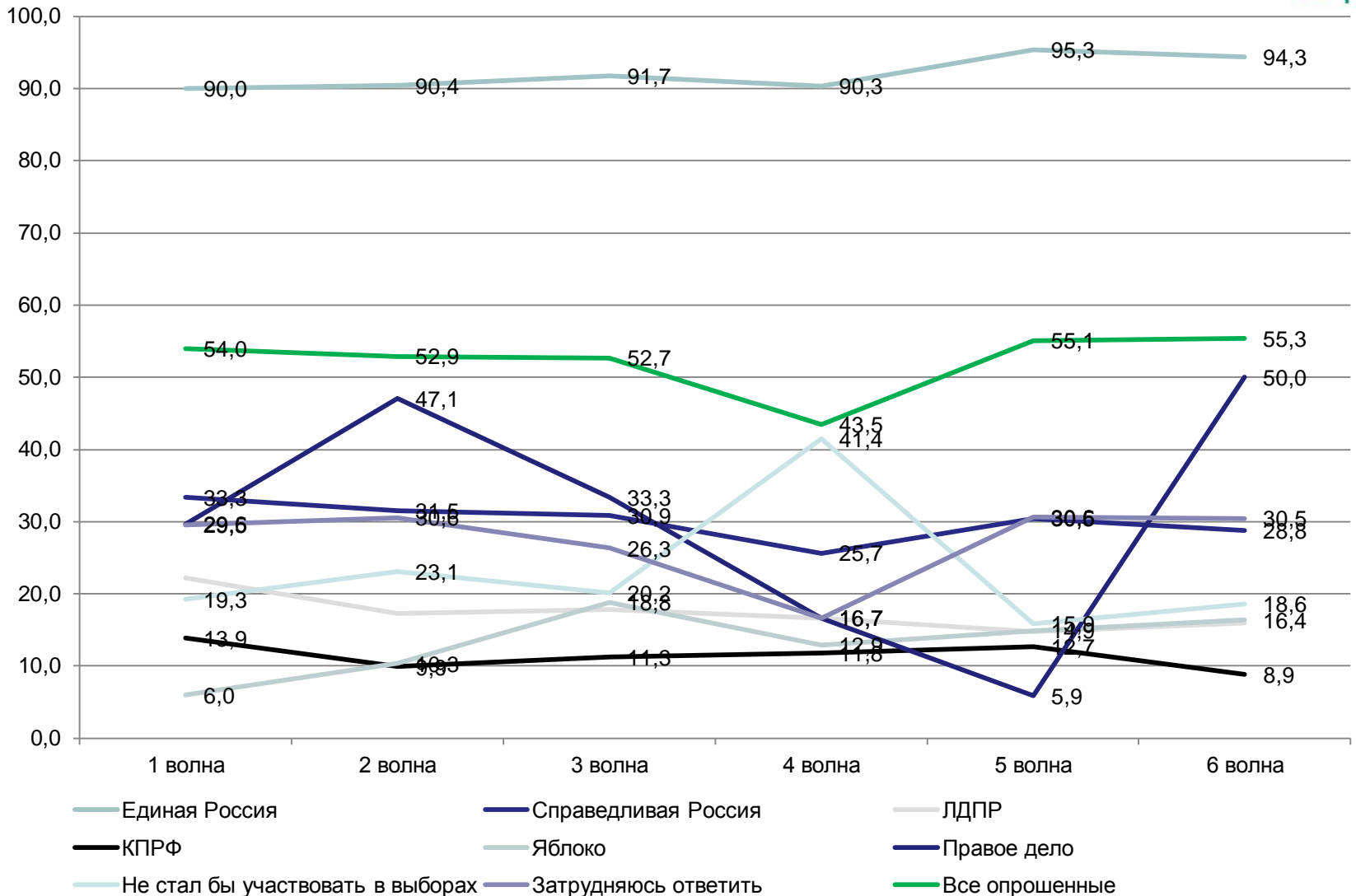
Присоединение к электорату Яблока



«Партийные ресурсы» кандидатов в президенты

	1 волна	2 волна	3 волна	4 волна	5 волна	6 волна
Путин и Единая Россия	90,0	90,4	91,7	90,3	95,3	94,3
Зюганов и КПРФ	57,4	64,0	60,8	59,9	72,2	75,0
Жириновский и ЛДПР	52,2	60,9	61,3	57,7	69,9	63,8
Миронов и СР	28,9	40,4	35,1	33,0	43,7	45,9
Прохоров и Яблоко	12,0	5,2	8,7	4,8	31,3	38,2
Прохоров и ПД	44,4	5,9	8,3	33,3	64,7	35,7
Путин и СР	33,3	31,5	30,9	25,7	30,5	28,8
Путин и Яблоко	6,0	10,3	18,8	12,9	14,9	16,4
Путин и ЛДПР	22,2	17,3	17,8	16,6	14,7	16,0
Прохоров и СР	3,3	2,7	0,5	8,9	13,9	11,6
Путин и КПРФ	13,9	9,9	11,3	11,8	12,7	8,9

Поддержка Путина в электоратах различных партий



За кого из кандидатов голосуют сторонники партий?

	волна	СР	ЛДПР	ПР	КПРФ	Яблоко	ЕР	ПД	отказ	Не участвовал	Испортил	затрудняюсь	все
Жириновский	5	3,2	49,4		1,5	8,6	1,7	9,1	4,8	5,1		13,6	7,2
	6	1,1	47,6		1,1	7,4	1,1		2,8	5,2		9,1	6,4
Зюганов	5	7,0	4,2		55,5	8,6	2,0	9,1	8,6	7,4	16,7	9,1	12,1
	6	12,7	7,2	25,0	59,5	9,3	1,5		14,2	7,0	33,3	13,6	13,9
Мионов	5	27,0	1,8		2,2	6,9	0,9		1,9	4,8		4,5	4,7
	6	24,9	0,6		2,2	3,7	0,5		2,8	4,7		9,1	4,3
Прохоров	5	11,9	6,5	12,5	4,0	24,1	2,0	18,2	3,8	5,3	16,7	4,5	5,3
	6	14,4	3,6	12,5	3,0	33,3	2,7	33,3		6,7	16,7	4,5	5,8
Путин	5	33,0	29,2	62,5	23,5	24,1	87,7	54,5	50,5	48,5		36,4	55,0
	6	32,6	29,5	37,5	20,1	24,1	88,7	55,6	53,8	51,6		50,0	55,5
Испорчу бюллетень	5	1,1	0,6		1,1	3,4	0,1		3,8	0,8	66,7		1,0
	6	0,6	0,6		2,2	3,7	0,3		1,9	1,6	33,3		1,2
Не пойду на выборы	5	3,2	1,8	12,5	2,6		1,6		2,9	18,0		13,6	5,5
	6	1,7	3,0	12,5	1,9	1,9	1,5		2,8	13,2			4,2
Затрудняюсь ответить	5	13,5	6,5	12,5	9,6	24,1	3,9	9,1	23,8	10,2		18,2	9,1
	6	12,2	7,8	12,5	10,0	16,7	3,8	11,1	21,7	10,1	16,7	13,6	8,8

Индекс изменчивости политических предпочтений

	10-1	11-2	12-3	13-4RES	13-4	14-5RES	14-5	15-6
Партийный рейтинг	38,7	36	35,6	50,1	41,8	50,8	38,5	34,1
Президентский рейтинг	40,8	37,8	37,4		45,4		42,2	33,6

Индекс вводится для оценки степени изменчивости мнений респондентов от волны к волне. Он является процентным отношением доли респондентов, изменивших свое мнение по сравнению с ответами на этот же вопрос в предыдущей волне



ВСЕРОССИЙСКИЙ ЦЕНТР ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ
119072, МОСКВА, БОЛОТНАЯ НАБЕРЕЖНАЯ, ДОМ 7, СТРОЕНИЕ 1
ТЕЛЕФОН/ФАКС: (495) 748-08-07, САЙТ: WWW.WCIOM.RU