

рального ун-та. – 2023. – 7 марта. – Режим доступа: <https://news.sfu-kras.ru/node/27409>. – Дата доступа: 02.01.2024.

24. Let's Play Democracy, Exploratory Analysis of Political Video Games / A. Torres-Toukourmidis [et al.] [Electronic resource] // Societies. – 2023. – Vol. 13, iss. 2. – Mode of access: <https://doi.org/10.3390/soc13020028>. – Date of access: 02.01.2024.

(Дата подачи: 15.02.2024 г.)

И. Н. Кандричина, Г. М. Бровка

Белорусский национальный технический университет, Минск

I. N. Kandrichina, G. M. Brovka

Belarusian National Technical University, Minsk

УДК 316.46:324

МУДРОСТЬ ТОЛПЫ: ВОЗМОЖНОСТЬ ПРЕДСКАЗАНИЯ ИТОГОВ ВЫБОРОВ

THE WISDOM OF THE CROWD: THE ABILITY TO PREDICT ELECTION RESULTS

Идея мудрости толпы подвергает сомнению целесообразность проведения электоральных опросов и построения на основе собранных репрезентативных данных электоральных прогнозов. В статье анализируются прогностические возможности индекса толпы, условия эффективности применения и ограничения использования идеи мудрости толпы при прогнозировании итогов голосований.

Ключевые слова: мудрость толпы; индекс толпы; коллективный прогноз; электоральный прогноз; электоральный опрос.

The wisdom of the crowd casts doubt on the expediency of conducting electoral polls and building electoral forecasts based on the collected representative data. The article analyzes the predictive capabilities of the crowd index, the conditions for the effectiveness of the application and limitations of the use of the idea of the wisdom of the crowd in predicting the results of voting

Keywords: the wisdom of the crowd; crowd index; collective forecast; electoral forecast; electoral polling.

Статья 68 Конституции Республики Беларусь определяет, что: «Голосование на выборах является тайным: контроль за волеизлиянием избирателей в ходе голосования запрещается» [1]. Практика избирательного процесса показывает, что опросы общественного мнения в целом и электоральные опросы в частности являются неотъемлемыми элементами политической системы общества. Они используются средствами массовой информации, правительством и политическими партиями для оценки деятельности политических институтов страны и отношения населения к актуальному проблемному полю современной политики, а в период избирательных кампаний

и для формирования электоральных стратегии и программ, интерпретации поведения электората и прогнозирования итогов голосований. Но все опросы общественного мнения основаны на одном – сборе мнений и оценок респондентов, поэтому проблеме достижения точности электорального прогноза, разработанного на основе полученных методом репрезентативного опроса данных, остается актуальной на протяжении множества лет. Классические методы социологического исследования часто не позволяют решить проблемы, лежащие в основе качества прогнозов, ведь на протяжении XX–XXI веков их результаты варьировались от «превосходных» до «катастрофических». Идея мудрости толпы подвергает сомнению целесообразность проведения электоральных опросов и построения электоральных прогнозов на их основе.

Электоральные кампании XXI в. демонстрируют разнообразие методов сбора первичных данных и технологий прогнозирования итогов выборов. Однако большинство из них базируются на непосредственном или опосредованном контакте в ответно-вопросной ситуации. Предполагается, что людей спрашивают напрямую об их электоральных намерениях, а они честно отвечают, за кого планируют голосовать. Формулировка вопроса может меняться, но нет никаких сомнений в том, что все опросы направлены на измерение индивидуального электорального поведения при голосовании либо на конкретных фактически запланированных выборах, либо на гипотетических «выборах завтра». Используя данные электорального опроса, учитывая модель выборочной совокупности, доверительную вероятность и доверительный интервал, выбор методов сбора и обработки информации, организаторы опроса каждый раз складывают намерения голосовать 1000 или более человек и получают, электоральные рейтинги политических партий.

Однако электоральный прогноз – довольно сложное дело, по крайней мере, если судить по результатам прогнозирования итогов выборов последнего двадцатилетия. Так, Дж. Гэллуп ошибся всего на 2 процентных пункта в предсказании итогов выборов 2000 г., но он предрек неверного победителя всенародного голосования, а в 2004 г. «Fox News» верно предугадал долю голосов Дж. Керри в 48 %, но неверно предположил его победу, однако по всем показателям 2008 г. считался знаменательным годом для индустрии опросов США, он быть назван самым точным с 1956 г. [2]. В Великобритании в 2010 г. самый точный прогноз имел среднюю ошибку 1,25 %, наихудшая средняя ошибка опроса составила 3,25 %, что выходит за рамки стандартных статистических погрешностей. В тоже время 2005 г. считался успешным для полстеров, а 1992 г. – провальным (большинство предсказали неверного победителя).

Возможно, электорат стал слишком искушенным и несклонным давать правдивые индивидуальные ответы на вопрос о намерениях голосовать, и существует альтернативный и более эффективный способ выявления намерений и прогнозирования поведения избирателей?

Мудрость толпы – это идея, вытекающая из теории коллективного суждения и используемая сегодня в маркетинге. Она заключается в том, что любая толпа, соответствующая набору базовых характеристик, способна давать более правдивые ответы и сделать более точные предсказания, чем отдельно взятые самые умные и квалифицированные лица, входящие в ней. Под толпой в данном контексте понимается группа людей, сформированная открытым призывом к участию.

Дж. Шуровески [3] определил ключевые характеристики «мудрой толпы»:

1. Разнообразие мнений: точность коллективного прогноза повышается с увеличением количества полученных индивидуальных суждений;

2. Независимость: отсутствие стороннего давления и влияния при формировании индивидуального мнения, суждение должно основываться только на личном опыте и знаниях;

3. Децентрализация: включения мнений представителей различных социальных групп и слоев;

4. Агрегирование: превращение всех полученных частных суждений в коллективное решение.

При выполнении данных требований ошибки в суждениях компенсируют друг друга, в итоге получается точная оценка или правдивый прогноз развития события. Дж. Шуровески подтвердил свою концепцию многочисленными примерами, в частности, толпой, идеально предсказывающей вес быка, и группой, состоящей из нескольких сотен финансовых трейдеров-любителей в Айове, более точно предсказавшей результаты американских выборов, чем электоральный прогноз на основе опросов Дж. Гэллапа.

Однако результаты маркетинговые исследования редко сравниваются с реальным результатом. Исследования потребителей, рынка, конкурентов в целях повышения эффективности бизнеса предполагают точность в пределах стандартизированных пределов погрешности и соблюдения стандартных принципов теории вероятностей. Процедура избрания кого-либо путем открытого или тайного голосования имеет периодичность, поэтому доказать эффективность ежемесячных, еженедельных или даже ежедневных опросов о намерениях голосовать практически не возможно. Только, когда выборы действительно назначены, электоральный опрос превратится в долгожданный «прогнозный» опрос: проверку компетентности как опрашиваемого, так и опрашиваемого.

М. Бун, директор британского агентства по изучению общественного мнения и рынка «ICM Research», решил провести эксперимент и выявить прогностические возможности идеи мудрости толпы в течение всеобщих выборов в Великобритании в 2010 г. и референдума об изменении системы голосования на выборах в Палату общин в 2011 г. Вопросы о мудрости толпы были заданы в конце стандартного электорального телефонного интервью. Основной целью исследовательской инициативы являлось оценка достоинств методологии электорального опроса «ICM Research», уровня

квалификации и компетентности организации и сравнение точности классического электорального прогноза и предсказания толпы [4].

Электоральный опрос для газеты Guardian проводился на основе случайной выборки, размер которой составил 2022 человек в возрасте 18 лет и старше методом телефонного опроса 3–4 мая в целях публикации прогноза в день выборов (06.05.2010). Он был организован и проведен в соответствии со всеми методологическими принципами и методикой прикладного исследования. Респондентам задавался комплекс вопросов, направленный на оценку явки на голосование, выявление сегодняшних электоральных намерений и прошлого электорального поведения. На основе полученных данных был составлен точный электоральный прогноз фактического результата всеобщих выборов, его средняя ошибка составила 1,25 %. Этот показатель является эталоном, по нему же было проведено сравнение точности прогнозирования, основанного на идеи мудрости толпы.

Суть идеи мудрости толпы заключается в спонтанном вопросе. Два вопроса, направленные на оценку мудрости толпы были заданы после завершения стандартного опроса в целях получения непреднамеренного предположения о фактическом результате голосования. Респондентов просто попросили указать предполагаемую процентную долю голосов, которую получит каждая из трех основных сторон (Лейбористская партия, Консервативная партия, Либерал-демократы) и общую процентную долю голосов, отданных за другие партии (Демократическая юнионистская партия, Шотландская национальная партия, Шинн Фейн, Партия Уэльса, Социал-демократическая партия, Зеленая партия Англии и Уэльса, партия «Альянс» и др.). Во втором вопросе дополнительно предоставлялась информация об актуальной истории выборов: «На последних всеобщих выборах в 2005 г. Лейбористская партия получила 36 % голосов, консерваторы – 33 % голосов, либерал-демократы – 23 %, а более мелкие партии вместе взятые – 8 % голосов. Зная это, какую процентную долю голосов, по вашему мнению, выиграет... партия на предстоящих всеобщих выборах?».

Коллективный прогноз отклонялся от результата на 2,2 %. Электоральный опрос «ICM Research» был более точным, но средняя ошибка по всем проведенным в течение данной избирательной кампании опросам различными исследовательскими группами и организациями Великобритании составляла в среднем 2,2 %, соответственно прогностические возможности мудрости толпы не лучше и не хуже. Однако прогноз мудрости толпы завысил возможную процентную долю голосов лейбористов, недооценил поддержку консерваторов и на три пункта занизил долю голосов либерал-демократов. Классические электоральные прогнозы не содержали подобных ошибок, а доля голосов либерал-демократов была предсказана абсолютно верно.

Вторая попытка внедрения идеи мудрости толпы и оценки прогностических возможностей коллективного суждения была предпринята «ICM Research» в ходе прогнозирования результатов референдума об изменении

системы голосования на выборах в Палату общин в 2011 г. Классический электоральный прогноз, основанный на данных социологического опроса электората, точно предсказал результат референдума. Однако индекс толпы, средневзвешенная вероятность того или иного исхода события, полученная посредством агрегирования индивидуальных ответов, отклонился от фактического результата голосования на девять пунктов.

Почему же коллективный прогноз был настолько не точным? Возможно, дело в недостаточном уровне информированности и компетентности. Так, Дж. Шуровьески утверждает, что суждения должны основываться на каких-либо сведениях, чтобы толпа стала «умной». Он ссылается на вероятную неспособность группы детей покупать и продавать акции «Thiokol» в то время как трейдеры успешно справились с этой задачей после катастрофы «Challenger». Референдум ранее не проводился, следовательно, толпа не обладала достаточной информацией для адекватной оценки возможного результата, ведь когда толпа предсказывала вес быка, у всех участников была возможность посмотреть на него и оценить размер животного. Коллективный прогноз результатов всеобщих выборов оказался достаточно точным в силу того, что большинство людей обладали базовыми знаниями о британской политике и итогах предыдущих выборов. Исследование, проведенное после референдума, показало, что многие избиратели были ошеломлены предложением перехода на предпоченциальное голосование за депутатов Палаты общин, а многие даже не знали о проведении референдума. В таких обстоятельствах суждения толпы могли быть поверхностными, а их прогностическая способность – ограниченной.

В любом случае, главным достоинством коллективного прогноза, основанного на идеи мудрости толпы, является ее простота. Этот метод позволяет избежать эффекта социальной желательности, проблем спирали молчания и проявления конформизма мнений, ведь акцент перенесен с личных планов и намерений на электоральное поведение других людей, а также решения ряда теоретико-методологических проблем. При построении прогноза нет необходимости минимизации ошибок выборки, покрытия, измерения, обработки и корректировки, а также анализа и моделирования, предсказание формулируется на основе простого усреднение всех полученных суждений.

Основным постулатом идеи мудрости толпы является то, что любая разнообразная, независимая и децентрализованная группа может давать точные прогнозы. Однако существуют и ограничения использования данной идеи. Первой проблемой является уровень информированности членов толпы. Для вынесения предположения людям необходимо обладать какими-либо знаниями и представлениями об объекте исследования. Процесс формирования мнения всегда основан на опыте и доступном материале: собственных исторических знаниях, сведениях о текущих политических событиях, политических рейтингах, базирующихся на данных электоральных опросов. В этом смысле Индекс толпы лучше рассматривать как дополнение к электоральным опросам, а не как альтернативу им.

Вторым ограничением является качественный состав толпы. Электоральные опросы основаны на репрезентативной выборке, обеспечивающей способность выборочной совокупности отражать структурные свойства и воспроизводить характеристики генеральной совокупности. Во избежание случайных ошибок выборки и прочих искажений данные различных опросов могут агрегироваться. Агрегирование опросов помогает снизить волатильность электоральных прогнозов, однако не гарантирует точность предсказаний. Для формирования коллективного прогноза не имеет значения, является ли толпа репрезентативной, политически ангажированной или предвзятой. Однако гомогенная толпа, в основном или полностью состоящая из однородных участников по одному или нескольким признакам, таким как пол, возраст, образование, социокультурный уровень, личностные особенности и партийная принадлежность, вряд ли будет «умной». В этом скрыто некоторое противоречие: с одной стороны, постулируется, что состав толпы не имеет существенного значения, с другой стороны, нарушение принципов децентрализации мнений и их разнообразия приводит к формированию «немудрой» толпы. Соответственно, для получения точного прогноза необходимо провести некоторую работу по формированию гетерогенной по различным признакам толпы, чтобы получить многообразие мнений.

Третье ограничение тесно связано с предыдущим – это размер толпы. Считается, что «мудрость толпы» растет вместе с ее количественным составом, ведь чем больше суждений, тем строже соблюдается принцип многообразия мнений, тем точнее предвидение. Платформы краудсортинга, например, постоянно стремятся к привлечению новых участников, упрощая процесс подключения. А Дж. Шуровьески в своей книге демонстрировал примеры того, как довольно маленькие группы формировали верные коллективные решения. Сама идея о том, что многие умнее немногих, не всегда верна, особенно если члены группы знакомы с мнениями друг друга и находятся под их влиянием. Выборка репрезентативного электорального опроса, в среднем, включает в себя от 1000 до 2000 человек. Однако уменьшение размера выборочной совокупности часто не влияет на результат исследования. Так, например, М. Бун сравнил общий результат электорального опроса, основанного на выборке из 2022 респондентов (средняя ошибка электорального прогноза составила 1,25 %) с данными, полученными из случайно выбранных и демографически взвешенных подвыборок данного опроса, включающих в себя 500, 250 и 100 респондентов. Итак, средняя ошибка электорального прогноза, основанного на 500 интервью, снизилась до 0,6 %; средняя ошибка предсказания, основанного на 250 интервью, составила 0,5 %; а опрос 100 респондентов привел к увеличению средней ошибки прогноза до 1,5 %. Исходя из этого, можно утверждать, что толпа, состоящая всего из 250 человек, вполне способна давать разумные и точные прогнозы результатов выборов при соблюдении принципов многообразия, независимости, децентрализации и агрегирования мнений.

Идея мудрости толпы обладает определенным прогностическим потенциалом и может конкурировать с электоральным опросом, который как основа прогнозирования результатов выборов постоянно эволюционирует и дополняется альтернативными технологиями и методами. В последнее время все большее распространение получают коммерческие центры и онлайн-агентств по изучению общественного мнения, онлайн-агрегаторы опросов и омнибусы, рынки предсказаний и многочисленные статистические прогнозные модели. В таких условиях использование индекса толпы может способствовать созданию своего собственного бренда небольшим онлайн-агентствам либо повышению рейтинга отдельных веб-сайтов, опрашивающих собственных посетителей для составления политических рейтингов. Безусловно, идея мудрости толпы и коллективный прогноз получают и расширят сферу своего практического применения, например, в маркетинге, блокчейне и букмекерской деятельности, но станет ли коллективный прогноз дополнением к классическим электоральным опросам или их альтернативой, остается открытым и дискуссионным вопросом. Ведь именно в области электорального прогнозирования индекс толпы должен доказать свою состоятельность. Это может стать, в некотором смысле, революцией в исследовании электорального поведения – отказ от массовых опросов, репрезентативной выборки и агрегирования самооценок респондентов. Но, учитывая, историю электорального прогнозирования и проблему достижения точности электорального прогноза, переход от: «Я буду голосовать за кандидата X» к: «Мы думаем, что это будет результатом» имеет столько же шансов на успех предсказания результатов выборов, как и традиционные электоральные опросы. Ведь даже использование хорошо зарекомендовавших себя методов и технологий электорального прогнозирования не гарантирует отсутствие неудач.

Список использованных источников

1. Конституция Республики Беларусь. – Минск: Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2022. – 78 с.
2. Кандричина, И. Н. Проблема точности электорального прогноза / И. Н. Кандричина // Научные труды РИВШ. Философско-гуманитарные науки. – Минск: РИВШ, 2022. – Ч. 1. – С. 83–89.
3. *Шуровьески, Дж.* Мудрость толпы. Почему вместе мы умнее, чем поодиночке, и как коллективный разум формирует бизнес, экономику, общество и государство: пер. с англ. / Дж. Шуровьески – М: ООО «И. Д. Вильямс», 2007. – 304 с.
4. Boon, M. Predicting Elections. A ‘Wisdom of Crowds’ Approach / M. Boon // International Journal of Market Research. – 2012. – Is. 4. – P. 465–483.

(Дата подачи: 13.02.2024 г.)