

---

## DESPRE MĂSURAREA INTENȚIEI DE VOT ÎN SONDAJELE DE OPINIE

---

BOGDAN VOICU

*Institutul de Cercetare a Calității Vieții*

A deseori, în presa românească, sondajele de opinie sunt supuse unor contestări vehemente, mai ales când cercetări diferite derulate în aceeași perioadă de timp produc rezultate care nu sunt identice, mai ales în ceea ce privește descrierea intențiilor de vot ale populației.

Problema agregării opțiunilor electorale și a interpretării acestora constituie punctul de plecare al demersului de față. Mai precis, *îmi propun să ofer câteva explicații pentru variația de la sondaj la sondaj a numărului de repondenți care nu își exprimă opțiunea de vot*<sup>1</sup>. Variația amintită este una importantă și este în general interpretată de către mass-media ca o scădere a interesului cetățenilor pentru fenomenul politic sau mai curând o reacție de nemulțumire a populației față de calitatea clasei politice. Totuși o astfel de interpretare lasă nelămurite variații de câte 20% între sondaje realizate în aceeași perioadă, uneori chiar de aceeași agenție de investigare a opiniei publice.

În literatura sociologică românească, Dumitru Sandu<sup>2</sup> notează aceste diferențe, fără să încerce o explicație<sup>3</sup>. Sebastian Lăzăroiu pro-

pune în trecere o explicație pornind de la modul de chestionare a subiecților asupra intenției de vot: întrebările neasistate conduc la o pondere mai mare a celor care se declară nehotărâți<sup>4</sup>. Explicația este interesantă și voi reveni asupra ei, însă așteptările mele sunt ca influența variabilei invocate asupra numărului de non-răspunsuri și de indeciși la itemii ce măsoară intenția de vot să fie una de importanță secundară.

*Ipoteza de la care plec* este cea a influenței dată de mărimea chestionarului asupra numărului de repondenți care nu își exprimă opțiunea de vot. Prin acest număr al repondenților fără opțiune de vot exprimată (NRFOVE) înțeleg acei subiecți care răspund la întrebarea „dacă duminică ar fi alegeri pentru Parlament, dvs. cu cine ați vota?” prin una din variantele:

- nu aș merge la vot (desemnați în continuare drept non-votanți = NV);
- nu știu, nu m-am hotărât (nehotărâți, indeciși = NS);
- refuz de a răspunde la întrebare (non-răspuns = NR).

---

<sup>1</sup> Pentru citirea atentă a formelor intermediare ale acestui articol și pentru observațiile extrem de utile, țin să mulțumesc colegilor mei din ICCV Mălina Voicu, Lucian Pop și Monica Șerban, lui Mircea Comșa (MMT), precum și domnilor profesori Dumitru Sandu și Cătălin Zamfir.

<sup>2</sup> Literatura sociologică internațională (cu precădere cea americană) a dezvoltat mai ales analiza asupra non-răspunsurilor în general, lucrările asupra variației non-răspunsurilor la măsurarea intenției de vot fiind probabil mai rare (în fapt nu cunosc nici o astfel de analiză). În schimb analiza generală a non-răspunsurilor reprezintă astăzi o ramură importantă a sociologiei aplicate. De altfel, între 28 și 31 octombrie 1999, la Portland (Oregon) s-a desfășurat „International Conference on Survey Non-response”, în organizarea Asociației Americane de Sociologie, fiind prezentate aproximativ 150 de comunicări. Informații despre structura atelierelor de lucru, tematica abordată și textele lucrărilor prezentate pot fi regăsite pe Internet la adresa [www.jpsm.umd.edu/icsn99/](http://www.jpsm.umd.edu/icsn99/)

<sup>3</sup> Sandu, D. (1996). *Sociologia tranziției. Valori și tipuri sociale în România*. București: Editura Staff, p. 161

<sup>4</sup> Berevoescu, I. și alții (1999). *Fetele schimbării. Români și provocările tranziției*. București: Editura Expert, pp. 99-101

*Ipozeza mea este cea a creșterii NRFOVE o dată cu creșterea mărimii chestionarului (a numărului de itemi) și, mai exact, pe măsură ce itemul care măsoară intenția de vot este mai îndepărtat de începutul chestionarului.* Numărul total de itemi determină fără îndoială lungimea în timp a interviului. Pe măsură ce timpul trece este probabil ca subiecții să înceapă să își dorească să scurteze interviul, evitând răspunsul la itemi de opinie mai elaborați. Opțiunea electorală este un astfel de item, mai ales pentru cei care nu simpatizează în mod ferm cu un anumit partid sau formațiune politică, având cel mult o orientare difuză spre un grup de partide din care este posibil să aleagă. În plus, (și) pentru a evita suspiciunile, uneori anchetele românești, plasează acest item în a doua parte sau spre finele chestionarului, rezervându-i un tratament aproape identic cu datele factuale. Înregistrarea acestora este realizată tot la sfârșit, din motive similare, dar și pentru că răspunsul la acești

itemi nu presupune o deliberare prea lungă și astfel pericolul non-răspunsului este mai redus decât dacă pe aceste poziții ar fi plasați itemi de opinie<sup>5</sup>.

Ar mai putea fi invocat faptul că, la chestionarele lungi ca durată, înșiși operatorii de interviu sunt predispuși la micșorarea timpului alocat fiecărui item în parte și pot – involuntar – să imprime un ritm mai alert interviului, generând un număr mai mare de non-răspunsuri. Realitatea pare a nu confirma însă o astfel de ipoteză<sup>6</sup>.

Având în vedere toate aceste considerații, ipoteza teoretică mai „puternică” este cea a influenței asupra NRFOVE a poziției itemului ce măsoară intenția de vot (față de debutul chestionarului) și nu a dimensiunii chestionarului<sup>7</sup>. Totuși, datorită absenței informațiilor privind ordinea itemilor în chestionar pentru unele anchete, voi folosi în paralel ca predictor atât poziția itemului de vot, cât și mărimea chestionarului.

<sup>5</sup> Să notăm totuși că locul itemului / itemilor ce măsoară intenția de vot este extrem de variabil. Analizând bazele de date disponibile (descrise în secțiunea următoare a articolului), am notat că itemul de vot apare cel mai devreme după ce au fost puse un sfert dintre întrebări (mai exact 22,9%) și cel târziu printre ultimii itemi (după ce au fost puse 98,4% dintre întrebări). Media unei astfel de statistici este de 62,3%, cu o abatere standard de 23,6% reflectând fidel împrăștierea valorilor seriei (am dispus de informații în acest sens pentru 18 baze de date – 8 centrate pe teme electorale, restul produse prin aplicarea de chestionare omnibus având tematici diferite de cea politico-electorală). Totuși, în cazul anchetelor ce investighează reprezentările asupra actorilor politici, itemul de vot este plasat – în medie – pe poziția 108, în cazul celorlalte anchete poziția medie fiind 226, diferență firească ținând cont de diferența de lungime între cele două tipuri de chestionar.

<sup>6</sup> Nu am dispus de informații privind durata interviurilor decât în patru dintre bazele de date la care am avut acces. Chiar dacă inferența statistică este exclusă în acest caz, prezint în tabelul de jos aceste date, pentru a avea o idee despre timpul mediu rezervat fiecărui item.

baza	număr de variabile	durata medie a chestionarului (minute)	durata medie a unui item (secunde)	rata de non-răspunsuri la itemii de opinie pe subiect
Valori'93	412	71	10,3	4,4%
Reforma'94	295	94	19,1	3,8%
POL-MAI'99	164	29	10,5	10,9%
EVS'99	362	67	11,2	2,0%

În afară de informația cuprinsă în tabel, să mai notăm că, exceptând cea de-a treia bază, produsă în urma unei anchete centrate pe teme electorale, celelalte trei au fost realizate în cadrul unor cercetări asupra valorilor românilor. În plus, datorită eșantionului distorsionat, rezultatele de la Reforma '94 trebuie interpretate cu precauție.

În aceste condiții pare că durata medie a unui item nu este influențată de dimensiunea chestionarului sau de dificultatea lui (reflectată în rata non-răspunsurilor la itemii de opinie comuni – adresați tuturor subiecților, fără salturi).

<sup>7</sup> În precizarea acestei ipoteze mi-au fost extrem de folositoare observațiile lui Lucian Pop.

Dincolo de toate acestea, să notăm și faptul că rata non-răspunsurilor la întrebările de opinie nu suferă modificări semnificative de la chestionar la chestionar, așteptarea mea fiind că numărul de non-răspunsuri crește doar la itemii ce ating teme sensibile, generatoare de suspiciuni, precum și la cei care necesită o deliberare mai îndelungată. Opțiunea de vot îndeplinește ambele criterii.

A doua ipoteză pe care o avansează spune că, *indiferent de lungimea chestionarului, anchetele centrate pe teme electorale produc un număr mai mic de „non-electori” (NRFOVE)*. Voi eticheta în continuare aceste sondaje prin apelativul de „politice”. Ele presupun un număr mare de întrebări centrate pe teme vehiculate de partide, parlamentari, mass-media precum: încredere în partide și lideri politici, probleme aflate în centrul dezbaterii publice și/sau politice, opinii despre guvern și opoziție, aprecierea problemelor României și a direcției în care ne îndreptăm etc. Toate acestea pun subiecții în situația de a-și trece în revistă opiniile direct legate de decizia de vot, clarificându-și totodată această opțiune. Astfel, numărul indecișilor va fi mai mic.

Mai mult, în general, anchetele centrate pe teme politico-electorale presupun interviuri mai scurte. Astfel, influența tipului de anchetă și cea a dimensiunii chestionarului (a poziției itemului de vot) se compun, rezultând diferențe destul de mari în ceea ce privește numărul repondenților fără opinie de vot exprimată. În plus, argumentele teoretice care recomandă ca predictorii pentru NRFOVE tipul anchetei și poziția întrebării de vot, sugerează o influență mai puternică a primei variabile.

A treia ipoteză este strâns legată de primele două și susține *influența redusă asupra NRFOVE a unor variabile precum rata de*

*non-răspunsuri la itemii de măsurare a opiniilor și tipul de măsură a opțiunii de vot* (întrebare asistată sau liberă).

Așteptările mele se îndreaptă spre *absența unui trend în variația NRFOVE funcție de timp, variațiile în acest sens fiind date de caracteristicile specifice ale situației politice* (din momentul în care sunt culese datele). Este posibil ca unele teme de dezbaterie publică să devină acute în momentul culegerii datelor, polarizând opinia publică. Astfel de polarizări pot crește (conjunctural) interesul pentru input-ul sistemului politic, diminuând numărul indecișilor și al non-votanților.

Toate acestea sugerează încă un lucru: numărul de non-răspunsuri nu este componenta NRFOVE care variază în toate aceste cazuri, el rămânând practic același în toate anchetele. *Ceea ce variază este ponderea indecișilor și cea a celor care declară că nu merg la vot.*

În cadrul teoretic schițat până aici voi căuta să propun un răspuns la chestiunea formulată în debutul articolului: de unde provin totuși diferențele între sondaje desfășurate în aceeași perioadă de timp<sup>8</sup>.

Avansează ipoteza că, *diferența de non-electori dintre sondajele politice și cele omnibus sau pe altă temă, nu se distribuie uniform între electorii partidelor politice*. Astfel, *partidele cu un electorat mai fidel, simpatizându-le mai puternic* (creditându-le în mai mare măsură cu încredere) *câștigă procente în sondajele bazate pe chestionare mai lungi*. Electorii acestor partide vor evita mai puțin să răspundă la întrebarea de vot. Motivul este, așa cum am argumentat mai sus, acela că acești subiecți nu au nevoie de o deliberare lungă înaintea formulării răspunsului, ei fiind fermi în opțiunea lor de vot<sup>9</sup>. Aceeași logică

<sup>8</sup> Presupoziția mea este aceea a profesionalismului și a bunei credințe a principalilor agenții producătoare de date de sondaj. Resping aici acuzele și suspiciunile care însoțesc a priori publicarea rezultatelor oricărei astfel de anchete. Pentru a proba acest lucru, recurg mai întâi la validarea eșantioanelor cercetărilor analizate, iar apoi caut să propun explicații valide pentru diferențele constatate. Totuși, concluziile întregului articol nu pot fi extinse asupra tuturor sondajelor care apar pe piața românească, ele aplicându-se doar asupra anchetelor analizate. Acestea nu constituie un „eșantion reprezentativ” de sondaje, ci unul de disponibilitate. Pe de altă parte, este de așteptat ca în anchetele realizate în condiții similare cu cele pe care le analizez, fenomenele descrise în continuare să fie înregistrate întocmai.

<sup>9</sup> Să ne imaginăm un partid PX care are mai mulți electori tentați să evite să își declare opțiunea de vot decât alte partide. În cazul sondajelor în care ponderea celor ce nu își declară intenția de vot crește, electorii acestui partid vor tinde în mare măsură să nu își declare simpatia pentru PX. Simpatizanții celorlalte partide vor continua să se declare de partea acestora în mai mare măsură, căci – așa cum am imaginat lucrurile – simpatizanții PX erau cei mai dispuși la evitarea răspunsului. Atunci, în aceste sondaje, ponderea lui PX se va diminua în comparație cu cea a celorlalte partide.

funcționează în cazul partidelor al căror electorat este mai tânăr sau mai educat<sup>10</sup>.

Datele pe care le voi folosi în demersul de față sunt produse în urma a 27 anchete pe bază de chestionar realizate, în perioada 1993-1999 de câteva agenții de culegere a datelor: CURS, ICCV, LUAS, MMT, Catedra de Sociologie a Universității București. Majoritatea bazelor de date sunt publice: o bună parte a bazelor de date sunt produse în urma comenzilor Fundației pentru o Societate Deschisă (FSD) în cadrul programelor *Barometrul de Opinie Publică* și *Barometrul Resurselor Umane*, două sunt realizate de Catedra de Sociologie a Universității București în urma unor granturi ale CNCSU. Altele sunt produse în ICCV (uneori în parteneriat cu Universitatea București), institut care mi-a asigurat accesul la ele și dreptul de publicare<sup>11</sup>. De altfel, Institutul de Cercetare a Calității Vieții mi-a facilitat fără alte obligații accesul la baza sa de date bine pusă la punct.

Consider în demersul meu cele 27 baze de date ca reprezentând chiar populația de referință. Concluziile vor viza așadar doar această populație, predicțiile urmând a fi aplicate unor date produse în mod similar (i.e. baze de date sociale publice și/sau produse de ICCV, indiferent de tema/temele centrale ale anchetei pe bază de chestionar prin care a fost culeasă informația)<sup>12</sup>. Caracterul analizei este în aceste condiții, unul mai degrabă exploratoriu.

*Organizarea articolului* presupune așadar mai întâi o scurtă schițare a profilului socio-demografic al tipurilor de non-electori, testarea ipotezelor referitoare la numărul acestora, urmată de investigarea structurii celor fără opțiune de vot exprimată (explicarea diferențelor între sondaje derulate în aceeași perioadă). În final, dedic o secțiune sintetizării

principalelor argumente prezentate în articol. Totodată, avansează și unele comentarii asupra implicațiilor acestora asupra modului de citire al sondajelor de opinie ce raportează estimări ale intenției de vot. Pentru a nu încărca prea mult articolul – și așa destul de stufos – am preferat să realizez prezentarea datelor utilizate într-o anexă.

În corpul articolului am preferat un limbaj puțin mai tehnic, cerut de analizele statistice prin care îmi argumentez explicațiile. Am căutat totuși ca întotdeauna explicația să poată fi urmărită și de cititorul nefamiliarizat cu analiza statistică. În ultima secțiune, cea concludivă, am mers chiar mai departe, cel puțin din punct de vedere al limbajului aceasta fiind accesibilă tuturor cititorilor.

## PROFILUL CELOR CE NU ÎȘI EXPRIMĂ OPTIUNEA DE VOT

Cei ce nu își exprimă opinia de vot, indiferent de felul în care o fac, sunt în medie persoane mai tinere, cu un grad de instrucție mai redus, sunt mai degrabă femei, și excepționându-i pe cei ce refuză să meargă la vot, locuiesc în mai mare măsură în mediul rural (Tabelul 1).

Tabelul 2 pune în evidență faptul că cei care declară că nu vor merge la vot și indecizii sunt relativ similari din punct de vedere al caracteristicilor socio-demografice luate în analiză. În schimb, cele două categorii diferă în general de cei ce nu răspund la itemul de vot sub aspectul vârstei și al gradului de instrucție (sunt mai tineri și mai bine instruiți).

Totuși, pe ansamblu, diferențele între non-electori și cei ce își exprimă opțiunea de vot par mai importante decât cele dintre tipurile de non-electori, ceea ce permite con-

<sup>10</sup> În general tinerii, precum și persoanele cu un nivel de instrucție mai ridicat sunt mai deschiși către comunicare și au mai puține inhibiții în a-și afirma punctul de vedere astfel ei vor fi mai dispuși să își declare opțiunea electorală (vezi în acest sens profilul non-votanților schițat în Tabelul 12 și în Tabelul 15). În schimb, femeile, mai puțin active în viața publică, își exprimă în mai mică măsură opiniile politice (vezi în acest sens demonstrația făcută de Carina Lundmark în articolul „Feminist Political Orientation”, apărut în Van Deth, Jan W. și Scarbrough, Elinor (editori). (1995) – *The Impact of Values* (Beliefs in Government, vol. 4), Oxford University Press).

<sup>11</sup> Mulțumesc tuturor coordonatorilor de proiect și proprietarilor bazelor de date utilizate în acest articol pentru faptul că mi-au asigurat accesul la date fie prin caracterul public al acestora, fie prin acordul expres în acest sens.

<sup>12</sup> În fapt este vorba de un eșantion de disponibilitate format din 27 de baze de date. Disponibilitatea este dată de accesul la bazele respective, de calitatea stocării informației și de dreptul de publicare a rezultatelor obținute prin analiza secundară.

Tabelul 1. Profilul socio-demografic al celor trei tipuri de non-electori

	nu merg la vot	indecis (nu știu)	nu răspund	Cu opinie de vot exprimată
vârsta medie (ani)	46,0	46,0	50,7	45,6
mărimea medie a gospodăriei (persoane)	3,23	3,34	3,27	3,46
% bărbați	43,6%	41,8%	43,2%	52,7%
% orășeni	56,5%	51,5%	52,0%	54,7%
<i>structura educațională</i>				
% cu cel mult școala generală	42,5%	45,0%	54,4%	36,2%
% absolvenți școală profesională	17,7%	17,6%	13,9%	21,3%
% absolvenți liceu	23,8%	23,4%	21,1%	24,6%
% absolvenți postliceală	7,2%	6,5%	4,1%	7,8%
% absolvenți universitate	8,8%	7,5%	6,5%	10,1%

Sursa: 12 baze de date (15.395 subiecți) ce conțin cele trei tipuri de non-electori măsurate distinct.

Tabelul 2. Diferențele între tipurile de non-electori

	nu merg la vot vs. indeciși	indecși vs. nu răspund	nu merg la vot vs. nu răspund
vârsta medie (ANOVA - testul Tamhane)	ne semnificative $p > 0,9995$	semnificative $p < 0,0005$	semnificative $p < 0,0005$
mărimea medie a gospodăriei (ANOVA - testul Tamhane)	ne semnificative $p = 0,311$	ne semnificative $p = 0,974$	ne semnificative $p = 0,997$
structura pe sexe (testul KS)	ne semnificative $Z = 0,628$	ne semnificative $Z = 0,328$	ne semnificative $Z = 0,092$
structura pe medii rezidențiale (testul KS)	semnificative $Z = 1,725$	ne semnificative $Z = 0,117$	ne semnificative $Z = 0,989$
structura educațională (testul KS)	ne semnificative $Z = 0,810$	semnificative $Z = 2,197$	semnificative $Z = 2,562$

Sursa: 12 baze de date (15.395 subiecți) ce conțin cele trei tipuri de non-electori

siderarea acestora în analizele ce urmează ca un grup distinct.

## NUMĂRUL DE REPOZITĂRI FĂRĂ OPȚIUNE DE VOT EXPRIMATĂ

Voi începe analiza propriu-zisă cu observația care mi-a stârnit interesul: *variația simultană a mărimii chestionarului și a*

NRFOVE. Graficele 1 și 2 oferă o primă informație despre această legătură, căutând să identifice și posibilele determinări ale modului de formulare al itemului ce măsoară intenția de vot. Sebastian Lăzăroiu sugerează astfel de legături într-un articol recent<sup>13</sup>, ipoteza sa fiind aceea că utilizarea unei întrebări complet neasistate generează un număr mai mare de nehotărâți. Graficul 1 pare a confirma

<sup>13</sup> op. cit., pag. 99-101.

Tabelul 3. NRFOVE funcție de tipul itemului de vot și de tipul de sondaj în 26 de anchete

	Media NRFOVE	Abaterea Standard	Coeфициentul de variație	Numărul de baze din categorie
<b>tip întrebare</b>				
Asistată	27,1%	6,7%	0,25	13
Neasistată	42,0%	11,7%	0,28	11
semiasistată	28,9%	-	-	1
vot, nu intenție	13,4%	-	-	1
<b>tip sondaj</b>				
Politic	24,9%	5,5%	0,22	10
altele	45,9%	7,3%	0,16	16

*Sursa:* baza de date agregată, conținând informații la nivel de anchetă, pentru cele 26 de cercetări luate în calcul.

această observație<sup>14</sup>, însă Tabelul 3 sugerează o influență mai puternică a tipului de sondaj, atât datorită diferenței mai mari între medii, cât și din cauza omogenității mai crescute a grupurilor formate prin segmentarea după cel de-al doilea criteriu.

Analiza MANOVA (Tabelul 4) confirmă influența nesemnificativă a tipului de între-

bare în raport cu tipul de sondaj asupra numărului de repondenți fără opțiune de vot exprimată. Cu alte cuvinte, ceea ce contează în determinarea non-electoralilor este în fapt tematica centrală a anchetei: *pentru cercetările ce aduc în prim plan sistemul politic și actorii săi, NRFOVE este mai scăzut decât pentru cele preocupate de teme diferite.*

Tabelul 4. MANOVA\* cu NRFOVE ca variabilă dependentă

	suma pătratelor diferențelor	grade de libertate	F
efectul combinat	2544,9	2	38,5
efecte principale			
tip item (asistat / neasistat)	108,3	1	3,2
tip sondaj (politic / alte teme)	1141,5	1	34,5
efectul interacțiunii	38,7	1	1,2
Model	2571,6	3	25,9
Neexplicat	660,9	20	
Total	3232,5	23	

\* toate efectele au fost tratate simultan. Așa cum am arătat mai sus, grupurile sunt la fel de omogene.

*Sursa:* baza de date agregată, conținând informații la nivel de anchetă, pentru cele 26 de cercetări luate în calcul.

<sup>14</sup> Din Graficul 2 lipsesc câteva cazuri datorită imposibilității determinării poziției itemului de vot în chestionar. În colțul din dreapta jos al Graficul 1 se remarcă un outlier, a cărui prezență este confirmată și în Graficul 2. Este vorba de Meelect'96, anchetă în care nu a fost măsurată intenția de vot, ci votul efectiv. În analizele ce urmează nu am luat în considerare acest caz.

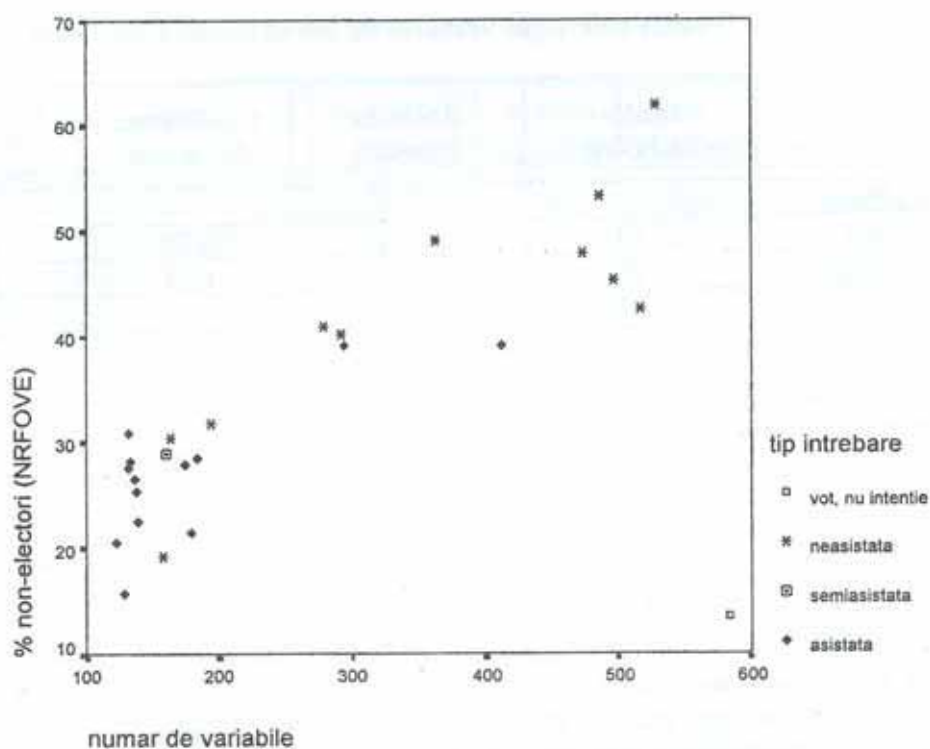


Fig. 1. Legătura dintre tipul de măsură a intenției de vot, numărul de variabile din chestionar și NRFOVE

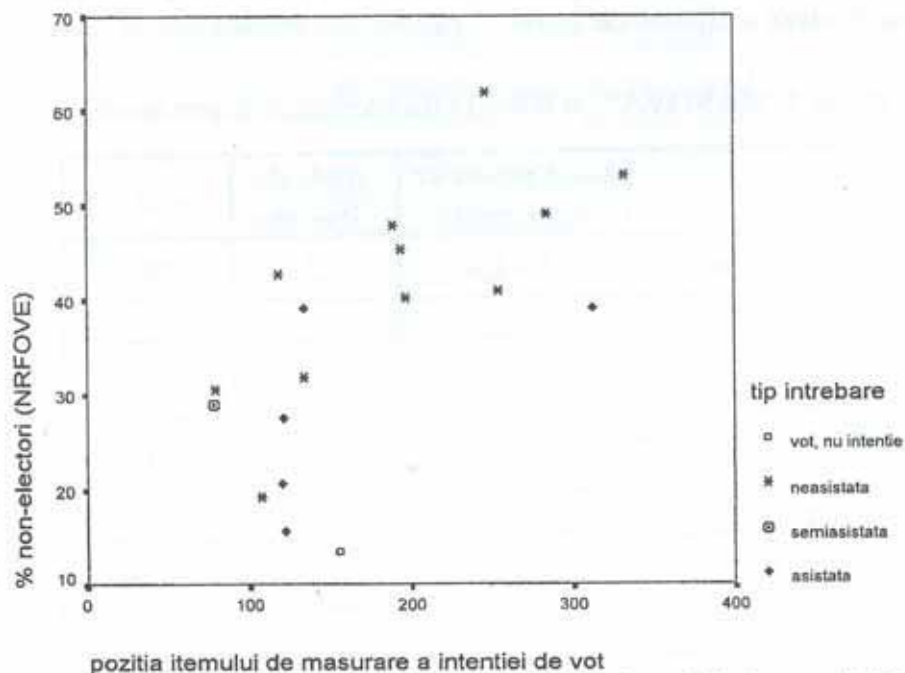


Fig. 2. Legătura dintre tipul de întrebare, poziția itemului de vot și NRFOVE

Ipoteza inițială susținea importanța puternică a poziției în cadrul chestionarului a itemului care măsoară intenția de vot. Mai exact, relația așteptată este ca numărul inde-

cișilor să crească cu cât acest item se află mai departe de debutul interviului (însă nu foarte la început<sup>15</sup>). Din păcate, pentru multe anchete cu caracter electoral/politic din popu-

<sup>15</sup> Dacă itemul de vot ar fi plasat între primele întrebări, aceasta ar putea stârni suspiciuni din partea subiecților, care ar putea evita răspunsul.

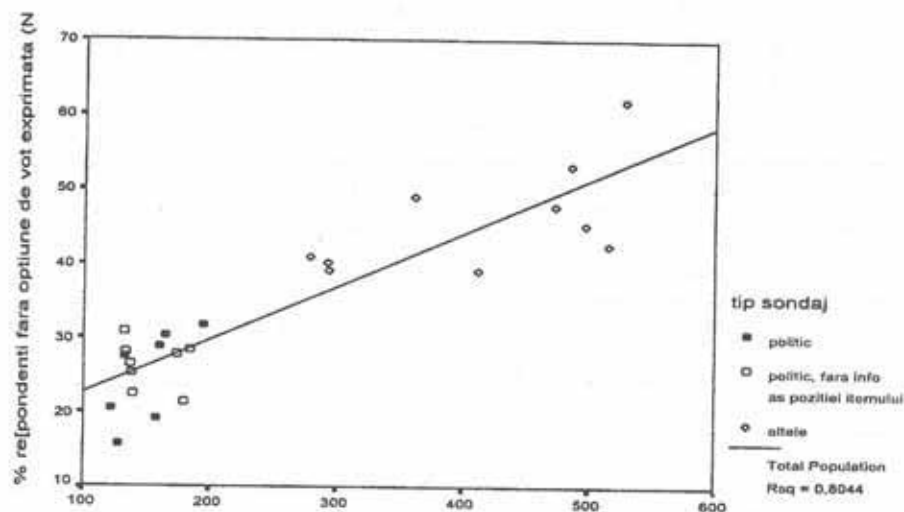


Fig. 3. Legătura dintre tipul de sondaj, numărul de variabile din chestionar și NRFOVE

lația țintă (8 baze din 15), nu am reușit să reconstitui informația privind poziția acestui item. De aceea voi prefera adesea să utilizez ca și predictor dimensiunea chestionarului, operaționalizată prin numărul de itemi<sup>16</sup>.

Preferința teoretică rămâne totuși pentru măsurarea variabilei predictor în primul mod (poziția itemului în chestionar). Cele două serii pot fi substituite una celeilalte datorită considerațiilor teoretice avansate în prima secțiune a acestui articol (în momentul formulării și explicitării ipotezei în cauză). O măsură a libertății acestei înlocuiri este dată de corelația dintre cele două variabile:

$R_{\text{poziția itemului, nr. de variabile}} = 0,64$ . Să notăm și faptul că ambele variabile corelează puternic cu NRFOVE, legătura acestuia cu numărul de itemi fiind chiar mai strânsă (0,89 față de  $R_{\text{NRFOVE, poziția itemului de vot}} = 0,70$ ).

În fine, pentru a oferi o imagine asupra cazurilor care ar lipsi din analiză, dacă am folosi ca predictor poziția itemului de vot în chestionar, am marcat în Graficul 3 în mod diferit aceste puncte. Graficul ilustrează totodată influența dimensiunii chestionarului asupra NRFOVE, subliniind și diferențele impuse de tipul de anchetă. Dreapta din fi-

gură descrie ecuația de regresie având numărul de itemi ca predictor și NRFOVE ca variabilă prezisă.

Revenind la problema-centru de interes al acestei secțiuni, voi căuta să compar efectele pe care le au asupra ponderii repondenților fără opțiune de vot exprimată principalii predictorii: tipul de anchetă și poziția itemului în chestionar. Pentru aceasta am repetat analiza de varianță, sau mai exact am transformat-o într-o analiză de covarianță multiplă (Tabelul 5). Am renunțat la selectarea tipului de întrebare ca posibil predictor, prezența sa segmentând populația celor 18 baze în grupuri foarte mici și împiedicând astfel analiza.

Analiza rămâne totuși mai degrabă tentativă, dată fiind asocierea vizibilă dintre cei doi predictorii propuși (vezi Tabelul 6). Practic, sondajele politice sunt mai scurte, determinând astfel apariția itemului de vot după mai puțin timp de la începutul interviului. La polul opus, sondajele ne-„politice” sunt de regulă mai lungi, consecința fiind cea opusă.

În aceste condiții, poate fi imaginat un factor care să explice variația globală a celor trei variabile (tipul de sondaj, ITEMI și

<sup>16</sup> Să notăm și faptul că cele 8 baze, pentru care ne lipsesc informațiile dorite, fac parte din același set – BarOpPub. Pentru 3 dintre barometrele din aceasta serie de 11 cercetări, inițiată de Fundația Soros în 1995-1997, dispun totuși de informația cu pricina. În aceste cazuri, poziția relativă a itemului de vot este la 95,3%, 91,7% și, respectiv, 98,4% din lungimea chestionarului. Este probabil ca și în celelalte opt barometre situația să fi fost similară. În cazul celor din 1997 însă, mai lungi cu 50-60 de itemi, se poate ca lucrurile să nu fi stat la fel. Lipsa unor informații complete în această privință m-a determinat să renunț la orice fel de procedură de deducere a valorilor (pozițiilor) lipsă.

Tabelul 5. Tabela MANCOVA cu NRFOVE ca dependent<sup>17</sup>

Sursa	Suma de pătrate de tip III	df	Media abaterii pătrate	F	Eta pătrat	Putere observată *
Model corectat	2090**	2	1045	22.,7	0,752	1,000
Termen liber	1487	1	1487	32,3	0,683	1,000
POZIȚIA	40	1	40	0,9	0,055	0,142
POLITIC	651	1	651	14,1	0,485	0,939
Eroare	691	15	46			
Total	26576	18				
Total corectat	2781	17				

\*Calculată folosind alfa=0,05

\*\*  $R^2 = 0,752$  ( $R^2$  ajustat= 0,718)

Tabelul 6. Asociațiile dintre principalii predictorii ai NRFOVE

	POZIȚIA	ITEMI
Sondaje politice	108*	152*
Alte sondaje	226*	414*
POZIȚIA (poziția itemului de măsurare a intenției de vot)	-	0,655**
ITEMI (numărul de variabile din chestionar)	0,655**	-

\* cifrele reprezintă medii. Cu alte cuvinte în sondajele politice sunt în medie 152 de itemi, iar itemul de vot este al 108-lea.

\*\* coeficient de corelație

POZIȚIA). Analiza factorială confirmă existența unui astfel de factor<sup>18</sup>, care explică 84% din variația totală a celor trei variabile, modelul fiind adecvat datelor empirice ( $KMO = 0,685$ ). Factorul astfel extras corelează extrem de puternic cu ponderea repondenților fără opinie de vot exprimată ( $r = 0,90$ ), ceea

ce confirmă încă o dată adecvarea modelului pe care îl propun în acest articol.

Reluând explicația variației ponderii NRFOVE, pot propune acum un model în care predictorii sunt acest nou factor ce caracterizează ancheta în ansamblul ei și tipul de întrebare (asistată sau liberă).

<sup>17</sup> Grupurile sunt la fel de omogene – vezi în acest sens Tabelul 3.<sup>18</sup> Matricea comunalităților este redată mai jos.

variabila	Factorul explicativ
ITEMI (număr de variabile)	0,853
POLITIC (tip sondaj)	0,914
POZIȚIA (poziția itemului de măsurare a intenției de vot)	0,752

Tabelul 7. Dependența NRFOVE de ancheta în ansamblul ei (FACTORUL GENERAL) și de tipul întrebării (ASISTAT) – analiză MANOVA

Sursa	Suma de pătrate de tip III	df	Media abaterii pătrate	F	Eta pătrat
Model corectat	2346	2	1173	43,7	0,862
Termen liber	19175	1	19175	714,8	0,981
FACTOR GENERAL	1497	1	1497	55,8	0,799
ASISTAT	112	1	112	4,2	0,230
Eroare	376	14	27		
Total	25743	17			
Total corectat	2722	16			

\*  $R^2=0,862$  ( $R^2$  ajustat = 0,842)

Tabelul 8. Ponderea NRFOVE în funcție de agenția care a cules datele

Agenția care a cules datele	Număr de baze	% NRFOVE
Catedra de Sociologie a Universității București	1 (omnibus)	41,0%
ICCV	13 (din care 7 politice)	34,7%
MMT	3 (din care 2 politice)	36,4%
LUAS	1 (politic - barometru FSD)	28,4%
CURS	7 (din care 6 politice)	30,6%
<b>Tip sondaj</b>		
Politic	9	25,7%
altele	16	45,9%

Cifrele din tabelul sugerează atât adecvarea modelului explicativ la datele empirice (modelul explică peste 80% din variația NRFOVE), dar și faptul că *ancheta în ansamblul ei are importanța relativă cea mai mare în prezicerea ponderii repondenților care nu își exprimă opțiunea de vot*<sup>19</sup>.

Mai mult, recapitulând cele prezentate până aici, între caracteristicile anchetei, cea mai importantă influență asupra ponderii finale a celor ce nu își exprimă opțiunea electorală este

*cea a încadrării sondajului între cele centrate pe teme de alegeri sau printre altele.*

Întrebarea care rămâne este cea a completitudinii modelului. Există trei alți candidați importanți ca și predictorii: influența modului de lucru a agenției care a cules datele, rata generală a non-răspunsurilor la itemii de opinie comuni din chestionar și momentul desfășurării cercetării.

*Influența agenției care a cules datele am prezis-o a fi extrem de redusă. Numărul*

<sup>19</sup> Repetând analiza doar cu POZIȚIA și ASISTAT ca predictorii rezultatele sunt similare:  $R^2 = 0,66$ ;  $F(\text{ASISTAT}) = 6,2$ ;  $F(\text{POZIȚIA}) = 14,5$ .

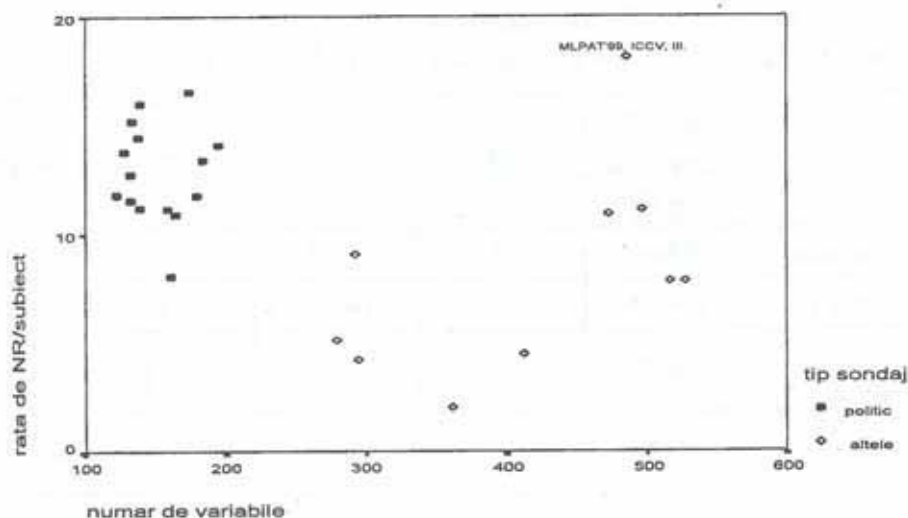


Fig. 4. Relația între mărimea chestionarului și rata non-răspunsurilor

diferit de baze disponibile face ca, pentru anumite agenții cel puțin informația să fie insuficientă pentru a permite concluzii. Totuși, Tabelul 8 ne oferă unele indicii asupra fenomenului.

Diferențele dintre cele trei institute pentru care avem mai multe baze sunt mici, practic inexistente. De altfel rulând o analiză de varianță multiplă cu POLITIC și INSTITUT ca predictorii, influența agenției care a cules datele se dovedește a fi practic nulă în raport cu tipul de anchetă<sup>20</sup>. Același rezultat este pus în evidență și când introducem și dimensiunea chestionarului ca variabilă independentă. Plasarea celor două sondaje ale LUAS și Catedra de Sociologie... la cele două extreme se explică prin temele vizate de către fiecare în parte (tipul de sondaj).

În ceea ce privește rata non-răspunsurilor la itemii de opinie comuni, voi investiga mai întâi relația dintre aceasta și dimensiunea chestionarului. Coeficientul de corelație între cele două variabile (-0,38) sugerează o legătură destul de slabă, așa cum o arată și graficul 4. Mai mult, graficul sugerează existența a două grupuri distincte din punct de vedere al comportamentului față de mărimea chestionarului și rata non-răspunsurilor, grupuri segmentate de tipul de sondaj: dacă în cazul

sondajelor „politice” legătura analizată este practic inexistentă, pentru celelalte, creșterea dimensiunii chestionarului pare a genera o creștere proporțională a numărului de refuzuri de a răspunde.

În colțul din dreapta sus regăsim un *outlier*, baza MLPAT'99, produsă de ICCV în martie 1999. Ancheta prin care a fost produsă baza respectivă era de așteptat să genereze neobișnuit de multe non-răspunsuri datorită tematicii abordate, aflată în cele mai multe cazuri în afara temelor curente de discuție publică și în care mulți itemi presupuneau o serie de cunoștințe prealabile despre funcționarea sistemului de asigurare și control al locuirii. Eliminând acest *outlier* din analiză, coeficientul de corelație pentru grupul sondajelor „non-politice” crește la 0,56 ( $R^2 = 0,29$ ), ilustrând o legătură destul de puternică. Prin urmare, în cazul acestor anchete, cu cât dimensiunea chestionarului crește, cu atât numărul de non-răspunsuri crește<sup>21</sup>.

Explicația teoretică justifică o astfel de relație. Refuzul de a răspunde („non-răspunsul”) apare de obicei în cazul itemilor a căror semnificație nu este înțeleasă de către respondent sau atunci când întrebarea țintește o temă „delicată” din punctul acestuia de vedere (de exemplu o temă tabu sau eventual

<sup>20</sup>  $F(\text{POLITIC}) = 35,6$ ;  $F(\text{INSTITUT}) = 0,5$ .

<sup>21</sup> În fapt, datorită deficiențelor de înregistrare distinctă a non-răspunsului și a indeciziei în alegere („Nu știu”), este foarte probabil ca relația să reflecte mai degrabă legătura dintre mărimea chestionarului și rata indeciziilor la itemii de opinie. O astfel de considerație teoretică este mai apropiată de cele dezvoltate în debutul articolului.

o normă extrem de puternică a cărei dezavuare publică ar putea duce la plasarea în afara comunității). În plus, non-răspunsul este probabil să fie mai frecvent spre sfârșitul chestionarelor lungi ce conțin mulți astfel de itemi sau teme, în acest caz oboseala subiectului devenind un factor ce mărește probabilitatea refuzului de a răspunde. Anchetele ce își propun investigarea comportamentului de vot vizează o astfel de temă delicată. Formal, pentru că în Constituție se garantează caracterul secret al votului. Dar mai mult decât atât – datorită controlului strict exercitat asupra actului electoral de către statul comunist într-un trecut nu foarte îndepărtat. Efectele acestuia se simt și în prezent sub forma unor suspiciuni legate de posibile răzburări în cazul abaterii de la „drumul cel drept” urmat de majoritatea corpului electoral local sau național. De aici și diferența dintre rata generală a non-răspunsurilor între anchetele „politice” și celelalte.

Pe de altă parte, anchetele „politice” presupun concentrarea pe o singură temă importantă, în timp ce celelalte anchete din populația țintă a acestui articol sunt produse prin chestionare omnibus, mult mai lungi. De aici și creșterea ratei non-răspunsurilor pentru aceste ultime anchete odată cu creșterea dimensiunii chestionarului.

În ce privește modul de răspuns la itemul de vot, efectele diferă. Anchetele politice, prin multitudinea de întrebări centrate pe eva-

luarea activității principalilor actori politici (partide, guvern, parlament, președinție etc.), obligă subiectul să își clarifice poziția față de aceștia. Astfel, chiar și dacă el refuză să răspundă la o parte din întrebări, având deja o opinie reactualizată despre comportamentul său de vot, respondentul va fi predispus să își exprime intenția electorală. În cazul anchetelor omnibus centrate pe alte teme, mai lungi, itemul de vot apare după o conversație destul de lungă (vezi nota 5), fiind astfel adresat unui subiect destul de obosit și neantrenat în clarificarea opțiunii sale electorale. De aici poate apare o tendință mai ridicată spre evitarea răspunsului, mai ales prin declararea indeciziei („nu știu”). Suprapunând acestea peste legătura dintre rata non-răspunsurilor și dimensiunea chestionarului, ca și peste relația între mărimea chestionarului și NRFOVE, așteptările mele se îndreaptă către o relație neimportantă între rata generală a non-răspunsurilor și numărul de repondenți fără opțiune de vot exprimată.

Graficul 5 ilustrează această ipoteză. Legătura între rata generală a non-răspunsurilor și NRFOVE este practic neînsemnată pentru cele două grupuri de anchete. Analiza globală, a tuturor cazurilor indiferent de tipul de chestionar, nu își găsește locul aici dat fiind faptul că cele 26 de baze de date se structurează în două grupuri (clustere) cu comportament diferit din acest punct de vedere.

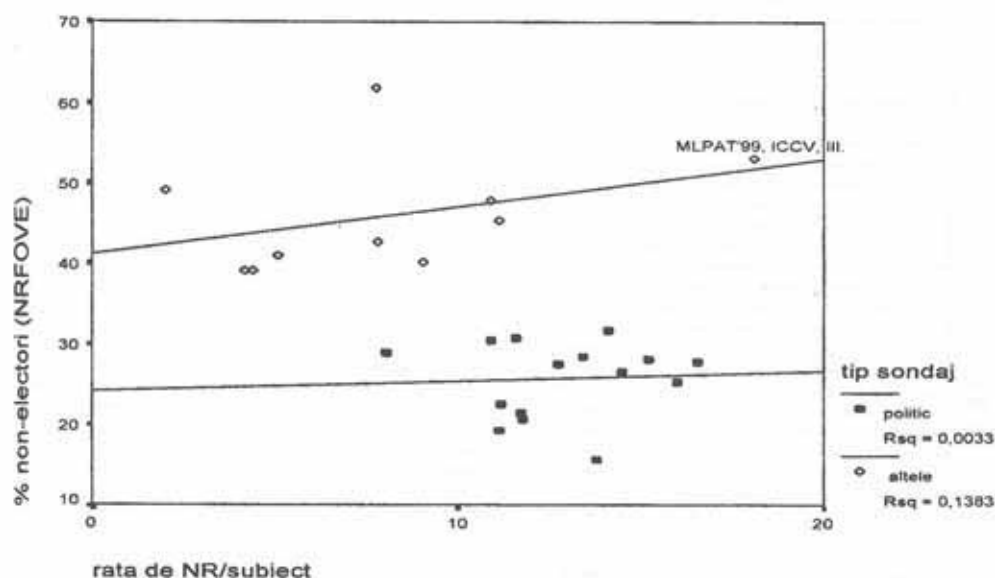


Fig. 5. Rata medie a non-răspunsurilor pentru fiecare anchetă vs. NRFOVE

Tabelul 9. Rata non-răspunsurilor pe repondent (%) în 23 de baze (pentru itemii de opinie comuni)

răspunsul la itemul de vot	tip sondaj		total
	politic	altele	
Opțiune de vot exprimată	10,4 %	5,2 %	8.80%
nu votează	17,6 %	8,2 %	12.20%
Indecis	21,3 %	10,4 %	15.80%
non-răspuns	28,6 %	14,0 %	16.20%

\* Cifrele sunt obținute ca medii pentru toți subiecții din cele 23 de baze (29743 de cazuri).

Exemplu de citire: în sondajele de tip „politic”, cei ce și-au exprimat opinia de vot au avut o rată medie a non-răspunsurilor la toate întrebările din chestionar de 10,4%. Aceeași categorie de indivizi au avut în medie non-răspunsuri la 5,2% din itemi din chestionarele ne-politice. Pe ansamblu cei ce își exprimă opinia de vot dau non-răspunsuri la 8,8% din totalul anchetelor, indiferent de tipul acestora.

Dacă la nivel agregat (pe chestionar), rata medie a non-răspunsurilor nu produce efecte asupra răspunsului la itemul de vot, la nivel individual însă, lucrurile stau cu totul altfel. Am unit cele 23 de baze de date într-una singură, reținând doar aspectele interesante pentru această analiză. Tabelul 9 prezintă rezultatele: dincolo de diferențele între cele două tipuri de anchetă, confirmate și aici, se observă influența ratei individuale a non-răspunsurilor asupra modului de răspuns la itemul

de vot. Astfel, dacă în cazul analizei comparate a chestionarelor, ceea ce prima era influență covârșitoare a tipului de sondaj și a poziției itemului de vot în chestionar, la nivel individual rata refuzurilor de a răspunde determină și comportamentul în cazul exprimării opțiunii de vot. Cu alte cuvinte, privind fiecare bază în ansamblu nu regăsim nici o legătură între rata medie a non-răspunsurilor la itemii de opinie comuni și ponderea celor ce nu își declară intenția de vot. În schimb, la

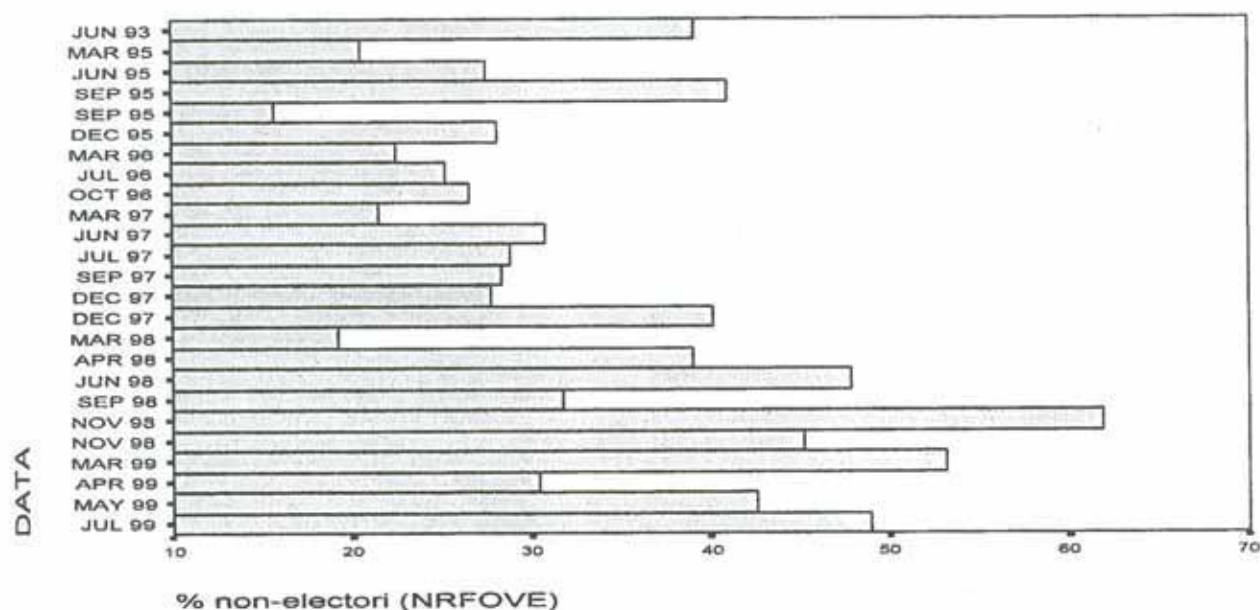


Fig. 6. Variația în timp a NRFOVE

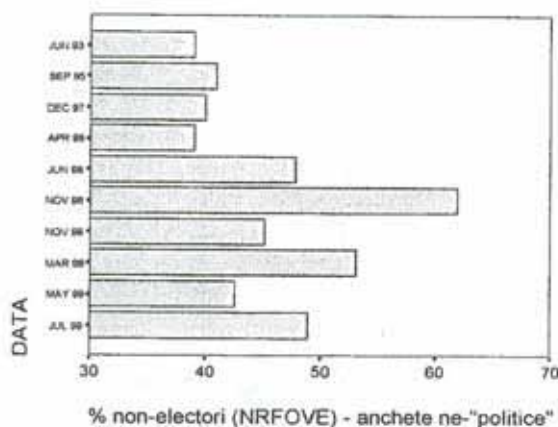
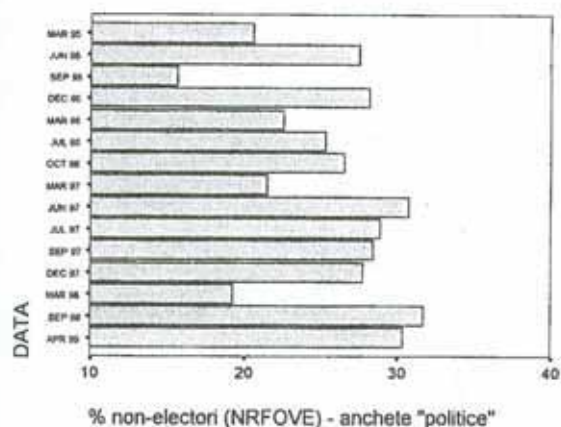


Fig. 7. Variația în timp a NRFOVE pe tipuri de anchetă

nivel individual, este evident, fără o analiză suplimentară, că subiecții ce evită să răspundă la majoritatea întrebărilor de opinie, au același comportament și în cazul declarării simpatiilor electorale.

Revenind la nivelul agregat, Graficul 6 aduce informații privind influența momentului culegerii datelor asupra NRFOVE. Este greu de descifrat în seria de date un pattern stabil al variației în timp. Nici graficele separate în funcție de tipul de sondaj (pe care nu le mai prezint aici) nu par a confirma o astfel de ipoteză.

Mai mult, analizând Graficul 7, se poate observa că numărul de repondenți fără opțiuni de vot exprimată este practic constant în timp, oscilând în jurul a 40% pentru anchetele omnibus și 25% pentru cele „politice”. Pentru ultimul grup de anchete sunt vizibili trei outlieri, prezentând un număr redus de non-electori. Cele trei baze sunt însă produse în momente în care spectacolul politic a captat la maxim atenția electoratului: Barometrul FSD din septembrie 1996 a fost realizat în plină campanie electorală, cel din martie 1997 a fost totuși extrem de aproape de momentul încheierii alegerilor, în timp ce sondajul ICCV din martie 1998 a fost produs într-un moment în care atenția publică era concentrată pe agitația produsă de acuzele aduse de PD premierului Victor Ciorbea, conflictul de atunci conducând câteva săptămâni mai târziu la înlocuirea primului ministru.

Pentru celălalt grup de anchete, *outlierul* este baza POLSOC&SĂRĂCIE produsă de ICCV în noiembrie 1998, în cazul căreia NRFOVE = 61%. Cei 528 de itemi recomandă această anchetă drept cea mai stufoasă dintre cele analizate, explicând astfel și numărul mare de non-electori.

Dincolo de prezența acestor outlieri, se poate remarca o ușoară tendință spre creștere NRFOVE în 1998 și mai ales în 1999. Această creștere este însă mediată de creșterea numărului de itemi, atât în anchetele omnibus, dar mai ales în chestionarele politice<sup>22</sup>.

## VARIAȚIA COMPONENTELOR NRFOVE

Am investigat până aici variația ponderii NRFOVE, argumentând asupra faptului că aceasta este determinată poziția itemului de vot în cadrul chestionarului (distanța de la începutul interviului și tipul întrebărilor ce îl preced).

NRFOVE este însă un indice agregat al celor trei categorii de „non-electori”. Se ridică atunci chestiunea variației acestor trei componente: non-repondenții (NRV), non-votanții (NV) și indecizii (NSV). Este comportamentul individual al acestor trei variabile identic cu cel al NRFOVE sau nu? Este justificat să luăm în calcul (numai) variația indicelui agregat?

<sup>22</sup> Coeficienții de corelație între data realizării sondajului și numărul de variabile: 0,37 în cazul anchetelor omnibus și 0,78 pentru cele politice.

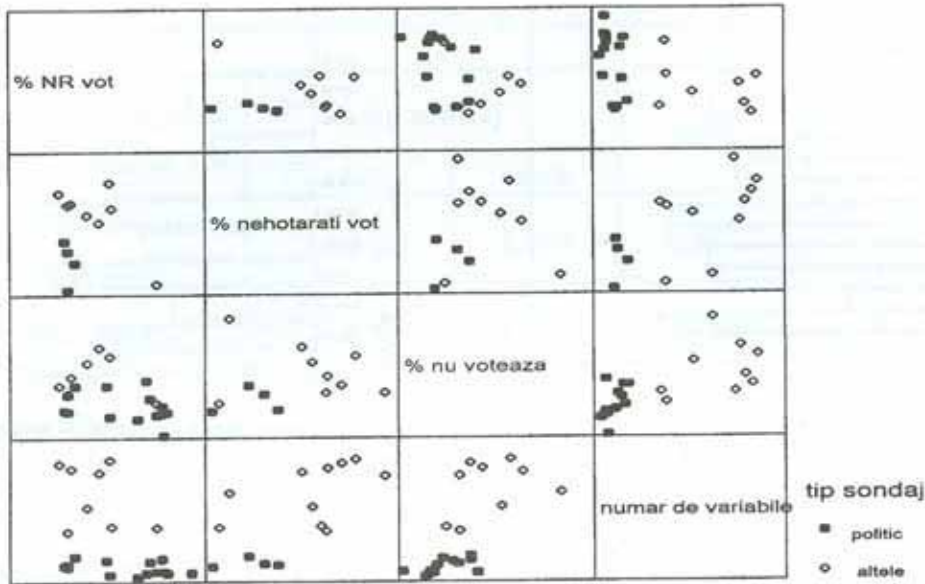


Fig. 8. Legătura dintre mărimea chestionarului și componentele NRFOVE

*Exemplu de citire:* în căsuța de la intersecția rândului 1 cu coloana 2, pe abscisă este reprezentată ponderea nehotărâților, iar pe ordonată ponderea non-repondenților; pentru căsuța simetrică (rândul 2, coloana 1) același grafic este răsturnat („%NR vot” pe axa x, „% nehotărâți vot” pe y); etc.

Să ne amintim faptul că profilul indecșilor și al non-votanților este similar, excepând localizarea mai pronunțată a non-votanților în mediul urban, în timp ce non-repondenții sunt mai bătrâni și mai slab instruiți (vezi Tabelul 1 și Tabelul 2).

Așteptările mele erau ca ponderea NSV și cea a NV să se comporte identic cu NRFOVE. În schimb, NRV ar trebui să fie practic constant ca pondere din total intervievați, indiferent de tipul de anchetă și

numărul de itemi, fiind însă influențat de tipul întrebării ce măsoară itemului de vot: întrebările asistate produc un număr mai mare de non-răspunsuri. Toate acestea ar îndreptăți utilizarea indicelui agregat pentru descrierea fenomenului studiat.

Reamintesc că susținerea teoretică pentru similitudinile între variația NSV și NV pe de o parte și NRFOVE pe de cealaltă, derivă din modul în care am explicat variația NRFOVE: Această este în fapt o variație a gradului de

Tabelul 10. Variația componentelor NRFOVE: măsuri ale asocierii

		% NRV	% NSV	% NV	comentarii
F(POLITIC)		3,7	4,9	15,7	Anchetele politice produc mai puține NSV și NV
F(ASISTAT)		26,5	**	2,4	Itemii de vot asistați cresc % NRV
ecuația de regresie liniară cu ITEMI ca predictor	R <sup>2</sup>	asistate*: 0,21 neasistate: 0,02	0,42	0,48	NRV scade cu ITEMI pentru „asistate”; NSV și NV cresc
	F	asistate*: 2,7 neasistate: 0,1	8,8	20,2	

\* segmentare sugerată de considerentele teoretice și analiza grafică. În cazul în care analiza de regresie este realizată pentru întreaga populație,  $R^2 = 0,22$  ( $F = 5,8$ ).

\*\* nu poate fi calculat datorită numărului mic de cazuri

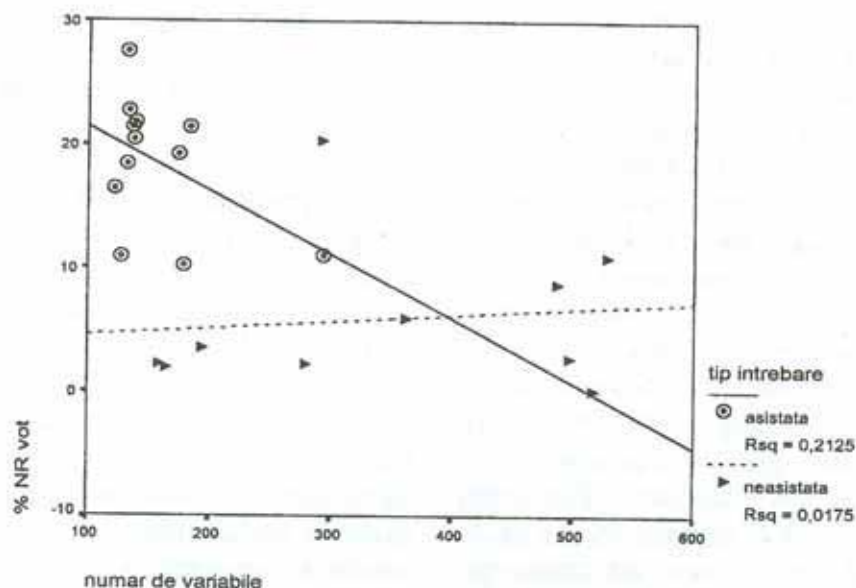


Fig. 9. Variația non-răspunsurilor în funcție de tipul itemului de vot

indecizie determinată circumstanțial de caracteristicile generale ale anchetei (caracterul ei politic sau ne-politic, lungimea chestionarului, poziția itemului de vot) și de către tipul itemului de vot (asistat/neasistat).

Graficul 8 ilustrează variația ponderii celor trei tipuri de nedeclaranți ai opțiunii de vot. Așa cum am precizat, nu în toate anchetele analizate s-au înregistrat distinct cele trei categorii de non-electori cu care lucrez în acest articol. De aici rezultă un număr mai restrâns de cazuri în fiecare dintre diagramele graficului. Aceasta conduce totodată la grupuri puternic dezechilibrate numeric și chiar compuse dintr-un singur membru în cazul în care aș recurge la segmentarea după criterii precum tipul sondajului sau modul de formulare a itemului de vot. În aceste condiții voi recurge în principal la analiza grafică, dublată doar prin măsuri ale asocierii între perechi de variabile, în cazurile în care datele o permit (vezi în acest sens Tabelul 10). În plus, pentru ca numărul redus de cazuri să nu împiedice analiza, nu folosesc poziția itemului în chestionar ca factor explicativ, ci dimensiunea anchetei (numărul de variabile)<sup>23</sup>.

Analiza graficului pune în evidență legătura slabă între cele trei componente, dar și influența dimensiunii chestionarului și a tipului de anchetă asupra NSV și NV. Pondere non-

răspunsurilor la itemul de vot (% NRV) este foarte puțin influențată de dimensiunea chestionarului. Opțiunea de a trata separat această relație în funcție de tipul de întrebare este determinată de așteptările inițiale.

Într-adevăr, utilizarea unei întrebări închise pentru determinarea intenției de vot în chestionare centrate pe evaluări ale procesului politic și actorilor săi generează inevitabil mai multe refuzuri de răspuns. Motivul este foarte simplu: subiectul își clarifică într-adevăr imaginea sa despre fenomenul politic și își fixează mai bine opțiunea pe parcursul interviului, în timp ce își trece în revistă opiniile față de majoritatea actorilor politici, a problemelor sociale pe care aceștia sunt chemați să le rezolve, a modului de funcționare a sistemului instituțional în ansamblu și a fiecărei instituții în particular. În același timp însă – așa cum relatează majoritatea operatorilor de interviu – el își întărește reticenta de a își declara intențiile de vot. Ajuns în fața itemului de vot și pus în fața unei liste din care trebuie să aleagă, el va ezita să facă acest lucru. O simplă întrebare deschisă, diminuează importanța atribuită de subiect itemului, transformându-l într-o întrebare mai puțin formală. Pe de altă parte, în cadrul anchetelor ne-„politice”, o întrebare închisă va inhiba cel puțin în egală măsură respondentul. De aici

<sup>23</sup> Asupra legitimității unei astfel de înlocuiri am argumentat anterior (vezi în acest sens Graficul 3 și comentariile ce îl însoțesc).

această diferență în ce privește ponderea non-răspunsurilor în cazul întrebărilor asistate<sup>24</sup>.

Graficul aduce și o informație în plus despre natura relației dintre dimensiunea chestionarului și ponderea non-răspunsurilor. Practic, un model de regresie nu este adecvat pentru a descrie această relație, dată fiind împrăștierea valorilor variabilei prezise (ponderea NRV) pentru valorile mai mici de 200 ale variabilei independente (mărimea chestionarului).

Sintetizând această secțiune, se poate utiliza așadar indicele agregat NRFOVE pentru descrierea variației globale a ponderii celor trei categorii de „non-electori”. Elementul variabil din NRFOVE este dat în esență de indeciși și non-votanți, care au comportamente similare indicelui agregat. NRV ră-

mâne practic constant în funcție de tipul de anchetă și de dimensiunea chestionarului, cunoscând modificări determinate doar de tipul întrebării de vot.

Pentru explicația variației celor trei tipuri de ne-exprimare a intenției de vot, privite atât separat cât și agregat, am încercat să construiesc modele de regresie logistică și la nivel individual, pentru cei aproximativ 15.000 de respondenți la cele 13 anchete care au cules informații despre toate tipurile de non-electori analizate. Am luat în considerare predictorii legați de specificul anchetei (numărul de itemi, tipul de chestionar, data culegerii informației și caracteristici ale individului (vârstă, mediu de rezidență, nivel de educație)<sup>25</sup>. Variația totală explicată de aceste modele este

Tabelul 11. Modele de regresie logistică pentru prezicerea comportamentului individual al non-electorilor

Predictori	Total non electori		Non-votanți		Indeciși		Non-respondenți	
	R	exp (B)	R	exp (B)	R	exp (B)	R	exp (B)
Tipul anchetei (factor)*	0,167	1,540	0,107	1,378	0,106	1,330	0,132	1,613
Data aplicării	0,022	1,000	0,000	1,000	0,017	1,000	0,037	1,000
Subiectul este femeie	0,077	1,465	0,037	1,235	0,065	1,392	0,019	1,177
Număr ani de școală	-0,058	0,945	-0,010	0,983	-0,046	0,953	-0,05	0,927
Localizare în mediul rural	0,000	0,966	-0,022	0,863	0,005	1,066	0,000	0,892
Vârsta (ani)	0,000	1,001	0,000	1,000	-0,009	0,998	0,073	1,014
<i>măsuri ale adecvării modelului</i>								
-2 Log Likelihood (inițial)	20.471		11.171		16.495		5.487	
-2 Log Likelihood	19.548		10.997		16.124		5.243	
Goodness of Fit	15.278		15.299		15.25		14.952	
Nagelkerke - R <sup>2</sup>	0,059		0,011		0,024		0,016	
cazuri prezise corect	63,2%		88,1%		76,9%		95,6%	

\* tipul anchetei reprezintă factorul general care caracterizează ancheta în ansamblul ei (lungimea chestionarului, poziția itemului de vot și focalizarea pe teme electorale sau nu).

Sursa: 12 baze de date (15.395 subiecți) ce conțin cele trei tipuri de non-electori înregistrate distinct.

<sup>24</sup> Practic, această diferență este cea sesizată și de Sebastian Lăzăroiu în pasajele pe care le-am mai amintit în debutul articolului.

<sup>25</sup> Absența dintre predictorii a agenției de culegere a datelor se datorează faptului că bazele de date pentru care am dispus de informație completă, în ce privește cele trei componente ale NRFOVE, sunt produse cu doar trei excepții de același institut (ICCV, vezi în acest sens anexa cu descrierea bazelor de date). Lipsese, de asemenea, dintre predictorii tipul întrebării (asistată sau nu), deoarece – cu o singură excepție – în cele 12 baze analizate aici întrebarea a fost neasistată.

însă redusă (sub 10%), iar coeficienții de regresie indică faptul că factorii cei mai importanți sunt cei legați de specificul anchetei, în timp ce, la nivelul subiectului, influența cea mai puternică este cea a sexului și a educației, dar și de mediul de rezidență (Tabelul 11). Legătura dintre data aplicării chestionarului și șansele ca subiectul să aibă un comportament de non-electror pare a fi extrem de slabă, ca și cea dintre vârstă și tipul de răspuns la itemul de vot.

Nu am utilizat ca predictorii independenți cele trei caracteristici ale anchetei importante în analiză (poziția itemului de vot, lungimea chestionarului și tipul acestuia) din motivul amintit al coliniarității dintre ei. Pentru a identifica totuși care dintre aceste trei caracteristici determină mai degrabă comportamentul de non-electror, am rulat modele separate de regresie pentru fiecare dintre ei, dar și – cu scop tentativ – modele în care am introdus simultan cei trei predictorii, încercând astfel cerința independenței predictorilor. Rezultatele au fost similare analizei desfășurate la nivel agregat (luând ca populație de referință cele 23 de baze de date): Tipul de chestionar (politic sau nu) este cel mai puternic predictor al șanseii ca un individ să evite într-un mod sau altul răspunsul la itemul de vot. Indiferent de caracteristicile personale, respondenții la chestionare centrate pe teme electorale sunt mai dispuși să își declare intenția de vot decât cei ce răspund în anchetele omnibus.

Preeminența caracteristicilor anchetei în fața celor individuale, ca și valorile mici ale coeficienților de determinare ai lui Nagelkerke sugerează faptul că prezentul model este mai adecvat analizei la nivelul întregii anchete, decât la nivelul comportamentelor individuale de alegere.

Analiza la nivel individual pune însă în evidență un aspect important în ce privește diferența dintre non-votanți și ceilalți non-electrori. Este vorba de influența diferită pe care o are mediul de rezidență asupra selecției tipului de ne-exprimare a intenției de vot. Locuitorii de la sate declară mai degrabă indecizia, în timp ce orășenii spun că nu vor

merge la vot (vezi și Tabelul 1). Explicațiile pot fi numeroase, pornind de la faptul că sursele de informare sunt mai rare la sate, putând determina indecizia, sau de la faptul că la oraș este mai frecventă performarea de comportamente de free-rider sau implicarea în rețele paralele, ocultând cadrele formale de organizare a societății ceea ce poate genera lipsa de interes pentru sistemele politice de orice tip. Dumitru Sandu<sup>26</sup> sugerează un alt tip de explicație denumindu-i pe non-votanți drept contestatari: declararea intenției de a nu participa la vot ar putea fi un protest al acestora, o expresie a nemulțumirii față de ineficiența clasei politice de a le rezolva doleanțele și față de modul de structurare a sistemului politic în ansamblul său. Un astfel de comportament presupune neconformarea la normele acceptate la nivelul întregii societăți, implicând un grad destul de mare de modernitate, ceea ce poate explica prezența non-votanților mai ales în mediul urban.

#### DOUĂ TIPURI DE SONDAJE: CINE CÂȘTIGĂ ȘI CINE PIERDE?

Am notat că ponderea NRFOVE variază simțitor între anchetele pe care le-am denumit „politice” și celelalte, în primele fiind mai redusă. Întrebarea imediată unei astfel de constatări este cum se distribuie diferența de non-electrori între formațiunile politice competitive în cursa pentru obținerea simpatiei electoratului. Încotro se îndreaptă intențiile de vot ale acelor subiecți care evită să își exprime simpatiile electorale în anchetele obișnuite, dar o fac în cele centrate pe evaluarea sistemului politic? Se distribuie ele proporțional sau eventual uniform între partidele importante sau o altă regulă guvernează această distribuție?

*Așteptările mele* sugerează că subiecții mai puțin hotărâți în a vota partidul simpatizat vor fi primii care vor evita răspunsul în caz de suspiciuni. Astfel, în sondajele „politice”, atunci când își clarifică și își întăresc opțiunea de vot, electorii mai puțin decisi vor fi mai tentați să își exprime simpatiile decât în

<sup>26</sup> Sandu, D. (1996). *Sociologia tranziției. Valori și tipuri sociale în România*. București. Editura Staff.

anchetele obișnuite. Prin urmare, partidele cu un electorat mai fidel vor câștiga procente în sondajele ne-„politice”<sup>27</sup>.

Pe de altă parte, subiecții mai puțin educați ca și femeile au și ei tendința de a evita răspunsul la itemul de vot<sup>28</sup>. Partidele care au mai mulți astfel de electori decât celelalte vor câștiga prin urmare în sondajele politice. Cu alte cuvinte, dacă electorii partidului PX au caracteristici mai apropiate de cele ale non-electoralilor, atunci partidul PX va obține un procentaj mai slab în anchetele în care ponderea NRFOVE este mai mare - sondajele politice.

E greu atunci de prezis câștigul sau pierderea relativă în sondajele ne-„politice” a unui partid al cărui electorat este extrem decis, dar mai prost educat și de vârstă medie. În astfel de cazuri este probabil ca importanța relativă a influenței fiecăruia dintre cei patru factori să fie una determinată conjunctural, fiind înalt dependentă de temele centrale specifice agendei publice din momentul culegerii datelor.

Voi lua în considerare în caracterizarea electoralilor partidelor importante dar și a non-electoralilor patru caracteristici: vârsta, educația, un indicator al fidelității – rata convertirii încrederii în voturi și unul al hotărârii electoralilor: momentul în care aceștia se decid asupra partidului votat (în preajma momentului votului sau cu mult timp înainte)<sup>29</sup>. Din păcate acest din urmă indicator poate fi regăsit doar în una dintre bazele de date din setul analizat (POLMAI'99, realizată de ICCV).

Pentru a schița un răspuns la întrebările formulate în debutul secțiunii am căutat în setul de baze de date care constituie populația țintă a acestui studiu acele perechi de baze de date realizate în aceeași perioadă de timp (aceeași lună a aceluiași an) și între care una este produsă printr-o anchetă „politică”, iar cealaltă printr-o anchetă omnibus. Pentru aceste perechi de sondaje am notat diferențele în distribuția intențiilor de vot exprimate și

am schițat profilul general al non-„electoralilor” pentru a verifica în ce măsură ipotezele sugerate mai sus se verifică sau nu.

Trei sunt perechile de baze care îndeplinesc criteriile de selecție pe care le-am stabilit. Prima dintre acestea este formată din COMALP'95 și BAROPUB-SEPT'95, ultima bază fiind produsă printr-o anchetă politică, în timp ce COMALP a avut la baza interviului un chestionar omnibus. Totuși, o bună parte dintre itemii COMALP vizau înregistrarea unor reprezentări ale diverselor aspecte ale sistemului politic precum și a unor comportamente de alegere legate de tranziția postcomunistă. Prin urmare, fără a fi o anchetă „politică”, COMALP se situează undeva la granița dintre acestea și restul anchetelor, motiv pentru care am decis să ignor în analiza de față această pereche de baze de date.

Două alte baze au fost produse în aceeași lună a aceluiași an – decembrie 1997: Valori '97 și barometrul de opinie publică comandat de FSD. În fine, cea de-a treia pereche este formată dintr-un sondaj de opinie centrat pe teme politice realizat de ICCV în mai 1999 și din Barometrul Resurselor Umane realizate în același timp (datele de începere a terenului au coincis) de MMT la comanda FSD. La aceste ultime două perechi mă voi referi în continuare.

Voi caracteriza mai întâi non-electorii din perioada respectivă, apoi voi descrie electorii fiecărui partid pe baza datelor rezultate din ancheta „politică”. Pornind de la aceste descrieri și utilizând considerentele teoretice de mai sus voi realiza predicții asupra diferențelor înregistrate de procentajele principalelor partide politice între cele două sondaje din aceeași pereche. Compararea predicției cu rezultatele din realitate va realiza validarea modelului.

Tabelul 12 aduce în prim plan câteva dintre caracteristicile factuale ce compun profilul celor ce nu își declară opțiunea de vot. Selecția celor cinci variabile de status socio-

<sup>27</sup> Este vorba de un câștig relativ, privit prin comparație cu estimațiile rezultate din anchete non-„politice” desfășurate în aceeași perioadă de timp.

<sup>28</sup> Am argumentat deja asupra acestui lucru (vezi nota 10).

<sup>29</sup> Rezultă, luând în considerare cele patru variabile propuse, că putem identifica cel puțin 24 = 16 tipuri de electori (obținute prin combinarea caracteristicilor celor patru variabile, considerate binare).

Tabelul 12. Caracterizarea non-electoilor (decembrie 1997)

	educația*	ponderea femeilor	veniturile bănești pe membru în gospodărie	vârsta	electori în rural (%)
VALORI'97					
non-electori	5,3	58,6 %	235.302	47,5	44,1%
opțiune de vot exprimată	5,9	45,9 %	260.488	45,8	41,9%
total populație	5,7	51,0 %	250.467	46,5	42,8%
statistica**	F=17,28	?2=15,49	F=3,07	F=2,49	?2=0,49
nivelul de semnificație	0,000	0,000	0,080	0,115	0,484
BAROPPUB – DEC 1997	2,4 (din 5)	57,1%	informație lipsă	43,1	48,9%

\* rangul mediu, 1=rangul minim, 10=cel maxim

\*\* măsura în care grupurile electori și non-electori diferă pentru criteriul testat

Tabelul 13. Caracterizarea electoilor principalelor partide (decembrie 1997)

	educația*			femei		rata convertirii încrederii în voturi	ponderea voturilor provenite de la cei ce nu au încredere în nici un partid
	media	diferența față de non-electori**	sig***	%	sig(c2)*		
CDR	2,7	0,4	0,003	47,4	0,000	86%	9%
PDSR	2,0	-0,3	0,175	46,6	0,015	90%	10%
PD (USD)	2,9	0,5	0,021	47,0	0,096	85%	8%
UDMR	2,3	0,0	1,000	51,1	0,417	97%	11%
PRM	2,4	0,1	0,999	46,5	0,033	91%	8%
PUNR	2,5	0,2	0,998	51,7	0,559	90%	3%
ApR	3,0	0,7	0,001	62,2	0,379	92%	20%
PS+PSM	2,7	0,3	-	22,2	-	73%	0%
Alt partid	2,9	0,6	0,644	23,1	-	64%	15%
non-electori	2,4	-	-	57,1	-	-	-
total populație	2,5	F=5,6 (ANOVA)	0,000	50,6 %	$\chi^2=19,5$	-	-

Sursa: Barometrul de Opinie Publică, decembrie 1997 realizat de CURS la comanda FSD – nu a fost calculat datorită numărului redus de cazuri

\* rangul mediu, 1 = rangul minim, 5 = cel maxim

\*\* în ce măsură caracteristica electoilor partidului în cauză diferă de cea a non-electoilor; pentru întreaga populație este vorba despre măsura în care caracteristica în cauză diferă între grupurile formate de intenția de vot

Legenda:

- 2,7 – motive de pierdere relativă în sondajele ne-politice
- 2,4 – motive de câștig relativ în sondajele ne-politice

Tabelul 14. Prezicerea diferențelor între sondaje (decembrie 1997)

partidul	Câștig relativ în sondajul nepolitic	Sig* (câștig)	Nr de predicții de câștig relativ	Nr. de predicții de pierdere relativă	Obs. asupra exactității predicției globale
CDR	5,8%	0,000	2	0	câștig: predicție corectă
PDSR	2,2%	0,000	1	0	câștig: predicție corectă
PD (USD)	-1,5%	0,302	1	(+1)**	câștig nul: predicție corectă
UDMR	1,4%	0,000	-	-	Situație specială datorită specificului electoratului
PRM	-1,9%	0,120	1 (+1)**	1	câștig nul: predicție corectă
PUNR	-0,7%	0,574	1	1	câștig nul: predicție corectă
ApR	-0,8%	0,000	1 (+1)**	1	câștig nul: predicție incorectă
PS+PSM	1,4%	0,000	-	-	număr redus de cazuri
Alt partid	-0,1%	0,306	-	-	Situație specială datorită specificului electoratului

\* testul  $\chi^2$ 

\*\* cifra din paranteză indică o predicție suplimentară datorată analizei ratei de conversie a încrederii în vot, predicție în care am însă mai puțină încredere

Tabelul 15. Caracterizarea non-electorilor (mai 1999)

	educația*	ponderea femeilor	veniturile bănești pe membru în gospodărie	vârsta	electori în rural (%)
BARRESUM-MAI'99					
non-electori	4,0	57%	547.065	46,8	44,1%
opțiune de vot exprimată	4,2	47%	607.555	46,1	46,3%
total populație	4,1	51%	582.846	46,4	45,4%
statistica**	F=11,00	$\chi^2=17,4$ 0	F=4,24	F=0,71	$\chi^2=0,95$
nivelul de semnificație	0,001	0,000	0,040	0,399	0,329
POL-MAI'99	3,5 din 7	56,4%	428.296	48,8	48,7%

\* rangul mediu, 1 = rangul minim, 7 = cel maxim

\*\* măsura în care grupurile electori și non-electori diferă pentru criteriul testat

economic este legată de prezența lor în toate cele patru baze furnizoare de date în această secțiune (excepția o constituie venitul, nemăsurat ca atare în BarOpPub – decembrie 1997).

Pentru cele două sondaje din decembrie 1997, cele două criterii care discriminează semnificativ (pentru  $p < 0,05$ ) electorii de non-electori sunt educația simpatizaților și ponderea electorilor de sex feminin pentru fiecare partid în parte. Acestea sunt și cele două variabile factuale cuprinse în Tabelul 13,

în care schițez profilul votanților principalelor partide pe baza datelor culese prin Barometrul de Opinie Publică din decembrie 1997.

Alături de cele două variabile de status socio-economic, tabelul mai cuprinde și două estimări ale fidelității electoratului fiecărui partid. „Rata convertirii încrederii în voturi” reprezintă ponderea între subiecții care declară că au cea mai mare încredere în partidul PX, a celor care intenționează să voteze PX. Cu cât rata este mai ridicată, cu atât electoratul lui PX este mai fidel și va declara că votează PX chiar

Tabelul 16. Caracterizarea electorilor principalelor partide (mai 1999)

	educația*			femei		venitul bătăieș pe membru în gospodărie			încrederea electorilor ****		indecizia electorilor *****	
	mediu media a	$\Delta^{**}$	$\text{sig}(\Delta)^*$ **	%	$\text{sig}(\chi^2)$ **	media	$\Delta^{**}$	$\text{sig}(\Delta)$ ***	rata	VRA	%	VRA
CDR	1,3	0,8	0,000	47,3%	0,019	520,4	92,109	0,086	39%	-14,0	20%	-2,4
PDSR	3,0	-0,5	0,002	50,5%	0,023	348,3	-80,002	0,040	10%	-19,3	23%	-3,0
PD	4,0	0,5	0,242	55,3%	0,852	446,9	18,562	1,000	15%	-10,2	18%	-2,2
UDMR	3,0	-0,5	0,829	43,5%	0,215	382	-46,322	0,999	41%	-10,0	20%	-0,8
PRM	4,1	0,6	0,449	52,6%	0,648	469,5	41,166	0,997	11%	-9,6	24%	-0,6
PUNR	2,4	-1,1	-	80,0%	-	402,5	-25,796	-	0%	-	20%	-
ApR	5,2	1,7	0,000	59,5%	0,551	644,6	216,302	0,000	5%	-10,1	22%	-1,3
Altele	5,5	1,9	0,000	37,0%	0,044	706	277,683	0,002	-	-	16%	-1,4
non-electori	3,5	-	-	56,4%	-	428,3	-	-	-	-	49%	8,5
total eșantion	3,7	F=18,5 (Anova)	0,000	52,6%	0,011	439,4	F=8,3 (Anova)	0,000	-	-	28%	$\chi^2=7$ 4,5 $p<0,0$

Sursa: Sondaj de Opinie Publică - mai 1999 realizat de ICCV (POL-MAI'99)

- nu a fost calculat datorită numărului redus de cazuri

\* rangul mediu, 1 = rangul minim, 5 = cel maxim

\*\* în ce măsură caracteristica electorilor partidului în cauză diferă de cea a non-electorilor (= diferența față de non-electori); pentru întreaga populație este vorba despre măsura în care caracteristica în cauza diferă între grupurile formate de intenția de vot

\*\*\*testul Dunnet (grupurile nu sunt la fel de omogene în ambele cazuri: testul F al lui Levene are valoarea 11,5 în cazul educației și 6,1 pentru venit, numărul de grade de libertate fiind 8 și 1139, respectiv 8 și 1137, în ambele cazuri  $p < 0,0005$ ).

\*\*\*\* ponderea celor ce votează partidul în cauză, dar nu au mare încredere în el (declară că au puțină sau foarte puțină încredere în formațiunea respectivă)

\*\*\*\*\* ponderea celor ce se decid cu cine votează în ultimul moment<sup>30</sup>

<sup>30</sup>Textul exact al itemului a fost: „Există mai multe feluri de oameni: Unora le place un partid și se decid din timp să îl voteze. Alții se hotărăsc cu cine să voteze în ziua alegerilor sau puțin mai înainte. Dumneavoastră din care categorie faceți parte: din prima, din a doua sau nu mergeți la vot?”

și în condițiile în care itemul de vot nu este precedat de o mulțime de alte întrebări care să îi ajute pe subiecți să își clarifice opțiunea de vot. Cu alte cuvinte, când rata de convertire ... este mare, partidul în cauză câștigă procente în anchetele ne-politice.

În mod similar, dacă într-un sondaj politic un partid adună multe intenții de vot de la subiecți care nu îl consideră a fi partidul cel mai de încredere, este probabil că el va pierde acești electori într-o anchetă nepolitică. Între

cei doi indici îl prefer pentru predicții pe cel de-al doilea, primul fiind mai puțin variabil. Este motivul pentru care, în Tabelul 14, influența acestuia este trecută doar între paranteze.

Considerând acțiunea creșterii sau scăderii relative datorate celor patru variabile (educația, ponderea femeilor printre simpatizanți și cei doi indicatori de fidelitate) ca fiind egală în pondere, am realizat o „predicție globală” (ultima coloană a tabelului). Se observă că, printr-o analiză de acest gen sunt

Tabelul 18. Principalii determinanți ai ponderii non-electorilor

Cauza	Influența asupra ponderii non-electorilor
<u>Caracteristici ale anchetei</u> prin care s-au cules datele	Au influența cea mai mare în determinarea ponderii celor ce nu își exprimă opțiunea de vot În general, anchetele centrate pe teme politice sunt mai scurte iar itemul de vot se află mai aproape (în timp) de debutul interviului. Astfel că influența anchetei asupra ponderii non-electorilor este mai degrabă una globală decât una specifică fiecărui component (tipul anchetei, poziția itemului de vot și dimensiunea chestionarului)
<u>Tipul anchetei</u> (centrată sau nu pe evaluări ale procesului politic)	Reprezintă caracteristica anchetei cu influența cea mai puternică. Anchetele centrate pe evaluări ale sistemului politic și actorilor acestuia, generează mai puțini non-electori (25-30%). În anchetele focalizate pe alte teme non-electorilor sunt în medie în jurul a 40-50%.
<u>Poziția itemului de vot</u> în corpul chestionarului.	Cu cât itemul de vot se află mai aproape (în timp) de începutul chestionarului, cu atât se generează mai puține ne-declarări ale opțiunii de vot.
<u>Dimensiunea chestionarului</u>	Când chestionarul crește (ca număr de întrebări), itemul de vot se plasează mai departe de începutul interviului. Influența mărimii chestionarului este așadar similară cu cea a poziției întrebării ce surprinde opțiunile electorale.
<u>Alți factori</u>	
<u>Tipul itemului de vot</u> (asistat/liber)	În cazul în care întrebarea care surprinde intenția de vot este aplicată asistat (subiectului i se indică o listă de partide), numărul de non-electori scade. Influența formulării itemului de vot, deși destul de puternică, este mai puțin însemnată ca cea a caracteristicilor anchetei.
Agencia care a cules datele	Nu are practic nici o influența asupra ponderii non-electorilor.
<u>Rata medie a non-răspunsurilor la</u> itemii de opinie comuni pe ansamblul chestionarului	Nu are practic nici o influența asupra ponderii non-electorilor.
<u>Perioada culegerii datelor</u>	Chestionarele realizate în momente în care scena politică este dominată de dezbateri de maxim interes pentru opinia publică prezintă mai puțini non-electori. Diferențele între ponderea acestora în chestionare desfășurate în aceeași perioadă de timp nu suferă însă modificări datorate acestor particularități ale momentului culegerii.

corect prognozate diferențele dintre scorurile obținute în cele două sondaje de 6 partide din 7. În cazul ApR însă, clasificarea în grupa partidelor ce înregistrează creșteri nule în sondajele ne-politice este slabă (mai mult, dacă am lua în considerare și rata de conversie a încrederii, clasificarea ar fi chiar în grupa opusă).

În cazul celei de-a doua perechi de sondaje (mai 1999), profilul non-electorilor este similar, cu observația că diferențele de venit între ei și restul subiecților devin semnificative (Tabelul 15). De această dată, pentru estimarea fidelității folosesc alți doi indicatori, disponibili în baza de date sursă.

Ambii indicatori – neîncrederea și indecizia electorilor – aduc indicații asupra fidelității electoratului. Un electorat semnificativ mai puțin indecis (cazul CDR, PDSR, PD), cu alte cuvinte mai hotărât în decizia de a vota un anumit partid, va fi mai fidel partidului în cauză conducând la un câștig relativ în sondajele ne-„politice”. În mod similar, subiecții care nu au mare încredere într-un partid, deși declară că votează cu el, vor tinde să nu își exprime opțiunea de vot în anchetele centrate pe alte teme decât evaluarea sistemului politic.

Privind în ansamblu această încercare de precizare a diferențelor dintre scorurile principalelor partide în cele două tipuri de sondaje, se poate spune că ea este una reușită. Clasificările exacte reprezintă 77% din cazuri. Acest lucru trebuie totuși privit cu precauție, dat fiind numărul redus de perechi de anchete asupra cărora am realizat analiza.

Dincolo de aceste detalii – mai mult sau mai puțin – tehnice, rămân câteva concluzii:

Să presupunem că deținem estimările intenției de vot rezultate dintr-un sondaj de opinie ale cărui caracteristici le cunoaștem. Atunci putem trage concluzii asupra direcției în care diferă estimările produse de orice alt sondaj desfășurat în aceeași perioadă de timp, putând spune cu destul de multă siguranță dacă principalele partide vor înregistra procente mai mari, mai mici sau similare.

Punând problema altfel să presupunem că avem informații asupra intenției de vot provenite din două anchete diferite desfășurate în

aceeași perioadă de timp și că între aceste estimări există diferențe. Atunci putem trage imediat concluzii asupra structurii simpatizanților principalelor partide politice.

## CONCLUZII

Se impune în acest moment trecerea în revistă a principalelor concluzii ale articolului de față:

1. Diferențele în estimarea intenției de vot pentru principalele partide înregistrate între sondaje de opinie realizate în aceeași perioadă de timp, sunt firești. Ele pot fi explicate și nu provin din „manipularea sondajelor de opinie” așa cum adeseori s-a susținut în presa românească.

2. Aceste aparente neconcordanțe provin din ponderea diferită a celor ce evită să își declare opțiunea de vot (i-am etichetat pe aceștia drept „non-electori”).

3. Principalii factori ce determină (și explică) diferențele între ponderea non-electorilor în sondaje diferite produse în aceeași perioadă sunt cei sintetizați în Tabelul 18.

4. Există trei tipuri de non-electori: cei ce declară că nu vor merge la vot, cei ce spun că sunt nehotărâți și cei ce refuză să răspundă la întrebarea ce înregistrează opțiunea de vot. Primele două categorii sunt cele ce variază în funcție de factorii din Tabelul 18, în timp ce non-respondenții rămân constanți ca pondere, indiferent de sondaj.

5. Diferențele dintre ponderea non-electorilor în sondaje politice (centrate pe evaluări ale sistemului politic) și cea din anchetele ne-politice nu se distribuie uniform sau proporțional între partidele politice.

6. Regula de redistribuire este dictată de profilul electorilor și măsura în care simpatizează cu partidul în cauză (fidelitatea lor). Astfel partidele cu un electorat mai apropiat ca profil de cei ce nu își declară opțiunea de vot vor pierde procente în sondajele ne-politice față de cele obținute în anchetele politice.

7. În schimb, partidele cu un electorat mai fidel (care crede mai intens în partidul în cauză) vor câștiga procente în sondajele ne-politice, în timp ce partidele cu un electorat

mai „nestatornic”, vor pierde în aceste sondaje fața de anchetele politice.

Dincolo de toate aceste detalii rămâne de discutat: care sondaje trebuie crezute și de ce?

Răspunsul meu este unul simplu: ambele tipuri de sondaje (și cele „politice” și cele ne-„politice”) produc rezultate valide, credibile, numai că aceste rezultate descriu realități diferite. Anchetele „politice” aduc informații despre comportamentul electorilor în condițiile în care sunt bombardati cu date și întrebări despre posibili candidați, ca în situația campaniei electorale. Celelalte sondaje permit evaluarea mai exactă a fidelității electorilor unui partid, a fermității hotărârii acestora în a-l susține.

Analiza comparativă aprofundată a electorilor pe care un partid îi poate pierde cu ușurință (diferența între cele două tipuri de sondaje) oferă o imagine elocventă a fragilității sau trăinicieii poziției unui partid într-un anumit moment dat ca și despre potențialul său de creștere.

În ce privește influența modului de formulare a itemului de vot, în ciuda faptului că întrebările asistate produc mai puțini non-electori, eu aș sugera utilizare întrebărilor

liberi. Motivul principal este evitarea efectului de listă (partidele aflate pe primele sau pe ultimele locuri în lista citită subiectului vor avea de câștigat destule procente în cazul itemilor asistați). În plus, o întrebare liberă permite luarea pulsului real al electoratului: sunt mulți respondenți care declară că vor vota nu cu partide, ci cu oameni politici („cu partidul lui Iliescu”, „cu ăștia ai lu’ Diaconescu” etc.), cu partide care nu mai există ca entități de sine stătătoare (în iulie 1999 încă mai erau oameni care simpatizau PL '93, PAC sau PDAR și chiar USD) sau indicau vechi denumiri ale unor partide (este cazul UFD menționat adesea în sondajele din 1999 ca PAR).

În fine, diferențele observate în variația celor trei categorii de non-electori recomandă înregistrarea, raportarea și analiza lor distinctă.

Concluzia cea mai generală a articolului rămâne astfel aceea că predicțiile asupra rezultatelor obținute în caz de alegeri cresc în precizie în cazul în care sunt luate în considerare nu numai estimațiile date de itemul de vot, ci și caracteristicile anchetei prin care au fost culese datele. Raportarea lor completă (inclusiv a caracteristicilor eșantionului folosit) devine astfel un imperativ.

## ANEXA

### 1. Lista acronimelor folosite:

ICCV – Institutul de Cercetare a Calității Vieții al Academiei Române  
 CURS – Centrul de Sociologie Urbana și Regională  
 MMT – Metromedia Transilvania  
 LUAS – Laboratorul Universitar de Analiză Socială  
 CNS – Comisia Națională de Statistică  
 FSD – Fundația pentru o Societate Deschisă (Open Society Foundation)

### 2. Lista indicilor și indicatorilor folosiți în articol:

#### NRFOVE

Numărul de repondenți fără opinie de vot exprimată. Include acei subiecți care – la itemul de vot – refuză să răspundă (NRV), se declară indeciși (NSV) sau spun că nu vor merge la vot (NV)

#### POLITIC

Variabilă dihotomică reflectând tipul anchetei prin care a fost produsă baza de date: 1 – anchetă centrată pe teme de alegeri politice; 2 – alte anchete

#### ASISTAT

Variabilă dihotomică reflectând tipul întrebării care măsoară intenția de vot: 1 – asistată; 2 – complet liberă

## ITEMI

Numărul de variabile din baza de date

## POZIȚIA

A câta întrebare este itemul care măsoară intenția de vot

## POZREL

Poziția relativă a itemului de vot (raportul POZIȚIA / ITEMI)

## INSTITUT

Agenția care a cules datele

## RATANR

Rata generală a non-răspunsurilor la itemii de opinie comuni (acei itemi de opinie care nu au fost precedați de întrebări filtru, aplicându-se astfel tuturor repondenților)

## 3. Sursele de date

În această anexă voi prezenta pe scurt bazele de date folosite, menționând:

- ◆ modul de producere (inclusiv scopul în care au fost proiectate);
- ◆ perioada în care au fost culese datele;
- ◆ caracteristicile eșantionului (inclusiv schema de eșantionare) și opțiunea de a pondera, acolo unde este cazul;
- ◆ dimensiunea chestionarului și ponderea itemilor de opinie;
- ◆ modul de înregistrare a non-votanților, indecișilor și non-repondenților la întrebarea privind intenția de vot.

Am testat reprezentativitatea (testele  $t$  și  $\chi^2$ , la un nivel de semnificație  $p < 0,05$ ) eșantioanelor pe următoarele criterii (folosite acolo unde a fost posibil):

- ◆ distribuția pe medii, sexe și vârstă a populației;
- ◆ distribuția pe grupuri religioase;
- ◆ distribuția etnică;
- ◆ dotarea gospodăriei cu televizoare și autoturisme (încrucișat și cu mediul);
- ◆ gradul de educație al subiecților (încrucișat și cu mediul);
- ◆ distanța medie de la satele din eșantion la cel mai apropiat oraș.

Acestea fiind criteriile, în cele ce urmează nu voi semnala decât abaterile semnificative

ale eșantioanelor de la distribuția populației adulte a României, cu mențiunea că doar în două cazuri am fost nevoit să recurg la ponderări<sup>32</sup>.

Eșantioanele sunt de tip stratificat, criteriile de stratificare fiind provincia istorică sau aria culturală, mediul și dimensiunea localității (în câteva cazuri indicele de dezvoltare). Selecția la ultimul nivel a fost realizată în toate cazurile aleator pe listele electorale.

**VALORI'93** este o bază de date produsă de ICCV (coordonator prof. Cătălin Zamfir) în cooperare cu *Institute for Social Research*, Ann Arbor – Michigan, în vara anului 1993, în cadrul World Values Survey. Chestionarul, omnibus, a fost destul de stufos (412 itemi). Temele au fost strâns legate de investigarea valorilor, astfel încât majoritatea întrebărilor au fost de măsurare a opiniei (235 de itemi de opinie comuni<sup>33</sup>). Modul de înregistrare a non-răspunsurilor a fost din păcate neclar în cazul unor pachete de itemi, neexistând instrucțiuni clare de tratare și codare a acestora în formularul chestionarului, astfel încât rata medie a non-răspunsurilor trebuie interpretată cu prudență. Aceeași problemă apare și la înregistrarea intenției de vot, non-răspunsurile fiind asimilate probabil variantei „nu știu”.

**VALORI'97** este o cercetare similară derulată în decembrie 1997, între parteneri aflându-se de această dată și Universitatea București, în urma unui grant al CNCSU (coordonatorul proiectului: prof. Dumitru Sandu). Resursele financiare mai modeste au impus un chestionar mai scurt (292 de variabile), menținându-se ponderea însemnată a itemilor de opinie. Baza furnizează informație pentru toate categoriile de non-electori.

**EVS'99** face parte din aceeași serie de cercetări asupra valorilor realizată de ICCV în colaborare cu Universitatea București (grantul CNCSU 120/1999, coordonatori Lucian Pop și Mălina Voicu). De această dată este vorba despre European Values Survey, cercetarea de teren fiind realizată în iulie 1999 cu sprijinul fundației cu același nume.

Chestionarul a conținut 362 de itemi dintre care majoritatea de opinie (262 de itemi de opinie comuni), furnizând informație completă în ce privește non-electorii.

Tot parte a unor cercetări internaționale sunt și REFORMA'94 (mai 1994) și CONSOLDEM (Consolidarea Democrației în Europa Centrală și de Est, aprilie 1998) produse în ICCV sub coordonarea prof. Ioan Mărginean. Tema centrală a ambelor anchete, similare ca obiective, o constituie investigarea principiilor de bază ale organizării sociale în democrația românească. Dimensiunea chestionarelor este similară cu cea a VALORI'97 (194 și, respectiv, 295 de itemi). Dacă REFORMA'94 permite identificarea tuturor categoriilor de non-electori, în CONSOLDEM nu pot fi regăsiți non-votanții. Ambele eșantioane au abateri de reprezentativitate semnificative în ceea ce privește distribuția încrucișată pe medii și sexe. Am ponderat în consecință ambele eșantioane după distribuția așteptată pentru aceste caracteristici. Datorită distorsiunilor sale (nerezolvate nici prin ponderare) nu am utilizat REFORMA'94 decât în analizele realizate la nivel individual, în timp ce în analizele realizate la nivelul agregat al anchetelor am folosit baza în cauză separat, pentru a verifica concluziile articolului și pe eșantioane nereprezentative.

**COMALP** („Alegeri sociale în tranziția postcomunistă din România”) și **MECELECT** („Mecanisme Electorale”) sunt două cercetări realizate de Catedra de Sociologie din Universitatea București (coordonatori prof. Dumitru Sandu, respectiv, lector Alfred Bulai) și finanțate prin granturi CNCSU. Desfășurate în septembrie 1995 și decembrie 1996 cele două seamănă ca tematică cu REFORMA'94 și CONSOLDEM. COMALP'95 are 279 de itemi, majoritatea de opinie. MECELECT a reluat temele din COMALP în cadrul unei anchete panel, adăugând un număr însemnat de itemi (baza de date conține 584 de variabile) în intenția de a surprinde mecanismele electorale din alegerile ce abia se încheiaseră. Din păcate multe dintre întrebări par un pic cam forțate ca formulare, rata

non-răspunsurilor la itemii de opinie fiind cea mai ridicată (24,1%). În plus, MECELECT se constituie în outlier și printr-o altă caracteristică a sa: el este ceea ce am numit drept sondaj politic, însă are o lungime cu mult mai mare decât celelalte sondaje politice. Din punct de vedere al non-electoralilor, COMALP îi surprinde în toate aspectele lor, în timp ce MECELECT se distinge din nou prin faptul că el nu măsoară intenția de vot, ci votul în sine la alegerile decurse cu o lună înainte.

**POLSOC&SĂRĂCIE** (Percepții ale politicilor sociale și Sărăcie, noiembrie 1998) este o bază de date produsă în parteneriat de către ICCV și Universitatea București, la finanțarea cercetării contribuind și două granturi ale CNCSU (coordonatori prof. Cătălin Zamfir și Marian Preda). Obiectivele centrale au fost investigarea percepțiilor populației asupra politicilor sociale și măsurarea sărăciei subiective. Astfel, din chestionarul destul de lung (528 de itemi) doar jumătate dintre întrebări măsoară opinii. Baza permite identificarea tuturor elementelor componente ale NRFOVE.

**MLPAT'99** este produsă de ICCV (martie 1999, coordonator Cătălin Zamfir) în urma unei comenzi a MLPAT. Sunt 584 de itemi, marea majoritate de opinie (469 de itemi de opinie comuni, în condițiile unui chestionar cu multe salturi). Specific chestionarului este faptul că tematica sa (investigarea nevoii de locuințe, a percepției Agenției Naționale de Locuințe, a activității ministerului etc.) a generat o rată a non-răspunsurilor relativ mai ridicată decât în anchete similare. Măsurarea intenției de vot surprinde toate aspectele urmărite în structura non-electoralilor.

**BARRESUM** (Barometrul Resurselor Umane) reprezintă o serie de anchete periodice inițiate de Fundația pentru o Societate Deschisă începând din 1998. Folosesc în articolul de față cele două baze produse în 1998 de către CURS (iunie) și MMT (noiembrie). Chestionarele lungi (473, 497, respectiv, 510 variabile) investighează resursele de orice fel ale subiecților, precum și valorile acestora. Itemii de opinie sunt ceva mai mult de jumă-

tate. Barometrul din iunie nu înregistrează însă în mod distinct non-răspunsurile și nehotărâții, în timp ce ancheta din noiembrie și cea din mai o fac. Din punct de vedere al reprezentativității, barometrul realizat de CURS în iunie are o problemă similară cu REFORMA '94 în ceea ce privește distribuția pe nivele de educație, ponderea absolvenților de studii post-liceale fiind mult ridicată (18,6%).

**BAROPUB** (Barometrul de Opinie Publică) reprezintă seria de barometre comandate de FSD înlocuită de Barometrul Resurselor Umane. Sunt sondaje politice, scurte (între 122 și 184 de itemi). Indecșiile și non-răspunsurile nu sunt înregistrate distinct, iar pentru barometrul din iunie 1995 nu pot fi identificați nici cei care declară că nu s-ar prezenta la vot. Anchetele au fost realizate după cum urmează: de către CURS (iunie și decembrie 1995, iulie și octombrie 1996, iunie și decembrie 1997), ICCV (martie și septembrie 1995, martie 1996), MMT (martie 1997), LUAS (septembrie 1997). Pentru majoritatea acestor barometre lipsește informația referitoare la poziția itemului de măsurare a intenției de vot în cadrul chestionarului.

**POL-IULIE '97, POL-MARTIE '98, POL-SEPTEMBRIE '98, POL-MAI '99** sunt 4 anchete realizate de ICCV în iunie 1997 (coordonator prof. Ioan Mărginean), martie 1998, septembrie 1998 și mai 1999 (coordonator prof. Cătălin Zamfir). Făcând

parte din categoria sondajelor pe care le-am denumit politice, anchetele conțin 160, 158, 184 și, respectiv, 164 de itemi, permițând identificarea tuturor categoriilor urmărite de non-electori. POL-IULIE '97 prezintă curiozitatea chestionării intenției de vot printr-o întrebare „semiasistată”: „lista se citește numai la solicitarea subiectului”, spune instrucțiunea notată pe chestionar, fără a exista în baza de date nici o referire dacă lista a fost sau nu citită pentru fiecare caz în parte.

Cele 27 de cercetări sunt similare în ceea ce privește profilul eșantionului, exceptând REFORMA '94 (în urma ponderării, CONSOLDEM prezintă aceleași caracteristici ca și celelalte baze de date, din punct de vedere al distribuției pe variabilele anunțate în debutul acestei secțiuni). Criteriile de eșantionare sunt de asemenea similare, iar distribuțiile teritoriale ale populațiilor din fiecare eșantion nu diferă pe ansamblul celor 27 de baze de date. În aceste condiții, comparațiile între rezultatele fiecărei anchete sunt legitime.

Mai mult, pentru sondajele pe care le utilizez am testat consistența internă pornind de la corelații între optimism și încredere, de la distribuția răspunsurilor la itemul care măsoară standardul subiectiv de viață, precum și de la profilul pe vârste și medii al electoratului partidelor importante ca pondere în intențiile de vot ale populației investigate. Din motive de spațiu, prefer să nu redau aici toate aceste analize.

## ABSTRACT

The bulk of this paper is dedicated to investigate the causes and effects of non-responses in the political surveys. I used 27 data bases provided by different Institutes and private companies to prove that the predictions on the results of elections are better if there are taking in account not only the estimations from the vot item but also the characteristics of the survey by itself.

Romanian mass media noticed that different surveys conducted in the same period of time, are producing different estimates of the vote intentions. Usually, the „disfavored” political parties are incriminating of malevolence the agency that was collecting the data, while the public opinion formulates doubts about the probity of this agency.

In this paper, I am arguing against this point of view using theoretical explanations doubled by empirical evidences. My first point is that the proportion of the people with „no declared vote intention” varies among surveys as it is determined by the position of the vote intention item in the interview. On its turn, this is determined by the type of survey (focused or not on evaluations of the political process and its actors) and the length of the questionnaire.

The second part of the paper is trying to explain how the differences in „non-voter” proportion are influencing the percents obtained by the main Romanian political parties in the polls.

Third, I am shortly suggesting the main consequences on the way in which the polls’ results should be presented and read in order to have a good indicate about the voting behavior.