

**СВІТЛАНА ВИНОСЛАВСЬКА,**

*заступник генерального директора компанії  
TNS Ukraine*

**МИКОЛА ЧУРИЛОВ,**

*доктор соціологічних наук, генеральний ди-  
ректор компанії TNS UKRAINE*

## **Exit-poll: методика дослідження в оперативному режимі**

*Abstract*

*The paper examines and analyses organizational features and conducting online research of exit poll that was realized by the TNS Ukraine Company in the day of holding an extraordinary election to the Verkhovna Rada of Ukraine. Special attention is focused on selection of a sample, as well as on data collection and information transfer to the company central office.*

Exit-poll — опитування виборців на виборчих дільницях після процедури голосування — у світовій соціологічній практиці використовують від середини 60-х років минулого століття, і проведення його залежить від того, наскільки часто відбуваються в тій чи тій країні вибори або референдуми і наскільки гострою буває політична ситуація навколо цих подій.

Здійснення такого роду проектів є, деякою мірою, показником розвитку рівня політичної культури й демократизації суспільства, особливо якщо говорити про країни колишнього соціалістичного табору. Повною мірою це можна віднести і до України, де 29 березня 1998 року під час виборів до Верховної Ради України компанією “СОЦІС” на замовлення Медіа Клубу і Фонду “Демократичні ініціативи” було проведено перше у вітчизняній соціологічній практиці опитування методом “exit-poll”.

Прогностичний потенціал даних, отримуваних у результаті такого опитування, у часовому інтервалі невеликий — від моменту закриття виборчих

дільниць до моменту оголошення Центральною виборчою комісією перших достатньо повних результатів підрахунків голосування. Далі це стає вже історією, матеріалом для методичного аналізу й навчального процесу.

Основні завдання exit-poll'у полягають у наданні *прогнозових* оцінок виборів, які щойно відбулися, а також накопиченні статистичної інформації про електорат. Ці завдання визначають особливості підготовчого етапу дослідження, що диктують дослідникам як головні умови точність і репрезентативність отримуваних даних.

Крім того, слід наголосити, що лише дані такого дослідження можуть окреслити “портрет” електорату тієї чи тієї партії або партійного блоку, надати додаткову інформацію стосовно процесу прийняття рішень виборцями, рівня довіри до самого перебігу виборів і багато іншої цінної інформації, що може бути згодом використана при прогнозуванні електорального процесу.

Методика проведення exit-poll'у, подібно до передання зібраної соціологічної інформації від інтерв'юєрів до дослідників, залишалася, по суті, незмінною від моменту організації таких досліджень. Як правило, основну увагу дослідники звертають на процедуру формування вибірки для таких опитувань і особливості добору виборців безпосередньо після голосування. Ми ж у своїй розвідці зосередимося на процесі передання інформації й удосконалення процесу формування вибірки.

Зараз ми маємо у своєму розпорядженні досвід проведення дослідження exit-poll'у в оперативному режимі із використанням мобільних телефонів. Уперше дослідження за такою методикою проводилися нами під час президентських виборів 2004 року у першому турі й повторювалися двічі — у другому турі й у додатковому турі (у грудні 2004-го року) компанією “TNS Ukraine”. У чому сутність цієї методики? Усі інтерв'юєри, які беруть участь в опитуванні, мали в розпорядженні мобільні телефони й передавали зібрану інформацію безпосередньо до центрального офісу в Києві мірою отримання її від респондентів. Порядок передавання інформації був таким. Одразу по завершенні опитування респондента інтерв'юєр телефонував із мобільного телефону за одним із указаних інтерв'юєрам номерів.

Попередньо восьми найбільш рейтинговим (за результатами раніше проведених опитувань) кандидатам присвоювали конкретні телефонні номери. Наприклад, якщо респондент відповідав, що він проголосував за кандидата **X**, то інтерв'юєр мав зателефонувати за номером **A**, якщо ж респондент проголосував за кандидата **Y**, тоді інтерв'юєр телефонував за номером **B**, і т.д. Але вся сутність методики передавання даних полягала в тому, що дзвінок цей був не “повним” (не було потреби в контакті інтерв'юєра з оператором), а здійснювалася лише спроба додзвону. Якщо інтерв'юєр чув 2–3 сигнали додзвону, він переривав зв'язок. Перевага цієї методики в тому, що кожна спроба дзвінка здійснювалася безплатно, але це давало можливість зафіксувати на сервері, на який переспрямувалися всі дзвінки, низку показників: на який номер надходив дзвінок (тобто за кого із кандидатів проголосував респондент), із якого номера мобільного телефону був здійснений дзвінок і в який час був опитаний респондент. Якщо до того ж врахувати ту обставину, що всі номери мобільних телефонів були введені в сервер завчасно, тобто було відомо, за якою виборчою дільницею закріплений певний те-

лефон, то дослідники мали змогу аналізувати ситуацію опитування не лише у конкретному регіоні (області), а й в окремих населених пунктах, а також ситуацію опитування щодо кожного інтерв'юєра. Така методика проведення опитування дає можливість організаторам дослідження, регулярно отримуючи інформацію з кожного регіону, працювати при цьому зі сформованою базою даних, що, своєю чергою, вможлиблює аналіз динаміки голосування за кожного з основних кандидатів й оцінювання того, як триває голосування в регіональному розрізі та за типами населених пунктів.

Але ця методика не позбавлена деяких істотних вад. Найважливіша з них, принаймні на той період, — неповне покриття телефонним зв'язком усієї території України. Мобільний зв'язок у більшості сільських населених пунктів, а також у низці селищ міського типу й у невеликих міських поселеннях був відсутній або мав дуже низьку якість. За нашими підрахунками, ми мали змогу в той час отримувати інформацію приблизно із 75–80% території країни. Тому з тієї частини території, що не була покрита мобільним зв'язком, ми отримували інформацію у звичайному для exit-poll'у режимі — двічі на день інтерв'юєри використовували звичайні телефонні канали зв'язку. Таким чином, хоча ми отримали оперативну інформацію щодо перебігу голосування, вона не була повною.

Другою вадою цієї методики є її доволі висока витратність. Лише половина інтерв'юєрів мали свої персональні телефони. Тож довелося закупити чимало недорогих телефонів і телефонних карток до них. Однак покриття мережі мобільних телефонів рік у рік в Україні стає дедалі ширшим, і на український ринок останнім часом вийшли ще кілька сильних операторів мобільного зв'язку, що значно розширило покриття, поліпшило якість зв'язку, до того ж у розпорядженні населення вже до середини 2007 року перебувало понад 33 млн мобільних телефонів. З огляду на це перспективи проведення опитувань за описаною вище методикою стають дедалі реальнішими, й цю методику можна суттєво вдосконалити.

При організації та проведенні exit-poll'у 2007 року під час парламентських виборів була використана вже вдосконалена методика — exit-poll в оперативному режимі й передання зібраної інформації мобільними телефонами до call-центру TNS Ukraine. Чим ця методика відрізнялася від застосовуваної нами у 2004 році? Усі інтерв'юєри, які беруть участь в опитуванні, мали у своєму розпорядженні мобільні телефони, причому на кожній виборчій дільниці працювали два інтерв'юєри, залучені до різних операторів мобільного зв'язку — UMC (МТС) і Київстар. Щогодини в призначений проміжок часу їм телефонували з call-центру в Києві для отримання всієї зібраної інформації. У разі, якщо дзвінок не надходив у визначений час, інтерв'юєр сам телефонував із мобільного телефону на один з указаних номерів операторів. Інтерв'юєри передавали до call-центру в Києві тільки коди відповідей респондентів на всі запитання, що їх інтерв'юєр ставив респондентові в перебігу опитування. На відміну від дослідження 2004 року, коли приймалася інформація лише стосовно одного запитання (за кого проголосував виборець), у нинішньому дослідженні ми отримували інформацію стосовно п'яти змістовних запитань, а також за чотири демографічними характеристиками респондентів і всіх запитань вибірки (область, населе-

ний пункт, тип населеного пункту, округ і дільниця). Ця інформація автоматично включалася в загальну базу даних, яку можна було оперативним аналізувати за кожну годину, починаючи з 11.00. Причому це була не “лінійна” інформація, а база даних, що дає змогу будувати багатовимірні таблиці розподілів: проводити аналіз процесу голосування за окремими регіонами, типами населених пунктів, за окремими територіальними одиницями тощо.

Передавання інформації до Києва здійснювали за двома схемами. Відповідно до першої, кожен оператор call-центру підтримував постійний зв'язок із 7–8 точками опитування (виборчими дільницями) й упродовж години один раз зв'язувався з інтерв'юєрами і приймав від них інформацію про проведені інтерв'ю в закріплених за ними виборчих дільницях. У тому разі, коли з якихось причин операторові call-центру не вдавалося вийти на зв'язок з інтерв'юєром, інтерв'юєр самостійно телефонував туди й передавав отриману інформацію.

Підготовчий етап цього дослідження відрізнявся від проведених раніше exit-poll'ів кількома моментами. По-перше, за тиждень до виборів ми провели пілотажне дослідження приблизно у 200 точках опитування (особливо там, де, за нашими припущеннями, існують проблеми із зонами покриття мобільним зв'язком). У процесі пілотажу кілька точок опитування (переважно села) були замінені на аналогічні населені пункти, але зі стабільним прийняттям мобільного зв'язку. У перебігу такого пілотажу була також апробована методика опитування респондентів і здійснювався тренінг інтерв'юєрів з передавання інформації. У процесі експерименту була також апробована методика прийому інформації call-центром і процес формування бази даних. Також була заздалегідь розроблена форма презентації результатів після кожної години роботи і відпрацьовано порядок передавання отриманої інформації замовникові.

По-друге, ми змінили основні підходи до процесу формування вибірки для досліджень типу exit-poll. Ми залишили незмінними принципи добору об'єктів репрезентації на перших щаблях вибірки. Проте довелося переглянути основні принципи обчислення обсягу вибірки. Ми виходили з того, що необхідно значно збільшити і кількість опитуваних респондентів, і кількість точок опитування (кількість виборчих дільниць, на яких проводитиметься опитування). Так, обсяг вибірки у 25 тис. респондентів дає достатньо підстав не лише з високою точністю (випадкова помилка вибірки не більш як 0,6%) оцінити результат для всієї України, а й отримати достатньо точну (випадкова помилка вибірки менш як 4%) картину голосування виборців для кожної області України. А опитування на більш як 720 виборчих дільницях мало забезпечити якомога повнішу загальну картину настроїв виборців України. Ми вважаємо, що наявна практика організації й проведення exit-poll'ів в Україні, коли, як правило, опитують 10–20 тис. виборців на 300 виборчих дільницях (у цьому разі в кожній області України опитування проводять лише у трьох-чотирьох селах), не дає змоги отримати точну інформацію, й зберігається велика ймовірність виникнення систематичних помилок унаслідок доволі високого рівня політизації українського суспільства, коли жителі двох населених пунктів однієї області мають різні політичні симпатії й віддають перевагу на виборах різним політичним силам.

Традиційно застосовуючи на першому щаблі добору дані соціальної статистики, ми обчислили відсоткове співвідношення дорослого населення, що мешкає в кожній області, зокрема й у Києві. Для кожної області обчисливали відсоткове співвідношення городян і сільських жителів віком 18 років і більше (див. табл.).

Таблиця

## Територіальний розподіл дорослого населення

Територіальні одиниці	У генеральній сукупності		У вибірці		У генеральній сукупності, %		У вибірці, %	
	%	Кількість осіб	%	Кількість осіб	Місто	Село	Місто	Село
м. Київ	5,83	2211622	5,83	1458	100	0	100	
Крим	5,08	1928194	5,08	1270	68,45	31,55	68,44	31,56
Житомирська обл.	2,78	1055685	2,78	696	56,89	43,11	56,90	43,10
Київська обл.	3,76	1425998	3,76	939	58,87	41,13	58,89	41,11
Чернігівська обл.	2,53	960537	2,53	632	59,48	40,52	59,49	40,51
Вінницька обл.	3,58	1357764	3,58	894	47,41	52,59	47,43	52,57
Кіровоградська обл.	2,26	857484	2,26	565	61,64	38,36	61,59	38,41
Полтавська обл.	3,35	1270844	3,35	837	59,69	40,31	59,74	40,26
Черкаська обл.	2,87	1089585	2,87	718	54,77	45,23	54,74	45,26
Сумська обл.	2,67	1010756	2,67	665	65,70	34,30	65,71	34,29
Харківська обл.	6,20	2354112	6,20	1551	79,54	20,46	79,56	20,44
Донецька обл.	10,17	3857185	10,17	2541	90,49	9,51	90,48	9,52
Луганська обл.	5,30	2011651	5,30	1326	86,60	13,40	86,58	13,42
Запорізька обл.	4,04	1532808	4,04	1010	76,82	23,18	76,83	23,17
Дніпропетровська обл.	7,46	2831298	7,46	1865	83,79	16,21	83,81	16,19
Волинська обл.	2,09	794843	2,09	522	51,27	48,73	51,15	48,85
Рівненська обл.	2,30	874283	2,30	576	48,24	51,76	48,26	51,74
Хмельницька обл.	2,89	1096407	2,89	723	52,15	47,85	52,14	47,86
Івано-Франківська обл.	2,83	1074053	2,83	708	42,79	57,21	42,80	57,20
Львівська обл.	5,32	2019580	5,32	1331	60,48	39,52	60,48	39,52
Тернопільська обл.	2,30	873587	2,30	576	42,88	57,12	42,88	57,12
Закарпатська обл.	2,48	941473	2,48	620	37,62	62,38	37,58	62,42
Чернівецька обл.	1,86	704804	1,86	465	41,89	58,11	41,94	58,06
Одеська обл.	5,08	1928385	5,08	1271	67,36	32,64	67,35	32,65
Миколаївська обл.	2,59	983501	2,59	648	68,17	31,83	68,21	31,79
Херсонська обл.	2,37	900762	2,37	593	61,40	38,60	61,38	38,62
Загалом	100,00	37947201	100,00	25000				

На другому щаблі здійснювали добір населених пунктів: міст і сіл у кожній області. Усі населені пункти кожної окремої області були розподілені на 7 категорій залежно від чисельності населення, що мешкає в них:

- міста із населенням понад 500 тис. осіб;
- міста із населенням від 100 тис. до 499 тис. осіб;
- міста із населенням від 50 тис. до 99 тис. осіб;
- міста із населенням до 49 тис. осіб;
- селища міського типу;
- сільські населені пункти.

На третьому щаблі вибірки всередині кожної області був складений список міст за абеткою за кожним із описаних вище типів населених пунктів. Міста відбиралися випадковим чином. Крок добору обчислювали, виходячи з чисельності міського населення, яке необхідно опитати в даному типі міських поселень, та заданої кількості міських опитувальних точок. Проте при цьому необхідно було взяти до уваги якомога більший розкид точок, який би відображав усю політичну структуру області, з одного боку, а з іншого боку — враховував обмеження кількості опитаних виборців на одній виборчій дільниці (не менш як 25 і не більш як 45). Така кількість дає можливість враховувати соціально-демографічні особливості виборців на кожній дільниці. Добір селищ міського типу здійснювали аналогічним чином (випадковим добором) з абеткового списку населених пунктів даного типу області, але разом із тим враховувалася прив'язка до районних центрів, що потрапили до вибірки; добір сільських районів був співвіднесений із добором селищ міського типу (приблизно 240 адміністративних центрів районів у різних областях є не містами, а селищами міського типу).

На четвертому щаблі вибірки здійснювали випадковий добір виборчих дільниць усередині відібраних поселень. Так, у великих містах, де є адміністративні райони, враховувалася чисельність населення цих районів, а кількість виборчих дільниць, на території яких мало проводиться опитування, визначали з урахуванням саме цього параметра. У містах, де був відсутній адміністративний поділ їх на райони, виборчі дільниці рівномірно розподілялися по всій території. Якщо ж у містах або селищах міського типу опитування необхідно було провести лише на одній виборчій дільниці, то ця дільниця відбиралася випадковим чином із загального списку виборчих дільниць даного населеного пункту. Виборчі дільниці, сформовані на території військових частин, шпиталів або лікарень, а також у місцях ув'язнення до вибірки не включалися.

Обов'язковою умовою вибору сільських населених пунктів було розташування їх не ближче, ніж за 10 км від районного центру. Але загалом принцип добору був традиційним — випадковим чином з абеткового списку сіл тих районів, у яких були відібрані для опитування міста або селища міського типу.

На останньому щаблі вибірки відбувався безпосередній добір респондентів. Заздалегідь, за кілька днів до початку опитування для кожної виборчої дільниці обчислювали свій індивідуальний крок добору респондентів. Під час розрахунку кроку добору на даній дільниці ми враховували кілька

чинників. Передусім зважали на розмір (кількість виборців) цієї дільниці, а також на активність виборців під час останніх виборів (у нашому випадку це були чергові парламентські вибори 2006 року), а також прогнозу активність виборців на майбутніх виборах (виходячи з результатів досліджень, проведених під час виборчої кампанії) за регіонами і типами населеного пункту, де планувалося проведення досліджень. З урахуванням цих чинників явка виборців на виборчі дільниці в середньому по країні прогнозувалася на рівні 60%. Фактична явка виборців на голосування (62,38%) засвідчує, що наші припущення були достатньо реалістичними.

У чому ми бачаємо головні переваги запропонованого методу організації та проведення exit-poll'у. Насамперед організатори та замовник цього опитування мали можливість упродовж усього дня виборів стежити за перебігом голосування як загалом по країні, так і в окремих регіонах України (динаміку голосування виборців за основні політичні партії та блоки загалом по країні унаочнює рисунок) й аналізувати в часовому розрізі голосування за ті чи ті політичні сили та основні причини такої електоральної поведінки. Оперативно сформована база даних дала змогу телевізійній компанії (замовникові дослідження) одразу після завершення виборів здійснити докладний порівняльний аналіз динаміки та структури електорату основних політичних сил країни поточних і попередніх виборів, проаналізувати основні причини спостережуваної динаміки (що неможливо було зробити з використанням традиційної методики exit-poll'у).

Друга і, як нам видається, найважливіша перевага полягає в тому, що організатори дослідження мали у своєму розпорядженні механізм контролю за якістю роботи інтерв'юєрів у процесі самого дослідження (зазвичай це стає можливим лише після проведення опитування). Тепер у перебігу самого опитування дослідники дістали можливість порівнювати розподіли (або середні значення) відповідей на одне із запитань кожного інтерв'юєра із середніми значеннями щодо даного регіону, області або окремого населеного пункту. У тому разі, коли середні значення істотно відрізняться, це може свідчити про те, що або інтерв'юєр вдається у своїй роботі до явних фальсифікацій, або респонденти свідомо спотворюють свої відповіді.

Розроблена нами методика проведення досліджень в оперативному режимі може бути використана для оперативних досліджень, де неабияке значення має чинник часу. Але при цьому треба пам'ятати, що йдеться про доволі дорогий проект, що потребує залучення великої кількості інтерв'юєрів. Утім, на думку експертів, до яких ми зверталися в процесі підготовки цього проекту, — Річарда Мілера і Міхаеля Куперта, фахівців з організації й проведення exit-poll'ів мережі TNS (Берлін, Німеччина), а також експертів, які спостерігали за реалізацією цього проекту 30 вересня, — професора Крістіана Герпфера з університету Абердін (Шотландія) і доктора Ганса Петера Маєра з фонду "World Society Foundation" (Цюріх, Швейцарія), запропонований нами підхід до опитування і збирання інформації вартий таких витрат. Крім того, після аналізу публікацій у цій сфері досліджень ми переконалися, що така методика в процесі описаного опитування використовувалася вперше як у нашій країні, так і в практиці світової соціології.

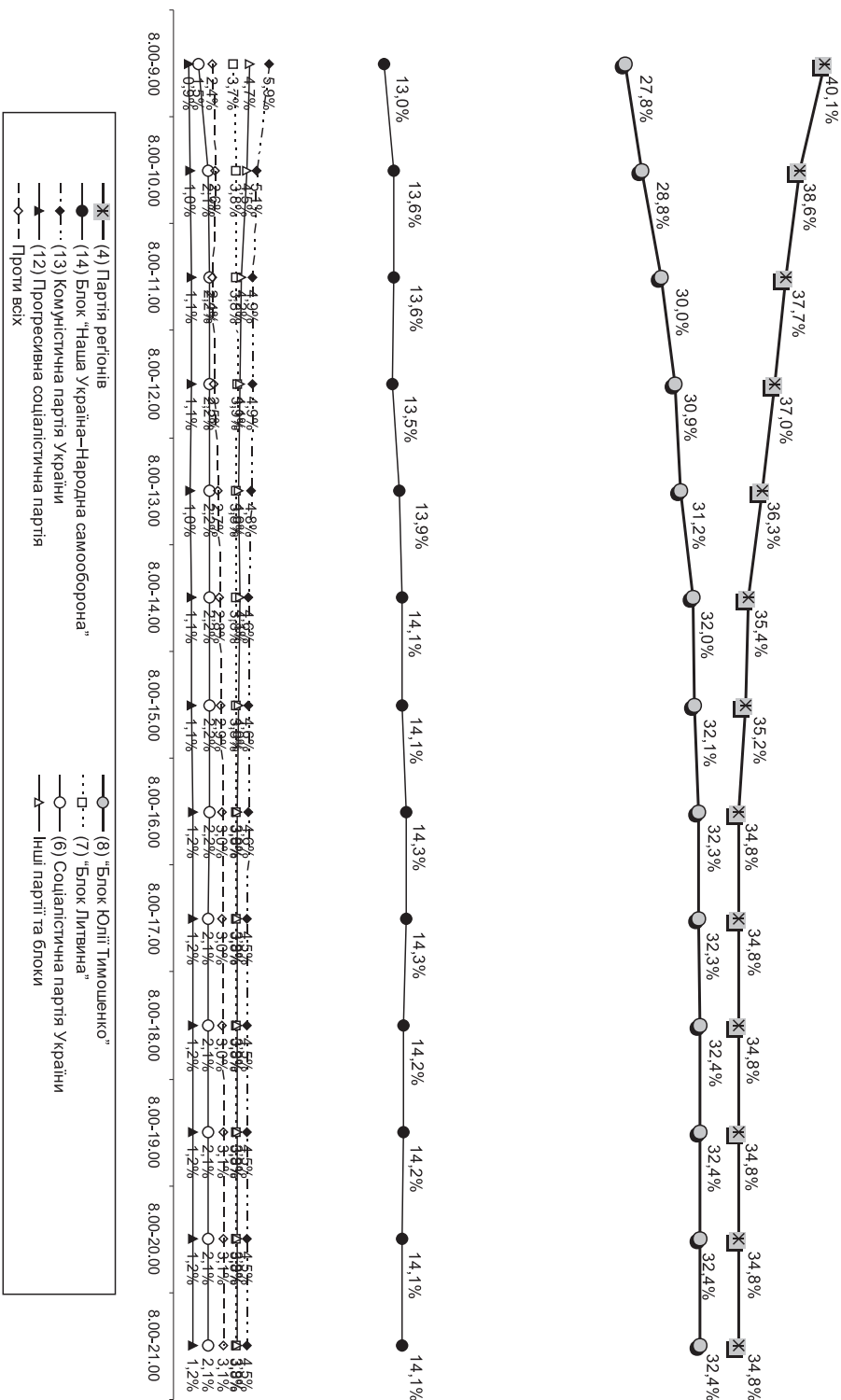


Рис. Динаміка голосування респондентів за основні партії та блоки загальною по Україні