

РЕЗУЛЬТАТЫ ВЫБОРОВ В ГОСДУМУ — 2011: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Л.Н. Федотова

Что нам за дело до убеждений человека,
если мы уверены в его поведении?

Стендаль. Прогулки по Риму

У одного из авторов мы находим достаточно остроумное описание интересующей нас проблемы: «Когда исследователь мнений населения говорит своему клиенту, что, судя по результатам этого зондажа, цвет тюбика его новой зубной пасты должен быть зеленым, он-то сам знает, что никогда не докажут, что он ошибался (в крайнем случае всегда можно сказать, что успеха зеленая паста не достигла из-за рекламы, из-за мерчендайзинга и т.д.). Когда же исследователь утверждает, что мистер X победит на выборах с 56% голосов, он может и ошибиться, и, что самое печальное, это иногда случается»¹.

Действительно, несовпадение прогнозов с реальными результатами выборов случается довольно часто. Вспомним хрестоматийные случаи с неудачами Гэллага в 1948 и 1971 гг. или прогнозы известного германского Института демографии о соотношении выигравших членов партии ХДС/ХСС, СПГ и социал-демократической партии Германии, в ходе выборов 1965 г., подтвердившиеся «с точностью до наоборот». В 1995 г. на президентских выборах во Франции вразрез с прогнозами большинство получил Л. Жоспен; в Японии в ходе губернаторской кампании в Токио место губернатора неожиданно для всех получил человек, «который демонстративно отказался от организации митингов и других традиционных предвыборных мероприятий и, по сути дела, всю кампанию провел, не выходя за порог собственного дома, отвечая только на телефонные звонки симпа-

тизирующих и израсходовав на печатание предвыборных плакатиков чуть больше двух тысяч долларов». Его соперника при этом поддерживала вся партийная структура (а это правящая коалиция из трех партий), весь большой бизнес и вся столичная бюрократия. На предвыборные мероприятия были истрачены громадные деньги — избирателей обрабатывали по всевозможным закулисным методам... Тем не менее победил другой, а опросы предварительного характера это не отслежили².

Политические выборы являются постоянным предметом внимания исследователей общественного мнения именно в силу прагматической ценности этих исследований для политических лидеров и сил, стоящих за ними. Кроме причин чисто престижного характера и прикладной ценности, неослабевающий интерес социологов к ним связан с изучением механизма принятия решения индивидом — поведенческого акта, который можно рассматривать как результат определенного влияния ряда факторов (роли радио, телевидения, прессы в формировании общественного мнения, роли малой группы и т.д.). По мнению многих социологов, предвыборная кампания представляет огромный интерес для изучающего систему массовой коммуникации. Исследователь получает возможность экспериментально решить вопросы: влияет ли эта система на результаты выборов, под действием какого типа информации избиратель принимает решение при голосовании, является

ли личное влияние более действенным, чем влияние системы массовой коммуникации и т.д.

Расхождение данных социологов о намерениях населения проголосовать в день X так или иначе и реальных результатов выборов всегда было предметом рефлексии и самого общества, и социологов. Что касается общества, это понятно. Ведь это практически единственный эксперимент, который показывает цену распределения мнений, публикуемых центрами изучения общественного мнения до выборов, своеобразный момент истины. Уверенность в том, что эти величины близки, нужна и политикам: ситуация с состоянием общественного мнения в ходе предвыборной кампании — это стратегия их кампании; уверенность нужна и рекламодателям, обращающимся к услугам социологов, в какой мере можно быть спокойным, что массы, продемонстрировавшие в ходе опроса свою лояльность к пепси-коле, тут же не купят банку кока-колы; это нужно и самому обществу: если в марте общественное мнение заявило, что Волга впадает в Каспийское море, не повернет ли оно в апреле «реки вспять» (здесь, мы, конечно, утрируем).

Данная статья как раз о расхождении данных социологов о намерениях населения проголосовать в день X так или иначе и реальных результатов выборов. Пример с недавними выборами в Госдуму — 2011 дает возможность проанализировать ситуацию с привлечением и теоретического материала, и реальных практик исследователей общественного мнения.

Часть 1. Электоральное пространство

Результаты выборов зависят не от количества бюллетеней, а от желания людей, подсчитывающих их.

*Из фильма «Банды Нью-Йорка»
(реж. М. Скорсезе)*

Напомню цифры. Как известно, 09.12.2011 г. ЦИК объявил результаты

выборов в Госдуму шестого созыва, состоявшихся 04.12.2011 г.:

- «Единая Россия» — 49,32;
- КПрФ — 19,19;
- «Справедливая Россия» — 13,24;
- ЛДПР — 11,67;
- «Яблоко» — 3,43;
- «Правое дело» — 0,6;
- «Патриоты России» — 0,97.

Какими были последние публичные, опубликованные в СМИ прогнозы (результаты по доступным источникам) (в процентах)? Отметим, что, по решению ЦИК, начиная с 29.11.2011 г., центры уже не могли обнародовать свои прогнозы (и такие ограничения — это общемировая практика):

Таблица 1

Партии	Результаты по ЦИК	ВЦИОМ. Опрос 30.11	Левада-центр ³ . Опрос 18–21.2011 г.
«Единая Россия»	49,32	41	56
КПрФ	19,19	12	21
«Справедливая Россия»	13,24	9	10
ЛДПР	11,67	12	13
«Яблоко»	3,43	1,3	-
«Правое дело»	0,6	0,4	-
«Патриоты России»	0,97	0,2	-
Не определившиеся	-	24	

Налицо некоторые несовпадения. Интересно взвесить различные факторы, объясняющие несовпадение прогнозов центров и реального поведения/мнения людей. Каковы эти факторы? Как представляется, их можно сгруппировать следующим образом:

- методологические;
- методические;
- социально-политические.

Методологические

Общественное мнение, как и множество других социальных процессов (воздействие массовых информационных

процессов, рыночные процессы и игровые ситуации и т.д.), характеризуется высокой степенью неопределенности, и не только мнение, но и само поведение. Можно представить на этом фоне усилия социологической науки дать обществу знания о самом себе как способ снизить эту неопределенность.

Еще одно — фундаментальное методологическое обоснование природы опросов общественного мнения — состоит в принципе, который ввел в науку Нильс Бор. Он использовал понятие «дополнительности», изучая величины в квантовой физике. Определяя слово феномен, Бор писал: «То, что относится исключительно к наблюдениям, полученным при определениях условиях, включая описание всего эксперимента». Элемент субъективности, вносимый выбором наблюдателя между различными экспериментальными устройствами, ведет к тому, что даже для определенного состояния наблюдаемой системы невозможно предсказать однозначно результаты последующих наблюдений... О них можно делать только статистические предсказания»⁴.

Обществоведы сразу оценили важность этого методологического принципа в гуманитарных исследованиях. Это в полной мере относится и к опросам общественного мнения. В дальнейшем мы будем иметь в виду это обстоятельство, так сказать, по умолчанию.

Еще одно методологическое соображение основано на связи между раскладом мнений в обществе и индивидуальным поведением/мнением. Хочется нам этого или нет, расклад мнений в обществе — это ориентир для массового поведения⁵. Особенно четко эта мысль была артикулирована вкупе с эмпирическими наблюдениями (хотя на теоретическом уровне была известна давно) в виде гипотезы о механизме циркулирования информации в межличностной среде, предложенной Элизабет Ноэль-Нойман, директором центра исследования обще-

ственного мнения при Алленсбахском институте демоскопии (ФРГ).

Условием функционирования общества (как это давно было понято обществоведами, к которым присоединяется и автор гипотезы), эффективности социальных норм, обычаев и традиций, является общий психологический механизм, определяющий характер взаимодействия индивида и общества, суть которого заключается в том, что угроза социальной изоляции для индивида оказывается важнее потери собственного мнения. Модели социального поведения рождаются в результате часто бессознательных оценок индивидом социальной ситуации, распределения возможных мнений, жизнеспособности и силы той или иной позиции. Индивид присоединяется к мнению других, даже если он не согласен с ними, и, что самое главное, он не будет транслировать свое индивидуальное мнение даже в ситуационных, локальных коммуникативных ситуациях (разговоры в очереди, в поездах со спутниками и т.д.). Эта «спираль умолчания» (Spiral of Silence), по мысли автора, лежит в основе формирования общественного мнения.

Были построены следующие гипотезы:

1. Индивиды составляют для себя картину мнений социального окружения и их возможных тенденций, что является предпосылкой возникновения общественного мнения как суммы индивидуальных мнений. Определенность этой картины зависит в том числе и от ожиданий необходимости открытой защиты своего мнения.

2. Желание высказывать свое мнение публично тем больше, чем значительнее, как считает индивид, это мнение преобладает в обществе. И более того — насколько благоприятно оценивает индивид место своего мнения в будущем.

3. Из этого вытекает, что оценка распределения мнений и их истинное распределение существенно расходятся, ибо

мнение, чья всеобщность преувеличивается, чаще и высказывается.

Эти гипотезы проверялись путем зондажей, проводимых Институтом демократии в 1971-м и последующих годах. Интервью включали четыре группы вопросов: 1) о мнении респондента по какому-либо дискуссионному предмету; 2) о том, как, на его взгляд, думает об этом же все население страны (Б. Берлсон в американских проектах исследования механизма порождения мнения 40–50-х годов XX в. решал проблему осознания респондентом существования «альтернативного» мнения вопросом: «Как вы думаете, кто победит на выборах?»); 3) о будущем распределении мнений; 4) относительно желания респондента высказываться о данном предмете публично (например, в разговоре с попутчиками в поезде). По мысли Ноэль-Нойман, анализ всей серии этих вопросов позволит предугадать возможное направление изменения намерений респондента действовать (высказываться) в соответствии с той или иной позицией, разделять ту или иную точку зрения, голосовать за того или иного кандидата...

Опросы, проведенные Институтом демократии в период 1965–1976 гг., показали, что линейные ответы респондентов относительно, например, позиции той или иной партии в общественном мнении не отражают собственных оценок респондентами силы этих партий в массовом сознании. Так, оценивая положение христианских демократов и социал-демократов на протяжении с декабря 1974 по март 1976 г. социологи обнаружили, что, если судить об этом положении по линейным ответам на вопрос «За какую из партий вы бы голосовали, если бы выборы в бундестаг состоялись в ближайшее воскресенье?», то положение партий относительно друг друга остается неизменным: и в декабре 1974, и в марте 1976 г. число намеревающихся проголосовать за партию христианских демократов оставалось практически одинаковым:

53% и 52% соответственно. В это же время число намеревающихся голосовать за социал-демократов составляло 38%. Но как только в ходе опроса стал фигурировать второй вопрос — об оценках респондентами того факта, как большинство их сограждан проголосуют в это гипотетическое воскресенье, выяснилось, что опрошенные оценивают ситуацию в общественном мнении как более сложную. Если интерпретировать эти данные с точки зрения гипотезы о лежащей в основе формирования общественного мнения спирали умолчания, то оказывается, что люди тем охотнее высказывают свою точку зрения — в последнем случае голосуют определенным образом, чем большие шансы, по их мнению, имеет их точка зрения, как в будущем времени, так и в большинстве населения.

Единственное, что помогает меньшинству вырваться из этой спирали, актуализировать свое, отличное от массовидного, мнение, — получить поддержку этому мнению из других источников, а именно (и это было обнаружено Э. Ноэль-Нойман в ходе многолетнего исследования) из прессы.

Последнее обращает нас к социально-политическим факторам, и мы к ним вернемся позднее.

Сейчас перечислим некоторые из **методических** факторов, наиболее важных, с нашей точки зрения.

Прежде всего, задействуем в анализе понятие «величины ошибки», которым вышеупомянутые центры снабдили свои данные, — она составляет 3,4%. Реально это означает, что при распространении этих данных, полученных центрами на опросе 1500–2000 тыс. человек, на все население страны, каждая цифра (!!!) может увеличена/уменьшена на эту величину: для «Единой России» это может быть (берем пока ВЦИОМ) 44,4–37,6%; для КПРФ — 15,4–8,6% и т.д. То есть любое попадание прогноза в этот промежуток будет идеальным. Но в конечных

прогнозах все хотят одной-единственной цифры. И тогда создается впечатление, что прогнозы расходятся с реальностью.

Итак, часть причин несовпадения данных центров и конечных результатов мы уже взвесили.

Если вернуться к табл. 1, мы обратим внимание на то, что здесь представлены разные линейки результатов центров. Именно они нам важны для анализа ситуации; в случае с Левада-центром мы имеем процент от определившихся голосовать так или иначе; у ВЦИОМ мы взяли распределение голосов у всех опрошенных — с учетом того, что пятая часть населения к тому времени, а это было буквально за неделю перед выборами, еще не знала, за кого будет голосовать (или не сказала об этом социологам). В этом кроется методологическое основание для прогнозов. Социологи должны в буквальном смысле спрогнозировать то, как поведет себя в ходе реальных выборов эта огромная масса людей (по лексике социологов последних лет этот прогноз описывался словами «расчетные данные», «интегрированный рейтинг», «эффективный рейтинг»...).

Понятно, что это трудная задача, а осьминога Пауля у нас нет.

Какие методико-методологические основания есть у социологов для принятия того или иного решения? Спрогнозируем процесс принятия решения. Задача — как распределить голоса неопределившихся между реальными партиями, представленными в бюллетене?

Первый вариант — разбросать эту долю между партиями пропорционально решению определившихся.

Второй вариант — учесть характер выборов в прошлую Госдуму.

Третий вариант — учесть характер предвыборной агитации в прессе, объемы финансового обеспечения кампаний и т.д. и т.п.

Что касается первого варианта, это уж не такая выдуманная ситуация.

Рассмотрим хрестоматийную ситуацию с прогнозами по исходу выборов в США в 1948 г. За несколько месяцев до выборов — даже до созыва национального съезда демократической партии в июле 1948 г. — крупнейшие в стране центры по изучению общественного мнения, включая Гэллапа, и политические обозреватели уже вынесли свой приговор Трумэну. Когда оставалось четыре дня до выборов, были опубликованы результаты опроса Гэллапа: согласно этим данным утверждалось, что за Дьюи отдадут свои голоса 49,5% всех избирателей, а за Трумэна — 44,5%. Э. Иваниця пишет в своей книге: «Такого же мнения придерживалась газета «Нью-Йорк таймс», организовавшая свой собственный опрос общественного мнения. Как шутили в те дни, президентские выборы должны были все же состояться, хотя бы для того, чтобы определить, кто же точнее всех предсказал победу Дьюи»⁶.

Но победил Трумэн. Цифры реально-го голосования дают результат с точностью до наоборот: за Трумэна проголосовало 49,4%, за Дьюи — 44,9%.⁷

По мнению экспертов, в 1948 г. Институт Гэллапа сделал несколько ошибок, в том числе одну существенную для наших рассуждений — исходя из уверенности в победе республиканцев, социологи решили, что избиратели, не высказавшись в пользу ни того, ни другого кандидата в ходе опроса, тем не менее, проголосуют за них в той же пропорции, что и принявшие решение уже в ходе опроса, т.е. в пользу Дьюи. Однако колеблющиеся избиратели проголосовали в пользу демократов⁸.

Но дело не только в этом, обратим внимание на существеннейшее обстоятельство — разницу объемов этих двух электоратов Трумэн — Дьюи: она составляет всего около трех миллионов человек, в то время как разница в объемах групп, проголосовавших, например, в 1936 г. за Рузвельта и Лэндона, составляла более 11 млн голосов⁹: в 1948 г., пря-

мо скажем, запас прочности для верного прогноза уменьшился втрое. Тогда, например, опрос 1 октября (за месяц с небольшим до выборов) показывал такое распределение голосов: за Дьюи — 40%, за Трумэна — 38%, за других — 9%, затруднились ответить — 13%¹⁰.

Но все же, как ни соблазнительно списать все на небольшой «запас прочности» в симпатиях электората, адресованных каждому из кандидатов, это объясняет не все. Имеем же мы аналогичную ситуацию в США в 1968 г., когда финальный прогноз Гэллапа расклада голосов избирателей был таким: за Р. Никсона — 43,0%, за Х. Хэмфри — 42,0. Итог голосования — за Р. Никсона — 43,4%, за Х. Хэмфри — 42,7.

Полвека спустя исследователи, возвращаясь к анализу ситуации тех лет¹¹, говорят, что в 1948 г. социологи рано остановились¹²: Кроссли — прогноз которого тоже оказался неверным, проводил финальные опросы в середине октября, Гэллап — чуть позже, но тоже за две недели. И аналитик 1992 г. прямо говорит, что, если бы Гэллап сделал то же самое в 1968 г., его прогноз мог оказаться неверным. То есть вовсю проявил себя **фактор времени**: чем ближе опрос к ситуации выборов, тем более вероятен точный прогноз.

Вообще, первое пятнадцатилетие исследований общественного мнения в США показало методическую целесообразность не ставить загодя опрашиваемого в позицию предсказателя. Исследователи все больше осознавали, что социально-политическая ситуация — это мощный фактор изменений во мнениях. Именно после рубежа 40–50-х годов в прогнозах центров изучения общественного мнения появилось сакраментальное если бы выборы состоялись сегодня — так формулировался и сам вопрос об избирательных намерениях респондента. Но все же только в публикации 1970 г. я нашла развернутую позицию Гэллапа по этому вопросу: «Научные опросы измеряют лишь те мнения (настроения), ко-

торые существуют в настоящий момент. Невозможно научно предсказать исход выборов. Людей никогда не спрашивают, как они намерены проголосовать или как они в действительности проголосуют в ноябре. Их спрашивают, как бы они проголосовали, если бы выборы состоялись сегодня. Никто не знает в мае, как он проголосует в ноябре. Но человек может сказать, как бы он проголосовал сегодня»¹³.

И далее: «Опросы никогда не достигали и никогда не достигнут степени точности, возможной в лабораториях точных наук. Действительно, исход реакции двух элементов в химической лаборатории может быть предсказан с точностью, которую едва ли можно ожидать в предсказании реакции людей на определенное событие... Все науки, имеют ли они дело с измерением пространства или с изучением человеческих существ, основаны на законах вероятности. Вероятность ошибки существует всегда; вопрос в том, в каких пределах лежит возможность этой ошибки. Если процедура систематична и объективна, о ней можно говорить, что она научна. Современное зондирование общественного мнения основано на двух китах: теория выборки и теория вероятности. Если выбрано правильное основание для сечения объекта исследования и сделана представительная выборка из каждого сечения, то соблюдены как раз те принципы, с которыми имеет дело любое научное исследование, даже то, которое связано с ядерной физикой».

Но вернемся к вариантам трансформации результатов последнего опроса в прогноз реальных результатов выборов.

Наверное, можно предложить для анализа массива неопределившихся и прогноза относительно их будущих шагов, например, учитывать **силу** высказанного мнения по другим проблемам политического спектра.

Так, Левада-центр зафиксировал в ноябре 2011 г. такую степень уверенности избирателей в том, что они отдадут свой голос названной партии:

Таблица 2

Ответы на вопрос: «В какой мере вы уверены, что будете голосовать именно за эту партию?» (в % к электорату каждой партии)

	Всего	КПРФ	ЛДПР	«Единая Россия»	«Справедливая Россия»	Другое
совершенно уверен	49	61	40	50	41	35
так и будет, если не произойдет чего-то чрезвычайного	40	28	44	42	44	39
не вполне уверен	9	8	12	6	14	17
совершенно не уверен	1	1	1	<1	<1	6
затрудняюсь ответить	2	1	3	2	2	4

Ясно, что максимальная уверенность электората КПРФ (61% сказавших, что они совершенно уверены в своем решении) и минимальная уверенность электората ЛДПР и «Справедливой России» (13–15% сказавших, что они не вполне уверены или совершенно не уверены в своем решении) долж-

на преобразиться в какие-то коэффициенты поправок последнего опроса. Уточню, что это все гипотезы стороннего наблюдателя, в данном случае автора статьи...

Или возьмем данные того же ноября о тенденциях в отношении электората к «Единой России».

Таблица 3

Ответы на вопрос: «Как изменилось за последние два месяца ваше отношение к «Единой России?»»

Группы сознания	% опрошенных
значительно улучшилось	2
несколько улучшилось	5
осталось без изменения	70
несколько ухудшилось	11
значительно ухудшилось	8

Понятно, что 19% опрошенных, сказавших, что их отношение к партии несколько и значительно ухудшилось, — это тоже повод для раздумий.

Но после обсуждения ряда методических и методологических факторов вернемся в наши дни и в нашу страну. Оставаясь внутри методики и методологии исследований, мы можем многое упустить из реальной ситуации в наших опросах общественного мнения.

Действительно, в последнее двадцатилетие появился термин, который нигде, кроме как в «регулируемой демократии», появиться не мог: этот термин — **административный ресурс**. Как быть социологам,

если они спрогнозировали какое-то распределение голосов, а результаты на выходе испытали этот самый административный ресурс? Сделать вид, что его нет и выглядеть потом как коллектив, который дал неадекватный прогноз? Или заведомо — имея на руках расчеты и тенденции ряда лет — «поправить» свой прогноз, исходя из предполагаемой силы этого ресурса? И хотя тут возможны варианты внутри этой альтернативы, все же это взаимоисключающие друг друга варианты...

Как поступали (и поступают) разные центры по изучению общественного мнения в этой ситуации — информация внутренняя и практически недоступная сто-

ронному наблюдателю. Это своеобразное «ноу-хау» каждого центра, равно как и то, как они распоряжаются массивом неопределенных, как его учитывают... В любом случае в этой ситуации специалисты вступают в зону риска. В ход идет расчетная информация. И всякий раз — во все времена и во всех странах — настроение читателей и зрителей, наблюдающих за предвыборными публикациями профессионалов-социологов, достигает вершины ажиотажа.

Часть 2. Информационное пространство

Если телевидение за меня, хотел бы я знать, кто будет против?
Курт Воннегут

Упомянем о такой профессиональной характеристике информационного

пространства, которая активно обсуждается в самом обществе. Давно замечено, что в публикациях опросов заложены огромные манипулятивные возможности по влиянию на людей. Будь такие публикации хоть на сто процентов профессиональны (читай: адекватны, честны, объективны), они могут вызывать отторжение у части людей, мнение которых немассовидно, альтернативно, находится в меньшинстве и т.д.

Интересно, что в этом году проявила себя практика интернет-опросов: за этим стоит желание воспроизвести спектр мнений, характерных для весьма устойчивых групп. Публикации в прессе результатов голосования на сайтах весьма любопытны.

Таблица 4

Партии	1	2	3	4
«Единая Россия»	44	1	8	18
КПРФ	13	22	41	19,5
«Справедливая Россия»	5	7	13	7
ЛДПР	6	3	15	3
«Яблоко»	1	25	18	26
«Правое дело»	2	2	2	1
«Патриоты России»	1	0,1	2	0,5
«Нах-Нах» ¹⁴	-	40	-	25

Левада-центр. Опрос 30.09–03.10.2011 г. Вопрос «Если бы выборы в Госдуму проходили в ближайшее воскресенье, стали бы вы голосовать на них и если да, то за какую партию вы бы голосовали?» (в % к ответившим «да»).

Сайт «Новой газеты»: «За какую партию вы бы проголосовали, случись выборы в Госдуму завтра?» Число проголосовавших — 4132.

Сайт «Новых Известий»: «За какую партию вы бы проголосовали, если бы выборы в Думу состоялись в ближайшее воскресенье?»

«Новая газета», сайт, число проголосовавших — 14 210. Обратим внима-

ние, что даже этот процесс стал предметом массивированного «вброса» голосов. Так, публикуя эти данные, «Новая газета» подробно рассказывает о технологии подачи голосов и демонстрирует этот «вброс», обнаружить который позволяет как раз технологическая привязка голоса к адресу провайдера (если я правильно поняла эту технологию)¹⁵.

Сама по себе такая практика интересна: она помогает дополнительной идентификации аудитории конкретного информационного канала; демонстрирует дифференцированный характер такого мнения; иногда может быть весьма

полезной для предвыборных штабов политиков при составлении ими медиапланов. Единственное, что должно заботить профессионалов, изучающих общественное мнение, — это необходимость вести планомерную информирующую работу по разъяснению характера своей репрезентативной выборки; уж на что американцы на этом собаку съели, но вопрос с выборкой, с числом людей, входящих в эту выборку, остается самым отторгаемым обыденным сознанием. Нужна и работа с журналистами. Чтобы они не придавали конфронтационного характера своим данным. Чтобы они тоже вели просветительскую работу на благо ЦИОМ'ов. Такие опросы увеличивают содержательное пространство мнений, вплоть до весьма впечатляющих размеров симпатий к партиям-аутсайдерам, если взглянуть на рейтинг партий в прогнозах ЦИОМ'ов.

Проведем аналогию с парламентом — как образно сказал в романе «Бессмертие» писатель М. Кундера, «опросы общественного мнения — это перманентно заседающий парламент, цель которого — продуцировать правду, причем самую демократическую правду, какая когда-либо существовала»¹⁶. Ради чего осуществляется политическая деятельность любой партии, как не для того, чтобы в парламенте актуализировать свою программу (как задача-минимум)? Точно так же общество заинтересовано в том, чтобы в прессе были актуализированы точки зрения всего политического спектра.

Именно в этом месте следует вернуться к последней мысли из гипотезы Ноэль-Нойман. Она говорит о механизме влияния на человека информации из окружающей действительности.

Как обстояли дела на этом фронте в России в преддверии парламентских выборов? Насколько монолитным было информационное пространство страны? Насколько там были представлены альтернативные точки зрения?

Пресса в целом

По данным социологических исследований, большая часть населения потребляет информацию федеральных телевизионных каналов, которые были практически единодушны в своих симпатиях к ЕР.

Тем не менее, по данным информационно-аналитической системы «Медиадиалогия»¹⁷, за период с 24 октября по 30 ноября 2011 г. об оппозиционных партиях было написано более 13 тыс. оценочных статей: 8712 — негативных, 4493 — позитивных, т.е. на каждые две отрицательные заметки приходилась только одна положительная. «Единая Россия», в свою очередь, в аналогичный период упоминалась в 12,5 тысячи оценочных статей: 7477 — негативных, 5107 — позитивных, т.е. примерно по одной положительной статье на каждые полторы отрицательные¹⁸.

Еще данные — «Национальная служба мониторинга» на основе анализа свыше 400 федеральных изданий (ТВ, радио, прессы, информационных агентств и интернет-СМИ; проанализировано свыше 14 тыс. информационных сообщений, полностью посвященных представителям несистемной оппозиции РФ) представила рейтинг цитируемости представителей несистемной оппозиции (период исследования: 1 января — 23 октября 2011 г. — количество сообщений с цитатой):

1. Алексей Навальный 2259
2. Борис Немцов 1587
3. Сергей Удальцов 1156
4. Эдуард Лимонов 658
5. Людмила Алексеева 594
6. Евгений Ройzman 470
7. Евгения Чирикова 388
8. Владимир Рыжков 371
9. Владимир Милов 324
10. Илья Яшин 315

Понятно, что это «средняя температура по палате». Это картина для в лучшем случае марсианского наблюдателя.

Ни один человек из аудитории СМИ не имеет такого обзора.

Кроме того, сами информационные каналы очень дифференцированы по политическим симпатиям, а значит, по пропорциям позитивных/негативных материалов о каждой партии. Тут сепаратор работает очень активно.

Но мы должны учитывать и данные, зафиксировавшие параметры нашего информационного поля, опрокинутые, так сказать, в прошлое. Человек имеет дело с информационным пространством как процессом. Приведем данные мониторинга прессы, например, осуществленного специалистами Центра экстремальной журналистики в 2006 г.¹⁹ Основные моменты выводов состоят в том, что президент Путин, правительство и правящая партия очень активно освещались в изучаемых национальных телеканалах. В четырех телеканалах около 90% главных новостей было посвящено власти. Освещение президента Путина было исключительно положительным. За четыре недели мониторинга финансируемый государством Первый канал посвятил 91% своих политических новостей властям. По тону 71% этих новостей были положительными и 28% — нейтральными. За тот же период противники действующей власти (СПС, «Яблоко», Республиканская партия, прочие), а также коммунисты получили в общей сложности только 2% времени, и их освещение было в основном негативным.

Канал «Россия» тогда посвятил 88% своих новостей в прайм-тайм деятельности властей: президента Путина (19%), правительства (53%), правящей «Единой России» (14%) и Администрации Президента (2%). Почти во всех случаях материалы были положительными или нейтральными. Напротив, противники правящей власти (СПС, «Яблоко», Республиканская партия, другие) получили только 0,6% эфирного времени, и их освещение было в основном негативным.

ТВ-Центр уделил 90% времени в новостях в прайм-тайм освещению деятельности властей: президента Путина (31%), правительства (42%), «Единой России» (16%) и Администрации Президента (1%), причем это освещение было положительным и нейтральным, хотя, в отличие от других каналов, ТВ-Центр выделил время для критического освещения кабинета министров (8%). Напротив, политические противники властей и КПРФ получили только по 2% такого эфирного времени, и их освещение было в основном негативным или нейтральным.

Рен-ТВ выделил больше эфирного времени для политических противников президента Путина и противников его правящей партии «Единая Россия». Хотя этот канал посвятил большую часть времени для новостей в прайм-тайм деятельности президента Путина (10%), правительства (38%), «Единой России» (16%), эти цифры существенно ниже, чем у других четырех каналов с национальным охватом. КПРФ и политические противники власти получили в сумме 19% времени. Качественный анализ также показывает, что этот канал был более объективным в освещении правительства и основных политических сил. Например, 19% времени для новостей в прайм-тайм было посвящено положительным по тону новостям, а 23% отрицательным.

НТВ посвятило 88% времени политических новостей в прайм-тайм деятельности властей: президента Путина (25%), правительства (51%), «Единой России» (11%) и Администрации Президента (1%). Тон такого освещения был в основном положительным или нейтральным. Вывод, который делают авторы обзора: большая часть изучаемых СМИ практически не предоставляют россиянам разные точки зрения. СМИ не служат площадкой для обмена мнениями, публичных дебатов, противостояния, расследований и комментариев, которая могла бы предоставить публи-

ке информированное, аналитическое и взвешенное освещение политики и деятельности государства.

Отметим также, что сам выход потребителя на информационные каналы в огромной — если не преобладающей — степени обусловлен личными симпатиями и антипатиями: на этом настаивает очень распространенная среди специалистов, изучающих массовые информационные потоки и процессы формирования общественного мнения, теория когнитивного диссонанса²⁰, к которой мы обратимся позднее; симптоматично, что автор теории, Л. Фестингер, ссылается тут на классическую книгу об эффективности массовой коммуникации Дж. Клаппера: «Каждый продукт деятельности средств массовой информации: 1) привлекает аудиторию, уже predisposed к восприятию материалов такого характера; 2) терпит неудачу при попытке привлечь внимание сколько-нибудь значительного числа тех, кто либо имеет противоположные интересы, либо до этих пор не был заинтересован в восприятии подобной информации (sic!!! — Л. Ф.)²¹.

И все же само столкновение данных 2006 г. и 2011 г. о содержании информационного пространства симптоматично. Как минимум, оно говорит о более критическом отношении прессы к субъектам политического пространства в последнее время.

Более того, для ситуации предвыборной были важны еще и другие обстоятельства.

Реклама и дебаты. Партии, получившие допуск к выборам, в начале октября 2011 г. получили бесплатный телерадиоэфир (по одному часу в каждом источнике) и газетные площади: в список вошли четыре телеканала, четыре радиостанции и ряд печатных изданий. Федеральный телеэфир должен быть поделен пополам — половина под рекламу (в любом жанре, в том числе и чистых выступлений), вторая — под теледебаты²².

И если мы суммируем общее впечатление аналитиков (по прессе и по радиоэфире, включая и впечатления автора) от рекламы и теле- и радиодебатов, то получается: партии не конкурировали между собой — они конкурировали с «Единой Россией». Они могли неотчетливо артикулировать свои отличия от своих конкурентов; они могли невнятно позиционировать себя для своей «идеальной» электоральной части; но они решили главную свою задачу — создать протестный электорат, который означал прибавку в голосах оппозиционных партий. Какая и в какой мере досталась каждой партии — вопрос к политологам. На уровне здравого смысла: меньше досталось исторически ранее сложившимся структурам — КПРФ и ЛДПР, электорат которых «проверен на прочность» в течение почти двух десятилетий; как утверждают аналитики в прессе, партии более «идеологизированны»; я бы прибавила сюда то обстоятельство, что их восприятие тесно спаяно с восприятием их лидеров-иерархов (мы говорим «ЛДПР» — подразумеваем «Жириновский», — же самое с парой «КПРФ — Зюганов»); больше досталось «Справедливой России», и досталось в самые последние недели перед выборами, что помешало большинству ЦИОМ'ов зафиксировать это в своих прогнозах.

Интернет. Сегодня картина не будет полной, если мы не упомянем Интернет. Может быть, с него и надо было начинать перечисление каналов с альтернативной информацией. Укажем лишь документированные характеристики. Сошлюсь на обстоятельную статью в «Независимой газете», процитировав самое начало: «Блоги, социальные сети, форумы и другие способы выражения в Сети настроений общества активно используются как площадка для агитации. В рамках кампании 2011 г. основной акцент граждане делают на протестном голосовании. Большинство видеороликов, текстов и обсуждений агитируют избирателей го-

лосовать за любую политическую структуру, кроме «Единой России»²³.

Безусловно, все вышеперечисленные информационные каналы с их характеристиками существуют как сообщающиеся сосуды с межличностной коммуникацией²⁴, а именно там формируются предпочтения, тестируются на лидерах мнений, соотносятся с окружающей социально-экономической ситуацией, что в целом означает питательную среду для подвижек в общественном мнении.

Часть 3. Ядро ЕдРо

Политика — это обязательства, которые не всегда строятся на логической основе.

Если бы это было так, если бы кандидатами и избирателями соблюдались правила логики, результат любых выборов был бы заранее известен.

Лесли Уоллер. Банкир

Представляется интересной исследовательская задача посмотреть

на ту долю населения (среди опрошенных), которая имеет **социально-психологические предпосылки для идентификации с носителями осознанного решения/мнения голосовать за «Единую Россию»**. Мы предлагаем именно такую последовательность, чтобы нейтрализовать по возможности политизированность, конъюнктуру вопроса в ситуации предвыборного/послевыборного информационного ажиотажа. Как кажется, этому отвечает вопрос из многолетнего зондажа Левада-центра «Как вы считаете, какое из приведенных ниже высказываний более соответствует ситуации: «Все не так уж плохо и можно жить»; «Жить трудно, но можно терпеть»; «Терпеть наше бедственное положение уже невозможно?». Он является для респондента в определенной мере интегрирующим ощущение от своей личной судьбы и более широкой социально-экономическо-политической ситуации; он не носит налета политической конъюнктуры... Сравнение ответов на этот вопрос в динамике дает интересную информацию:

Таблица 5

Ответы на вопрос «Как вы считаете, какое из приведенных ниже высказываний более соответствует ситуации: «Все не так уж плохо и можно жить»; «Жить трудно, но можно терпеть»; «Терпеть наше бедственное положение уже невозможно?» (1995 и 2011 гг.)

Группы сознания	2011	1995
«Все не так уж плохо и можно жить»	29	9
«Жить трудно, но можно терпеть»	52	51
«Терпеть наше бедственное положение уже невозможно»	17	35
Затруднились ответить	2	5

Как мы видим, чуть менее трети населения страны имеет социопсихологические предпосылки для обоснования своего решения в ходе последних выборов голосовать за «Единую Россию». Соединяя в данном случае мнение и поведение (а также ряд двойных связей, которые я представлю ниже), я ориентируюсь на хорошо известную профессионалам теорию когнитивно-

го диссонанса²⁵, на которую я уже ссылалась.

Психологи давно как о факте говорят, что любой человек стремится к сохранению достигнутой им внутренней гармонии. Его взгляды и установки имеют свойство объединяться в систему, характеризующуюся согласованностью входящих в нее элементов. Существует согласованность также между тем, что человек знает и чему он ве-

рит, и тем, что он делает. Представляя теорию диссонанса (т.е. существования противоречивых отношений между отдельными элементами в системе знаний, под которыми автор понимает любое мнение или убеждение индивида относительно окружающего мира, самого себя, своего собственного поведения), автор формулирует основные гипотезы:

1. Возникновение диссонанса, порождающего психологический дискомфорт, будет мотивировать индивида к попытке уменьшить степень диссонанса и по возможности достичь консонанса. Диссонанс сам по себе является мотивирующим фактором. Когнитивный диссонанс может пониматься как условие, приводящее к действиям, направленным на его уменьшение. Это чрезвычайно сильный побудительный фактор.

2. В случае возникновения диссонанса, помимо стремления к его уменьшению, индивид будет активно избегать ситуаций и информации, которые могут вести к его возрастанию.

Интересна аргументация автора, которая важна и нам в данном случае:

Чтобы избежать диссонанса, у людей проявляется ярко выраженная тенденция изменить либо оценку услышанного им мнения, либо оценку источника информации в том направлении, которое уменьшило бы диссонанс.

Человек охотно вступит в разговор или дискуссию с тем, кто, как он считает, одобрит содержание нового когнитивного элемента, и, скорее всего, он будет избегать обсуждения данной темы с тем, кто будет поддерживать значимость того элемента, который человек пытается изменить. Человек, вне всяких сомнений, будет искать такие источники информации, которые способствовали бы добавлению консонантных элементов, и будет избегать источников, увеличивающих диссонанс.

При этом автор ссылается на исследования Купера и Ягоды, которые констатировали, что испытуемые предпочитают не сталкиваться лицом к лицу с идеями, про-

тиворечащими их собственными, чтобы им не пришлось ни защищаться, ни признавать ошибку: «...восприятие предвзятото человека находится под таким влиянием его предубеждений, что проблемы, освещенные в рамках противоположной концепции, подвергаются преобразованию с тем, чтобы оказаться совместимыми с его собственными представлениями. Совершенно не осознавая совершаемого им искажения фактов, субъект наделяет полученную информацию чертами собственной точки зрения».

Каково влияние наличия диссонанса и его степени на активный поиск либо избегание новой информации? Человеку свойственно вести поиски знания, уменьшающего диссонанс, и избегать сведений, его увеличивающих.

В случае если человек невольно сталкивается с информацией, способной увеличить диссонанс, в дополнение к обычным способам уменьшения диссонанса в его психике стремительно активизируются защитные механизмы, не позволяющие новому знанию упрочить свои позиции в когнитивной системе. Люди склонны осознавать и интерпретировать информацию, соответствующую уже существующим убеждениям.

Автор, анализируя многочисленные исследования на этот счет, упоминает и такие, которые не обладают необходимой степенью однозначности в интерпретации. Если известно, что люди, придерживающиеся либеральных взглядов в политике, имеют тенденцию к чтению либеральных газет, а консерваторы склонны читать консервативные газеты, мы не можем определить с точностью, ведут ли политические убеждения к выбору газеты, или предпочитаемая газета оказывает влияние на эти убеждения. Также мы не можем судить о наличии либо отсутствии диссонанса у читателей различных газет. Подобные факты не противоречат принципам теории диссонанса, но, конечно же, и не подкрепляют ее.

Легко также предположить, что если предметом суждения являются факты

объективной реальности, диссонанс, порожденный открытым выражением несогласия, будет небольшим. Также если человек придерживается широко распространенных взглядов, то диссонанс, вызванный выражением несогласия, будет небольшим. Как только человеку становится известно, что кто-то еще, независимо от него, придерживается определенного убеждения, возрастает количество когнитивных элементов, консонантных этому убеждению (вспомним гипотезу Ноэль-Нойман. — *Л.Ф.*). Так, если один из членов группы не согласен с мнением другого, величина диссонанса будет меньше для того из них, чье мнение разделяет большинство. Для величины диссонанса будут иметь значение переменные, которые определяют важность когнитивных элементов, включаемых в диссонанс. Чем более важным является элемент, тем больше будет диссонанс. Особо следует отметить значимость проблемы: чем более значима проблема для отдельного человека или целой группы, тем важнее будут когнитивные элементы, свидетельствующие о существовании иных взглядов на эту проблему, и тем больше будет диссонанс, вызванный выражением несогласия. Социальная поддержка позволяет принять новое, консонантное с убеждением познание, что уменьшает диссонанс. Это познание может, например, принимать вид слуха.

Автор говорит, что существует огромное количество данных в области изучения процессов влияния и коммуникации, начиная с контактов двух людей и заканчивая влиянием масс-медиа. Тот факт, что люди

склонны общаться с теми, кто разделяет их взгляды, или читать газетные публикации, выражающие позиции, которых они сами придерживаются, может рассматриваться как пример редукции диссонанса и попытки избежать его увеличения. Автор перечисляет данные исследований, которые условно могут быть разделены на две группы: демонстрирующие, что изменение мнения вследствие социальной коммуникации уменьшает диссонанс; и показывающие, что наличие диссонанса ведет к запуску процессов влияния.

Итак, теория Фестингера базируется на наблюдении того, что человеческий организм стремится к установлению внутренней гармонии между его мнениями, взглядами, знаниями и оценками, и поведением. Интересно, что интерес его к этой проблематике инициировал Бернард Берелсон, известный исследователь общественного мнения и массовых коммуникаций, который был в то время директором Центра изучения поведения при Фонде Форда. Сам Б. Берелсон участвовал в исследованиях в 40–50-х годах XX в. природы порождения общественного мнения, в том числе и под влиянием массовых коммуникаций, а также межличностной коммуникации.

Такое долгое погружение в теорию понадобилось мне, чтобы ввести двойные связи между общей оценкой опрашиваемым своего мироощущения от действительности (см. табл. 5) и конкретными их мнениями по поводу конкретных же социально-политических проблем сегодняшнего дня:

Таблица 6

Ответы на вопрос «Как вы считаете, в целом дела в России идут сегодня в правильном или в неправильном направлении?»
(опрос Левада-центра, октябрь 2011 г. Число опрошенных — 1520)

Группы сознания	В правильном	В неправильном	Затруднились ответить
«Все не так уж плохо и можно жить»	67	13	20
«Жить трудно, но можно терпеть»	33	44	23
«Терпеть наше бедственное положение уже невозможно»	11	72	17

Затруднились ответить	9	25	66
В целом	38	39	23

Таблица 7

**Ответы на вопрос «Одобряете ли вы деятельность Владимира Путина на посту председателя Правительства России?»
(опрос Левада-центра, октябрь 2011 г. Число опрошенных — 1520)**

Группы сознания	«Безусловно да» и «Скорее да»	«Скорее нет» и «Безусловно нет»	Затруднились ответить
«Все не так уж плохо и можно жить»	84	12	4
«Жить трудно, но можно терпеть»	61	29	10
«Терпеть наше бедственное положение уже невозможно»	29	64	7
Затруднились ответить	39	37	25
В целом	62	30	8

Таблица 8

**Ответы на вопрос «Если говорить в целом о стране, как вы считаете, через год жизнь в России будет лучше или хуже, чем сейчас?»
(опрос Левада-центра, октябрь 2011 г. Число опрошенных — 1520)**

Группы сознания	«Значительно лучше» и «Несколько лучше»	«Такой же, как сейчас»	«Несколько хуже» и «Значительно хуже»	Затруднились ответить
«Все не так уж плохо и можно жить»	28	51	4	17
«Жить трудно, но можно терпеть»	16	6	13	15
«Терпеть наше бедственное положение уже невозможно»	4	39	41	16
Затруднились ответить	4	27	11	58
В целом	18	51	14	17

Таблица 9

**Ответы на вопрос «Как вы считаете, сможет ли нынешнее правительство России в течение ближайшего года улучшить положение в стране?»
(опрос Левада-центра, октябрь 2011 г. Число опрошенных — 1520)**

Группы сознания	«Безусловно да» и «Скорее да»	«Скорее нет» и «Безусловно нет»	Затруднились ответить
«Все не так уж плохо и можно жить»	54	27	19
«Жить трудно, но можно терпеть»	28	56	16
«Терпеть наше бедственное положение уже невозможно»	13	74	13
Затруднились ответить	11	39	50
В целом	33	51	16

Таблица 10

Ответы на вопрос «Какую оценку вы бы дали деятельности Владимира Путина на посту председателя Правительства России?» (опрос Левада-центра, октябрь 2011 г., число опрошенных — 1520)

Группы сознания	Низкая оценка (1–3 балла)	Средняя оценка (4–7 баллов)	Высокая оценка (8–10 баллов)
«Все не так уж плохо и можно жить»	7	40	53
«Жить трудно, но можно терпеть»	17	50	33
«Терпеть наше бедственное положение уже невозможно»	32	54	14
Затруднились ответить	21	55	24
В целом	16	49	35

Анализ связей²⁶, продемонстрированных четырьмя последними таблицами, говорит нам, что существует сильная статистическая связь между мнением «все не так уж плохо и можно жить» и мнением, что «в целом дела в России идут сегодня в правильном направлении» (67%); между мнением «все не так уж плохо и можно жить» и оценкой «безусловно да» и «скорее да»²⁷ в ответе на вопрос «Одобряете ли вы деятельность Владимира Путина на посту председателя Правительства России?» (84%); между мнением «все не так уж плохо и можно жить» и оценкой «значительно лучше» и «несколько лучше»²⁸ и «такой же, как сейчас» в ответе на вопрос «Если говорить в целом о стране, как вы считаете, через год жизнь в России будет лучше или хуже, чем сейчас?» (79%); между мнением «все не так уж плохо и можно жить» и оценкой «безусловно да» и «скорее да»²⁹ в ответе на вопрос «Как вы счи-

таете, сможет ли нынешнее правительство России в течение ближайшего года улучшить положение в стране?» (54%); между мнением «все не так уж плохо и можно жить» и высокими (8–10 баллов) оценками деятельности Владимира Путина на посту председателя Правительства России (53%)³⁰.

Этот анализ позволяет утверждать, что мы можем говорить о социально-психологической опоре партии власти лишь на треть электората (29%), причем при сопоставлении реакции этого электората, что «все не так уж плохо и можно жить», на более актуальные параметры их оценок конкретных политических событий и персоналий, эта база уменьшается (от 53 до 84% этой трети). Но эти же данные говорят, что многие позитивные оценки действительности связаны с именем В. Путина. Это многое объясняет в исходе выборов в марте 2012 г.

¹ Lewis L.A. The Los Angeles Times Poll // Polling and Presidential Election Coverage, ed. by P. Lavracas, J. Holley. L., New Delhi: Sage Publications, 1991.

² Нозль Э. Массовые опросы. М., 1978. С. 24; Агафонов С. «Бабушка» в губернаторском кресле. Прошедшие японские выборы как зеркало грядущих российских // Известия. 25.05.1995 [Noel E. Massovyе oprosy. M., 1978. P. 24. Agafonov S. „Babushka“ v gubernatorskom kresle. Proshedshie yaponskie vybory kak zerkalo gryaduschikh rossiyskikh // Izvestiya. May 25, 1995].

³ Процент только по думским партиям, и к числу определившихся.

⁴ Паули В. Физические очерки. М. : Наука, 1975. С. 50–63 [Pauli V. Fizicheskie ocherki. M. : Nauka, 1975. P. 50–63] Прибавим сюда тот методологический посыл, что при всех экспертных оценках состояния мнений широких масс, при ценности журналистских обобщений на этот счет, общественное мнение по любому поводу характеризуется высокой степенью неопределенности, и не только мнение, но и само поведение. Схожие мысли находим у теоретиков, рассматривающих социальную ситуацию, как игровую. Джон фон Нейман, родоначальник теории игр (разработчик

- логической схемы первой ЭВМ), постулировал, что для игры характерна неопределенность, причем следует различать два вида неопределенности: случайность и выбор. Мак-Дональд Д. продолжает эту мысль и рассматривает в этой парадигме... бизнес: «Большинство игр в реальной жизни также содержат оба вида неопределенности». Следующая цитата из Мак-Дональда Д. вплотную приближает нас к возможности перенести эти соображения на ситуацию с функционированием общественного мнения в социуме: «Игра выделяется благодаря такой неопределенности, которая возникает как результат свободы воли и выбора игроков, правда, в известных пределах. Интересная особенность игры состоит в том, что в значительной мере она разыгрывается в сознании игроков и только небольшая ее часть имеет формы открытых действий». Объективная экономическая реальность предоставляет индивиду новую роль — роль, в которой ему понадобятся такие шаги как отбор, селективность, избирательность (термины, наиболее часто встречающиеся в теории игр). Конкретное политическое пространство, все чаще описываемое с помощью коммерческих терминов, где, по сути, существуют технологии маркетинга, может быть также представлено как обладающее высокой степенью неопределенности. Можно представить на этом фоне усилия социологической науки дать обществу знания о самом себе, как способ снизить эту неопределенность. См.: Мак-Дональд Д. Игра называется бизнес. М. : Экономика, 1979. С. 21 [Mc-Donald D. Igra nazyvaetsya biznes. M. : Ekonomika, 1979. P. 21].
- ⁵ Именно здесь корни той дискуссии, которая издавна ведется в обществе: чем опросы общественного мнения являются на самом деле — «новой формой демократии или наоборот — формой «статистической тирании». См.: Clemens J. Polls, Politics and Populism. Aldershot: Gower Pub Co, 1983.
 - ⁶ Иванян Э. Белый дом: президенты и политика. М. : Издательство политической литературы, 1975. С. 264. [Ivanyan E. Belyj dom: prezidenty i politika. M. : Izdatelstvo politicheskaya literatury, 1975, P. 264].
 - ⁷ Рассчитано по абсолютным цифрам, которые приводит в своей книге Э. Иванян, в долях процентов возможны несовпадения с реальными цифрами, см. там же, с. 264 [See, *ibid.* 264].
 - ⁸ Разбор ошибок Института Гэллупа приводится в кн.: Дмитриев А.В. Политическая социология США. Л. : ЛГУ, 1971, С. 79 [Dmitriev A.V. Politicheskaya sotsiologiya SSHA. Leningrad: LGU, 1971, P. 79].
 - ⁹ Тогда Гэллуп, спрогнозировавший победу Рузвельта в противовес прогнозу журнала The Literary Digest, начал свою блистательную карьеру.
 - ¹⁰ Survey by the National Opinion Research Center, October 14-23, 1948.
 - ¹¹ Что симптоматично. Можно говорить, что и сегодняшняя ситуация с анализом исходов выборов на фоне прогнозов — тема вечная.
 - ¹² Ladd E.C. The trials of election polling: election polls—1948 and today // The Public Perspective — May/June, 1992: «Crossley did his final interviewing in mid October! Gallup concluded just a bit later—two weeks before the election. Had Gallup stopped polling in 1968 at the same point he did in 1948, his 1968 “prediction” would have been far off».
 - ¹³ The Gallup Opinion Index — Political, Social and Economic Trends, 1970 — May — Report. № 59, p. 15.
 - ¹⁴ Движение протестного голосования против всех (Прим. ред.)
 - ¹⁵ См.: Из Кувейта с любовью. К «Единой России» // Новая газета. 14.11.2011 [Iz Kuveita s ljubovj. K “Edinoj Rossii” // Novaya gazeta. November 14, 2011].
 - ¹⁶ Кундера М. Бессмертие. СПб. : Азбука, 2000. С. 129 [Kundera M. Bessemrtie. SPb.: Azbuka, 2000. P. 129].
 - ¹⁷ Медиалогия — разработчик первой в России автоматической системы мониторинга и анализа СМИ в режиме реального времени. В базу данных круглосуточно поступает порядка 4000 СМИ: информагентства, газеты, журналы, радио, интернет и блоги. Также доступны текстовые версии телепрограмм основных федеральных телевизионных каналов: Первый канал, Россия, НТВ, Рен-ТВ, ТВЦ, РБК. Работа с системой позволяет осуществлять оперативный круглосуточный мониторинг информационного поля, а также проводить ежемесячный анализ текстов.
 - ¹⁸ Александров А. Война агитаций // Московский комсомолец. 05.12.2011 [Aleksandrov A. Vojna agitatsij // Moskovskij komsomolets. December 5, 2011].
 - ¹⁹ ЦЭЖ был создан в 2000 г. как правозащитная структура Союза журналистов России. С 2006 г. проводил первый мониторинг пяти телеканалов. Выводы о том, как в этих СМИ освещается российская политическая жизнь, базируются на количественном и качественном анализе. Первый отчет опубликован «Новой газетой»: Кто нам Путина осветил // Новая газета. 11—14.05.2006. [Kto nam Putina osvetil // Novaya gazeta. May 11-14, 2006].

- ²⁰ Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса. СПб.: Речь, 2000 [Festinger L. Teoriya kognitivnogo dissonansa. SPb: Retch, 2000].
- ²¹ Там же. С. 179. [Ibid. P 179].
- ²² Родин И. Вперед большие партийные дебаты // Независимая газета. 1.10.2011 [Rodin I. Vpered bol'shie partijnie debate // Nezavisimaya gazeta. October 1, 2011].
- ²³ Мазаева Д. Сетевая свобода мнений: Интернет становится агитплощадкой для протестного голосования // Независимая газета. Приложение «НГ-политика». 1.11.2011. с.11 [Mazaeva D. Setevaya svoboda mnenij: Internet stanovitsya agitploschadkoj dlya protestnogo golosovaniya // Nezavisimaya gazeta. Prilozhenie "NG-Politika". November 1. 2011. P. 11].
- ²⁴ Социологи, сетуя по поводу падения интереса публики в развитых странах к выборам (число людей, принимающих в них участие, падает год от года), как индикатор отмечают снизившуюся долю политики среди всех тем, курсирующих в межличностной коммуникации. Интересно, что только что канадское агентство Globescan представило результаты ежегодного исследования под названием The World speaks («Говорит мир»). Социологи попросили жителей разных стран рассказать, о каких проблемах (в основном социального характера) они чаще всего говорили со своими близкими (выделено мною. — Л.Ф.) за последний месяц. Опрос Globescan проводился с июля по сентябрь, в нем участвовали 11 000 человек из 23 стран мира. Главной проблемой сегодняшнего дня большинство опрошенных считают коррупцию. О ней чаще всего вели «кухонные разговоры» около 25% участников The World speaks. Следом за этой проблемой в рейтинге страхов граждан 23 стран мира идут бедность (20%), рост цен на продукты и коммунальные услуги (18%), а также безработица (18%). Опрос The World speaks проводится организацией Globescan с 2009 г. Источник: Mail.ru 12.12.2011.
- ²⁵ Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса. СПб.: Речь, 2000 [Festinger L. Teoriya kognitivnogo dissonansa. SPb: Retch, 2000]. Этой проблемой также занимались Осгуд и Танненбаум: см.: Osgood С.Е., & Tannenbaum Р.Н. The principle of congruity in the prediction of attitude change // Psychological Review. 1955—62, 42—55; Купер и Ягода и др. Цитаты даются по книге Фестингера Л., переведенной у нас в 2000 г. Автор объясняет, почему он пользуется именно таким термином: он считает, что термин «диссонанс» имеет меньшую логическую коннотацию, чем слово «несоответствие», которое тут могло бы быть употреблено. Аналогичным образом вместо слова «соответствие» он употребляет более нейтральный термин «консонанс».
- ²⁶ Отметим, что речь не идет о том, что эти связи демонстрируют одни и те же лица: чтобы выйти на эту проблему, нужны более сложные математические процедуры. Здесь мы можем говорить только о сильных статистических связях.
- ²⁷ В анкете «безусловно да» и «скорее да» присутствовали отдельно; в анализе мы их соединили, чтобы укрупнить шкалу.
- ²⁸ См. сноску 24.
- ²⁹ См. сноску 24.
- ³⁰ В анкете оценки 8—10 фигурировали отдельно: это была 10-балльная шкала.