

DOI: 10.14515/monitoring.2014.1.02

УДК 303.621.32(470+571):323/324(477.75)

Б.З. Докторов

ЗАМЕТКИ ОБ АНАЛИЗЕ КОРРЕКТНОСТИ «КРЫМСКОГО ОПРОСА» ВЦИОМ И ФОМ

ЗАМЕТКИ ОБ АНАЛИЗЕ КОРРЕКТНОСТИ
«КРЫМСКОГО ОПРОСА» ВЦИОМ И ФОМ

NOTES ON THE ANALYSIS OF CORRECTNESS OF
«THE CRIMEAN POLL» OF VTSIOM AND FOM

ДОКТОРОВ Борис Зусманович — доктор философских наук, профессор, независимый исследователь и консультант (США). E-mail: bdoktorov@inbox.ru.

DOKTOROV Boris Zusmanovich – Doctor of Philosophy, professor, independent researcher and consultant (USA). E-mail: bdoktorov@inbox.ru.

Аннотация. Данный текст представляет отклик на статью Дмитрия Rogozin «Насколько корректен телефонный опрос о Крыме: апостериорный анализ ошибок измерения», опубликованную в текущем номере журнала «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены» (№2, 2014).

Цель текста — валидизировать выводы Д. Rogozin некоторыми сюжетами из истории изучения общественного мнения в России и США. Выводы Д. Rogozin представляются автору оправданными.

Автором выбран жанр записок, что дает ему возможность соединить сюжеты, расположенные в центре проблемного поля рассуждений Rogozin и развернувшейся вокруг этого дискуссии, затрагивающей более широкий круг проблем.

Ключевые слова: Крым, ВЦИОМ, ФОМ, общественное мнение, полстеры, методология исследования.

Abstract. This text is a response to Dmitry Rogozin's article titled "On the Accuracy of the Telephone Survey about Crimea: A Posteriori Error Analysis" published in the current issue of the Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes (No 2, 2014).

The author's goal is to validate the Rogozin's conclusions with some scenes from the history of polling in Russia and the United States. Rogozin's conclusions seem to be justified by the author.

The author choose notes as a genre to combine topics of the Rogozin's problem field and a wider discussion.

Keywords: Crimea, VCIOM, POF, public opinion, pollsters, research methodology.

15–17 марта 2014 г. ВЦИОМ и ФОМ замеры отношение россиян к вопросам защиты населения Крыма и вхождению этой территории в состав России. Полученные результаты фактически зафиксировали полное единодушие жителей страны (94%) по поводу того, что Россия должна защищать интересы крымчан независимо от их национальности, а также очень высокую степень согласия (91%) с тем, чтобы Крым стал субъектом Российской Федерации. При этом подавляющее большинство опрошенных считают Крым частью России (86%) и разделяют мнение о том, что Россия должна защищать крымчан, даже если это осложнит ее отношения с другими странами (81%).

Факт столь высокого уровня «единомыслия» в России не мог не вызвать интереса среди социологов. С одной стороны, наблюдая и анализируя сообщения СМИ, прежде всего

телевидения, о событиях на Украине и, в частности, в Крыму, а также принимая во внимание статистику проведенных ранее Левада-центром и ВЦИОМ опросов, нечто подобное можно было ожидать. С другой стороны, распределения типа «все или ничего» всегда вызывают у социологов вопросы о корректности измерения. В какой мере статистика ответов является следствием погрешности формулировки исследовательского вопроса и строения измерительной шкалы? Каковы ошибки процедуры сбора данных?

Настоящие заметки порождены не стремлением высказаться относительно собственно итогов «крымского опроса». Они в полной мере вписываются в мое представление о механизмах формирования, культивации массового сознания и не только в России. Много лет занимаясь историей опросов общественного мнения в США, я знаю, что в некоторые критические моменты жизни общества американцы оказываются в высшей степени единодушны в поддержке политики президента.

Данный текст — отклик на статью Дмитрия Рогозина о «крымском опросе» [6], иными словами, «отклик на отклик», явно не самый распространенный в науке жанр. Вместе с тем предлагаемый материал выходит за пределы проблематики статьи Рогозина. Перечень рассматриваемых тем навеян показавшейся мне весьма интересной дискуссией в сети Facebook, проходившей 2–3 апреля. Она была вызвана сообщением Рогозина о его работе над статьей, пафос которой «показать, как стремление к правде и отстаивание гражданской позиции подрывают основы научной работы». Как и можно было ожидать, этот блог привлек внимание нескольких социологов, полстеров и исследователей рынка, а само обсуждение поместило тему, заявленную Рогозиным, в широкий историко-методологический и науковедческий контекст.

Анализ самого опроса и выводов Рогозина могли бы быть оформлены в виде научной статьи с постановкой проблемы, историческим экскурсом, обоснованием методологии и прочее. Но избран жанр записок, что дает возможность соединить сюжеты, как мне представляется, расположенные в центре проблемного поля рассуждений Рогозина и его фейсбучных френдов, но при этом освобождает меня от необходимости анализа связей и переходов между рассматриваемыми темами. Надеюсь сделать это в будущем.

Из истории работы на Кремль

История сотрудничества российских социологов с Кремлем, администрацией президента охватывает почти два десятилетия. Она много короче американской, однако уже может стать темой специальных историко-социологических исследований. Два моих интервью с аналитиками, стоявшими у истоков этого направления в изучении общественного мнения, дают понять, как все начиналось. Первое из них проведено с Георгием Сатаровым 27 июня 2000 г., второе — днем позже — с Александром Ослоном. Короткие версии этих интервью вошли в книгу о мнениях россиян в эпоху Ельцина, опубликованную более 10 лет назад [2].

Георгий (Юрий) Сатаров — учредитель и президент Фонда ИНДЕМ; с февраля 1993 г. по февраль 1994 г. член Президентского совета, участник Конституционного совещания по разработке новой Конституции РФ; с февраля 1994 г. по сентябрь 1997 г. — помощник Президента РФ Б. Ельцина. Полный текст интервью с ним размещен несколько лет назад на портале «Международная биографическая инициатива» [7]. Ниже — лишь фрагменты текста; это рассказ Сатарова об использовании высшими властными структурами результатов опросов.

Можно ли сказать, что властными структурами — высшими властными структурами, в частности на уровне Кремля, президентскими структурами, — в той или иной степени учитывается общественное мнение россиян?

Можно. Тут все дело в степени и в какого рода решениях. Но и кроме того, все мы получали от ФОМа, ВЦИОМа, Грушина — Vox Populi и т.д. Грушин больше сотрудничал со службой помощников; Людмила Пихоя с ним постоянно контактировала, и, в принципе, Ельцин с большим пиететом относился к Грушину, неслучайно он ввел его в состав президентского совета.

Теперь влияние на принятие решений. Может быть, самый яркий эпизод, когда эта информация влияла на принятие решений, это, наверное, 1997 г...

Теперь я хотел бы задать такой вопрос: как бы ты мог попытаться сформулировать кратко, чем является общественное мнение для политиков высшего уровня? Это советчик, критик, просто какой-то инструмент для изучения, ну, как зеркало?

У меня тут, понимаешь, своя теория на этот счет, и она очень сильно отличается от предмета обсуждений по этому поводу, я имею в виду политсоциологию. Я считаю (хотя, может быть, это звучит громко, банально), что основная задача политсоциологии — обслуживать не политиков, а общество. Сейчас я объясню почему. Обычно ведь как говорят: вот, эти рейтинги — они влияют на общественное сознание, они искажают политические решения! Это все в корне неправильно. Суть теории: человек — существо социальное. Что это значит практически? Это значит, что он принимает решения социально. Вот например: мне нравится, как одевались мушкетеры в XVII в., но это не значит, что я пойду на улицу в костюме мушкетеров. Хотя индивидуально мне, казалось бы, пошел этот костюм: у меня борода, я умею фехтовать и прочее. Но я хожу в чем-то социально принятом. И когда я принимаю решения в обыденной жизни, я всегда соотношу представление о предмете моего решения с представлениями других: моей референтной группы, моих знакомых, семьи, кого угодно. Естественно, на политические решения это распространяется точно так же, как и на выбор одежды, машины, жены или еще чего-то. И спрашивается: как, откуда человек может почерпнуть информацию, чтобы социализироваться в этом решении? Во-первых, конечно, он общается с себе подобными: «Слышал, что вчера Путин сказал? Видел, как Доренко его замочил?». Это постоянная рефлексия *политического* для обычного человека. И социология в этом смысле помогает человеку. Точно так же, как модные журналы помогают женщинам одеваться, принимать решения, выбирая одежду; точно так же политсоциология в первую очередь помогает гражданам принимать социально приемлемые и осмысленные решения — вот это главная задача. Конечно, модные журналы выполняют другую задачу — продавать одежду хороших кутюрье, опять же социально признанных кутюрье. Никогда не бывает однозадачных таких сложных вещей. Точно так же и здесь — социология помогает продавать политиков, но одновременно помогает покупать. В этом смысле честность социологии — это прежде всего честность не перед политиком, а перед обществом. Если эта функция — помочь сориентироваться обществу при принятии политических решений, то твои искажения асоциальны в первую очередь. Это не обман клиента, это не черный PR, это в первую очередь асоциальность. А дальше — да, конечно, следующий уровень — это помогать политикам, помогать политтехнологам. И конечно, у нас политики уже очень давно привыкли ориентироваться на общественное мнение, и привыкли врать с помощью него, и привыкли фехтовать с его помощью друг против друга. Это уже стало общепризнанным инструментом.

То есть можно сказать, что есть разные формы использования, формы реакции, но по сути дела, данные о состоянии общественного мнения — социологические, или журналистские, или иные — уже вошли в политический обиход всех уровней власти.

Конечно. Причем, если говорить об уровнях, это иногда приобретает абсолютно маразматические формы. Понятно, что уважающие себя фирмы — ВЦИОМ, ФОМ, РАМИР, АРПИ — *не будут врать, им это профессионально невыгодно*⁵, потому что они тогда перестанут зарабатывать. Ну как — они раз в четыре года могут заработать на кампаниях, но они-то вынуждены зарабатывать на маркетинге, на куче других вещей, и для них репутация важнее всего. Они не врут.

Теперь — фрагмент из беседы с Александром Ослоном — создателем и президентом Фонда «Общественное мнение». Полный текст интервью представлен в Интернете [5], здесь — только о возникновении президентских опросов и пример того, с какими сложными научными и этическими проблемами пришлось столкнуться исследователям.

Прежде всего я хотел бы спросить тебя: в России, в Москве в частности, существует несколько исследовательских центров; как произошло, что именно ФОМ стал работать напрямую на президентские структуры?

Тут, наверное, дело случая. Это произошло в 1996 г. В начале года были совершенно пессимистические настроения, поэтому и интерес к исследованиям, и заказы — все это исчезло. Была такая пустыня — тревожное ожидание предстоящих президентских выборов. Перспективы Зюганова расценивались как совершенно однозначные, ну и все последующее рассматривалось в самом мрачном свете. Как раз в то время и произошел закулисный «дворцовый поворот», когда группа так называемых олигархов (будущих олигархов), собравшись в Давосе, решила все взять в свои руки и подойти к предвыборной президентской кампании совершенно иначе, по-новому, вытеснив чиновников, которые все это вели. В тот момент я попытался все-таки воспользоваться ситуацией, сделать какие-то предложения, например, провести исследование, основанное на идеях NLP — нейролингвистического программирования. Тогда я этим очень увлекался, и мне казалось, что интересно будет выяснить, какая доля населения относится к «визуалам», «аудиалам», какие стереотипы, шаблоны поведения в терминах NLP преобладают. Об этом предложении были всякие разговоры — с Марком Урновым, с Юрой Сатаровым. В конечном счете Юра мне устроил возможность выступить в течение 5 минут перед группой, которая занималась выборами — одной из противоборствующих групп, которую возглавлял первый помощник Президента Илюшин. Там сидели известные люди (в том числе Грушин). Это было 21 марта 1996 г. Я пришел, у меня было 5 минут, я рассказал, они покивали головами. И я ушел, понимая, что пирог жирный, желающих много, и совершенно не предполагая, что это будет иметь продолжение — даже в смысле данной работы. В этот же день был один семинар, и меня на этом семинаре отыскивали и вызвали еще раз туда же, в Кремль, в ту же комнату. Я пришел, там сидели уже другие люди, часть из тех, кто был утром (но Грушина не было): Сатаров, Шахрай⁶... Илюшина не было. Потом вошел Чубайс⁷, снял пальто, сел во главе стола — там такой длинный стол — и сказал: «Давайте работать». А я случайно сел совсем недалеко от

⁵ Здесь и далее курсив автора. — Б.Д.

⁶ Сергей Михайлович Шахрай — один из организаторов избирательной кампании Б.Н. Ельцина.

⁷ Анатолий Борисович Чубайс — руководитель избирательный штаба Б.Н. Ельцина.

него. Минут через 15 я прервал все это и спросил, куда я попал, что здесь происходит, что это все означает и при чем тут я. Он сказал: «Потом поймете». Вот так начала работать аналитическая группа Чубайса.

В следующий раз (или через раз — через день) заседание уже проходило не в Кремле, а в здании мэрии. И постепенно стало ясно, что группа должна, собственно, стать мотором всей работы. Там, за кулисами, уже произошло кондиционирование этой группы, хотя еще по-прежнему действовали и штаб Сосковца с большим количеством людей, техники, мебели и прочее, и штаб Филатова, и еще какая-то структура, которая уже была на издыхании. Но решение уже состоялось, хотя еще не было ресурсов, поэтому до какого-то времени все это оставалось в стадии прожектов.

Примерно через 10 дней — может быть, 30 марта — пришел Чубайс и сказал: «Все, деньги есть». Вот с этого момента все и стало реальностью. В результате этой очень интенсивной работы был выработан основной концептуальный план, как можно победить, как можно переломить отношение к Ельцину... Были выдвинуты тезисы типа «он должен быть иным» (с другими словами, с другой лексикой, с обращением к разным конкретным группам), «он должен все время удивлять» (в его поведении должна быть необычность), «он должен много ездить»... Отдельно была предусмотрена антикоммунистическая линия... Ну, в общем, мы начали с такой конкретной работы — с такой странной для меня ситуации.

Потом я спросил у Сатарова, как это все произошло. Он сказал: «Ну как... Меня спросили: «Кого?», я сказал: «Тебя». Так что в общем я и не знаю, как это произошло. Больше того, поначалу мне казалось, что моя роль там — опросов «наловить» и выдавать результаты. Я пытался найти какие-то форматы... Ну, ты знаешь наши бюлетени предвыборные (иногда их было по несколько штук в день, но в каждом — одна мысль, максимум две), там 2–3 листочка — конкретный тезис, который раскрывается коротко, ясно, лаконично. Ну, а опросы — это моя работа. А потом стало интересно уже совать нос во все дела. Вот так пространно я ответил, заодно рассказал интересную историю.

Тогда же проводились, естественно, и другие исследования, и это как раз шло через меня. Фактически я помогал оформить заказы и для ВЦИОМ⁸, и для кого-то еще, но основной объем (не считая того, что шло на ФОМ) приходился на ВЦИОМ. Так что они выполняли тоже очень даже много работы, но они в качестве отчетов представляли традиционные толстые книжки, где страниц 10–15 составлял текст, а дальше шли таблицы.

Они просто выдавали все таблицы. Естественно, читать это никто не мог. И поэтому, когда эти отчеты появлялись, их передавали Шабдурасулову⁹, а Шабдурасулов мыкался с ними и наконец спрашивал: «Может, ты возьмешь, а?». Я это брал, и у меня до сих пор есть эти ВЦИОМовские отчеты 96-го года — толстенные. И именно в противовес им я делал абсолютно лаконичные отчеты-дайджесты, совсем в другом формате.

Как бы ты оценил, учитывает ли в своей работе Кремль (я по-простому скажу, а имеются в виду высшие эшелоны власти) состояние общественного мнения? Или это рассматривается как третий фактор, который существует сам по себе — и Бог с ним.

Если коротко...

Я сейчас исключаю электоральные данные...

⁸ В то время руководителем ВЦИОМ был Юрий Александрович Левада.

⁹ Игорь Владимирович Шабдурасулов — начальник департамента культуры и информации аппарата Правительства РФ, один из организаторов избирательной кампании Б.Н. Ельцина.

Если коротко отвечать, то — да, учитывают.

И еще один пример на тему, кого вводят в заблуждение, — начало работы аналитической группы. В течение первых дней мне стало ясно, что люди, которые там присутствуют, особенно наиболее близкие к Ельцину (т.е. Татьяна¹⁰, тот же Валентин Юмашев¹¹, да и Чубайс тоже), предполагают только позитивное отношение к Ельцину. Это слышалось в подтексте их высказываний. То есть они тогда до конца не понимали всю глубину негатива, непопулярности президента. Я пытался им это сказать, но они не слышали. Они верили в другое. Я пытался цифры привести, но что такое цифры? Предположим, наши цифры говорят, что, скажем так, 3–4%, ну, 5% респондентов доверяют Ельцину. «Ну, мало ли кого вы спрашиваете... Может, вы спрашиваете не тех... И вообще — почему эта цифра, а не другая. Это неверно, что-то не так». И так всегда, до тех пор, пока не привыкнут к потоку этих цифр и не будут их принимать во внимание, серьезно. Всегда есть это: «А вот я вчера видел по телевизору: вышел корреспондент на улицу и спросил про Бориса Николаевича 5 человек. И всего только трое сказали, что плохо относятся, а это же не 5%». Вот такого типа сомнения. Всего не воспроизведешь. Тогда я проделал следующую работу. У нас как раз заканчивалась очень срочная работа, основанная на незаконченных предложениях, которые предлагалось завершить респондентам. В 5 городах 200 человек: «Ельцин должен был сделать...», «Ельцин сделал...», «Ельцин как президент для меня...», «Ельцин как человек для меня...» и т.д. 20 таких незаконченных предложений. Я не стал специально обрабатывать результаты, а просто распечатал такие книжечки: ответы, сгруппированные только по населенным пунктам. Единственное, что я сделал — это убрал нецензурные слова, мат. Интервьюеры прислали по электронной почте файлы, у них указание: «Запишите дословно ответ респондента». Я читаю: «Что Ельцину надо делать?» А там ответ: он должен пойти и написано куда... Это я убрал. И второе: я убрал высказывания, связанные с желательностью его смерти («чтобы он сдох»), поскольку все-таки дочь — неприятно. И просто дал книжки почитать. А дело было по вечер... Утром явился — они, перекошенные, бледные, говорят: «Это что — правда?» Вот так они фактически первый раз серьезно осознали... А до этого они слышали, знали и т.д., но не воспринимали — существовал барьер.

И можно допустить, что это стало известно президенту?

Вот этого я не могу сказать, не знаю. Я могу сказать, что в целом эти месяцы были абсолютно открыты, абсолютно откровенны. Очень может быть, что как-то по-своему это было донесено. Встречи с Ельциным — они были регулярными — показывали, что он в курсе всего. На самих встречах разговор был абсолютно откровенным, то есть делался, ну, чуть-чуть, может быть, какой-то учет, кто он, и поэтому чуть-чуть стилистика менялась по сравнению с нашими этими ежедневными заседаниями, где уже был общий язык, — там с полуслова было все ясно.

Как достигалась финансовая независимость первых американских полстеров от Белого дома

Придет время, и в истории изучения общественного мнения в СССР/России будет раздел о становлении опросов, проводимых в интересах и по прямым заказам президентской

¹⁰ Татьяна Борисовна Ельцина — советник президента России.

¹¹ Валентин Борисович Юмашев — один из организаторов избирательной кампании Б.Н. Ельцина.

администрации. И, думается, что основателями этого направления заслуженно будут признаны Георгий Сатаров, Александр Ослон и Юрий Левада. И еще один человек — Анатолий Чубайс. Его фраза, отраженная в воспоминаниях Ослона: ««Все, деньги есть», — перевела план, намеренья в реальность».

Предвыборные общенациональные опросы — очень дорогой вид социальных исследований, в 1996 г. у государства таких денег не было. Избирательный штаб Ельцина нашел их у группы олигархов («семибанкирщина»), предпринимавших огромные усилия к тому, чтобы на выборах не победили коммунисты. Это было тогда единственно возможное решение проблемы финансирования опросов. И если бы и дальше был найден разумный вариант частного или корпоративного финансирования зондажей общественного мнения, необходимых для властной элиты, и он реализовывался бы в настоящее время, то, думаю, что сегодняшняя дискуссия по поводу «Крымского опроса» была бы лишена ряда осложняющих оттенков.

Первые опросы общественного мнения Джорджа Гэллапа проводились на деньги консорциума прессы, объединявшего крупные и мелкие издания разной политической и идеологической направленности. Полы Элмо Роупера и Арчибальда Кроссли были созданы журналом «Форчун» и издательским синдикатом Уильяма Херста «King Features» соответственно. Эти полстеры всегда оставались независимыми исследователями и не работали по заказам Белого дома.

Уникальное место в истории исследований общественного мнения и его конституирования в системе властных институтов США занимает Хэдли Кэнтрил. Он был первооткрывателем механизмов массового сознания и поведения, блестящим аналитиком политических установок, прекрасно знавшим тонкости опросных технологий. Он был психологом и социологом, философом науки и политическим исследователем, журналистом и дипломатом. И с Кэнтрила отсчитывается история сотрудничества американских президентов с полстерами. После войны в обстоятельной статье, в которой анализировались итоги опросов, проводившихся в 1939–1945 гг., он писал: «Большая часть этих материалов в то время, когда они собирались, была доступна лишь Белому дому и немногим сотрудникам правительства» [10].

В 1936 г. в Принстоне при финансовой поддержке Фонда Рокфеллера Кэнтрил создал свою аналитическую структуру — Бюро по изучению общественного мнения (Office of Public Opinion Research, OPOR). Первоначальные цели OPOR заключались в систематическом исследовании технологий измерения общественного мнения, но в 1940 г. стало очевидным, что Америка будет участвовать в войне, и Кэнтрил решил фокусировано изучать отношение населения к вступлению страны в военные действия.

Вскоре после событий в Пёрл-Харборе, вспоминая Кэнтрил, ранним воскресным утром ему позвонил Джерард Ламберт, его сосед по Принстону, с которым он не был знаком, и спросил, не может ли он быть полезен Кэнтрилу в работе на президента, о которой он узнал от их общего друга. Кэнтрил и Ламберт встретились; беседа началась утром и завершилась ужином в доме Ламберта. Последний предложил свою помощь в разработке идей, написании отчетов, финансировании.

Ламберт был талантливейшим человеком и весьма состоятельным бизнесменом. Обычно сбор информации для OPOR проводил Институт Гэллапа, Ламберт предложил создать собственную систему общенациональных опросов, сопоставимую с гэллаповской. В начале 1942 г. некоммерческая структура «Research Council, Inc.» была создана. Ежемесячно Кэнтрил высылал в офис Ламберта в Нью-Йорке отчет о затратах на исследования, и оттуда приходил чек на их оплату. Не было никаких финансовых ограничений, проводились все

исследования, которые, по мнению Кэнтрила и Ламберта, были полезны Белому дому или заказывались им. Большая часть работы делалась в доме Ламберта в Вашингтоне. Кэнтрил писал: «Джерри был в высшей степени талантливым и творческим партнером в той огромной работе, которая делалась для Рузвельта в течение войны, а его щедрая финансовая помощь давала мне возможность проводить те исследования для Рузвельта, которые я считал необходимыми, независимо от того, будут ли они поддержаны каким-либо правительственным фондом» [10, р. XI].

Замечу, что в 1960 г. по итогам изучения Кэнтрилом работ Ленина, Сталина, выступлений ряда советских лидеров, публикаций советских философов и психологов, анализа прессы и художественной литературы, а также на основе личных впечатлений была выпущена небольшая книга «Soviet Leaders and Mastery Over Man» («Советские лидеры и формирование человека») [11]. Это ценный историко-политический документ, в котором представлена официальная советская точка зрения об исследованиях общественного мнения в стране. В частности Кэнтрил отмечал, что, поскольку советская идеология и философия трактовали научные методы как конкретизацию положений диалектического материализма применительно к той или иной области научных исследований, эмпирическое изучение общества, в том числе с помощью опросов общественного мнения, не представлялось актуальным, фактически оно было «полностью запрещено». Так, он вспомнил об одной дискуссии в Институте философии АН СССР в Москве, на которой была затронута тема изучения общественного мнения. Он услышал от оппонентов, что «мнения — субъективны и не отражают объективную среду» [11, р. 62].

Допускаю, что в каких-то архивах можно найти информацию о пребывании Кэнтрила в Москве и его переговорах с руководителями и сотрудниками Института философии АН СССР.

Об инициаторах анализа «Крымского опроса»

Инициаторами анализа «Крымского опроса» стали петербуржец Андрей Алексеев и москвич Дмитрий Rogozin, представляющие различные поколения советской/российской социологии и по-разному воспринявшие результаты проекта ВЦИОМ и ФОМ, но единые в своем стремлении к повышению логической и инструментальной правильности социологических измерений и на этой основе к росту общественного доверия к опросам и социологической информации в целом.

Я писал о творчестве Алексеева, но в данном случае хочу процитировать слова ученых, много сделавших для развития отечественной социологии и исследований общественного мнения:

Татьяна Заславская: «...А.Н. Алексеева я знаю с конца 1960-х гг., еще по Новосибирску. Уже там он успел проявить себя и как глубокий исследователь, и как убежденный демократ, отстаивавший прогрессивные ценности в борьбе с авторитарным режимом. В дальнейшем же он стал одним из наиболее ярких и известных российских социологов» [8].

Владимир Шляпентох: «...А.Н. Алексеев принадлежит к очень небольшой группе истинно творческих ученых, постоянно вовлеченных в инновационный процесс в науке. ...Мое глубокое восхищение Алексеевым вызвано не только его высоким статусом в реальной науке. ...Я, пожалуй, почти не могу назвать никого, кроме покойного Юрия Левады, кто бы так горел желанием внести свой вклад в прогресс общества, что мог бы пожертвовать ради этого своей карьерой и благополучием» [8].

В настоящее время Алексеев ведет колонку на портале Когита.Ру, в которой значительное внимание отводится анализу результатов социологических исследований [4]. Несколько месяцев назад он анализировал итоги выборов мэра Москвы [9].

В блоге Алексеева о «Крымском опросе» четко просматриваются и его гражданские установки, и его видение проблемы шкалирования [1]. Вполне согласен с ним, что «вопросы использованной анкеты (гайда) предусматривали согласие/несогласие с определенными идеолого-пропагандистскими клише, массированно внедряемыми в массовое сознание в последнее время». Это означает, что результат опроса можно было с большой вероятностью предсказать заранее, причем он не детерминировался жестко протяженностью измерительной шкалы. Расщепление категорического «да» и введение переходных позиций «определенно да», «пожалуй, да», «скорее да, чем нет» и т.п. меняло бы геометрию распределения ответов респондентов, но не общий вывод о высокой степени согласия населения с политикой России в отношении Крыма. Вместе с тем замечание Алексеева весьма принципиально. Оно подчеркивает неоправданность утверждения, согласно которому 94% россиян в *полной мере* разделяют мнение о том, что Россия должна защищать интересы русских и представителей других национальностей, проживающих в Крыму. И дело не в величине случайной погрешности измерения, она — при почти пятидесяти тысячном объеме выборки — действительно мала. Само строение шкалы требует от интерпретатора результатов опроса учитывать, что его фенотипическое «да» имеет сложное, не известное нам, строение, описываемое генотипической цепочкой: «определенно да» + «пожалуй, да» + «скорее да, чем нет». Правда, организаторы опроса могли сформировать в общей выборке небольшие подвыборки, в которых — в рамках опроса — использовать шкалы с «растянутым “да”». Это незначительно усложнило бы технологию опроса и увеличило бы время его проведения, но дало бы ценнейший материал для определения глубины измеряемых установок респондентов.

Дмитрий Rogozin — сегодня один из ведущих в России специалистов по изучению метрологических характеристик опросной технологии, в том числе по апостериорному анализу ошибок измерения. Он прекрасно знаком с достижениями американских методологов, ряд работ которых перевел на русский язык, и обладает значительным опытом теоретических изысканий и практическими навыками.

Сказанное базируется на моем многолетнем знакомстве с работами Rogozina и на рассмотрении созданной и осуществленной им процедуре обработки более 600 аудиозаписей полностью взятых интервью. Многошаговое строение примененной им измерительной технологии обеспечивает ее научность: валидность и воспроизводимость.

И мне приятно заметить, что инициаторы анализа «Крымского опроса» испытывают взаимное уважение и внимательно знакомятся с работами друг друга.

Примеры единодушия населения США

Теперь на нескольких примерах из практики работы Организации Гэллапа покажу, что американские полстеры используют дихотомические шкалы при изучении реакции населения на различные акции правительства и внутренне готовы к получению распределений типа «все или ничего». Единодушие в особых точках существования общества — не уникальная черта российского общественного сознания.

В ответ на террористическую атаку на Нью-Йорк и Вашингтон 11 сентября 2001 г. США в союзе с Великобританией начали 7 октября того же года военные действия в Афганистане против «Аль-Каиды» и Талибана. Через месяц участникам опроса Организации Гэллапа задавали следующий вопрос: «Думая сейчас об американской военной акции в Афганистане,

начавшейся в октябре 2001 г., Вы полагаете, что США сделали ошибку, отправив войска в Афганистан, или нет? [14]. Из таблицы 1 следует, что поддержка политики президента Буша-мл. в тот момент была крайне высокой: ошибкой назвали войну 9%, верным решением — 89%. Менее чем через два месяца новый опрос зафиксировал еще больше единодушие — 93% американцев были согласны с проведением акции. На устойчивость мнения американцев (косвенно, на валидность измерения) указывает тот факт, что отношение к войне в Афганистане менялось крайне медленно. Прошло 12 лет, лишь в начале марта 2013 г., т.е. на старте второго президентского срока Барака Обамы, доля населения, не рассматривавшего начало войны ошибкой, достигла 51%, и лишь в первой декаде февраля 2014 г. пропорция респондентов, признавших действие Буша-мл. (49%) ошибочным, превысила — всего на 1%! — долю тех, кто до сих пор согласен с вводом войск в Афганистан.

Таблица 1 Отношение американцев к войне в Афганистане

Дата опроса	Да, это ошибка	Нет, это не ошибка	Не знаю
2001, 8–11 ноября	9	89	2
2002, 7–9 января	6	93	1
2004, 19–21 июля	25	72	3
2009, 20–22 ноября	36	61	3
2013, 7–10 марта	44	51	5
2014, 6–9 февраля	49	48	3

Конечно, и в данном случае ответную шкалу можно было раздвинуть, к примеру: «определенно ошибка» + «пожалуй, ошибка» + «скорее ошибка, чем нет», но и бинарная шкала позволила зафиксировать изменчивость установки.

В 1945 г. Джордж Гэллуп начал опрашивать респондентов об одобрении ими деятельности избранного президент; доля одобряющих получила название «индекс одобрения». Почти 70-летние наблюдение за динамикой этого индекса дает представительную картину отношения нескольких поколений американцев к социально-экономическим проблемам страны и к внешней политике государства. Индекс стал важнейшим элементом современных математических моделей прогнозирования победителя президентских кампаний.

Таблица 2 Индекс одобрения деятельности президента Джорджа Буша-мл.

Дата опроса	одобряю	не одобряю	нет мнения
2001, август 24–26	55	36	9
2001, сентябрь 7–10	51	39	10
2001, сентябрь 14–15	86	10	4
2001, сентябрь 21–22	90	6	4
2001, октябрь 5–6	87	10	3
2001, октябрь 11–14	89	8	3

Начиная со второй декады июля 2001 г. и до 10 сентября индекс одобрения деятельности Буша-мл. не поднимался выше 57%, а накануне террористической атаки равнялся 51% (табл. 2 [18]). Но в первые дни после общеамериканской трагедии население сплотилось вокруг президента, доверие ему было оказано 90% всех опрошенных. Безусловно, «одобряю» было неоднородным, наверное, выражая эту реакцию, люди видели множество

нюансов, но изучение такой многослойности — задача весьма глубоких, направленных поисков.

90-процентное одобрение — не просто самое высшее значение индекса в биографии президента Буша-мл., оно — самое высокое во всей истории наблюдений отношения общества к деятельности всех послевоенных президентов США. Однако столь единодушное одобрение деятельности Буша в дни, последовавшие за террористической атакой, не защитило от последующей критики его политики. Трижды одобрение ему высказывалось лишь четвертью населения (25%); еще ниже в далеком феврале 1952 г. было одобрение деятельности Гарри Трумэна (22%).

И еще один пример высокого уровня единодушия: 2 мая 2011 г. американскими военными был убит Асама бен-Ладен. В опросе, осуществленном на следующий день, спрашивалось: «Вы одобряете или не одобряете то, что в результате действий американских военных был убит Асама бен-Ладен?» [17]. Одобривших было 93%, не одобрявших — 5%, и 2% не имели определенного мнения или отказывались отвечать.

О валидности результатов опроса: общие соображения

Недоверие результатам опросов общественного мнения в США имеет столь же продолжительную историю, как и сама практика современных опросов. Его высказывали и в связи с появлением Интернета еще активнее продолжают высказывать представители разных групп населения, журналисты, политконсультанты (как правило, терпящие «бедствие» участников различных избирательных кампаний), политики. Понятно, что наиболее острые дискуссии о результатах опросов наблюдаются в годы президентских выборов, ведь по итогам голосования видно, кто был прав, а кто ошибался. Можно привести примеры подобных баталий 1930–1960-х гг. Но обратимся к событиям избирательной кампании 2012 г., по результатам которой президент Барак Обама значительно опередил своего конкурента — республиканца Митта Ромни.

Накануне первых дебатов между ними (3 октября 2012 г.) статистика опросов фиксировала близость электоральной поддержки обоих кандидатов и незначительное преимущество Обамы. В этих обстоятельствах одни аналитики искали причины возростающей поддержки президента, другие пытались дать объяснение отставанию Ромни.

При этом значительная часть видных республиканских политконсультантов и полстеров попросту не признавала результаты опросов, полагая, что выборы, по которым они проводятся, перекошены в сторону демократического электората. Республиканские СМИ смогли убедить в недостоверности электоральных замеров многих сторонников своей партии. Так, по данным опроса, проведенного по заказу либерального сетевого портала Daily Kos & SEIU 27–30 сентября [14], 7 из каждых 10 потенциальных избирателей-республиканцев (71%) считали, что полстеры в том году намеренно исказили картину электоральных мнений, чтобы помочь Обаме. Среди сторонников движения «Чайная партия», представлявшего наиболее консервативную часть республиканцев, эта точка зрения была особенно популярна: ее придерживались 4/5 от указанной группы (81%).

Джеймс Карвил, известный демократический консультант и комментатор, советник Билла и Хиллари Клинтон в их президентских кампаниях, назвал происходившее в это время «войной, объявленной республиканцами полстерам», и объяснил ее стремлением отвлечь избирателей от мысли о реальных войнах, которые обычно начинаются при приходе к власти республиканцев [13]. Знаком «военных действий» стало появление прореспубликанского сайта <www.unskewedpolls.com> (его название можно перевести как «несмещенные

опросы»): активисты этого сайта «перевзвешивали» результаты опросов ведущих полстерских фирм на основании правил формирования выборок, используемых компанией Rasmussen Reports. В «отремонтированных» таким образом статистических распределениях Ромни в конце сентября опережал соперника с преимуществом в 3–11% [15].

Популярный радиожурналист консервативного толка Раш Лимбо, комментируя опросы, проведенные для газеты «The Washington Post» и телепрограммы CBS News, где фиксировалось лидерство Обамы в неопределившихся штатах, сказал, что цель этих опросов — убедить всех, будто выборы закончены [16]. Республиканский кандидат в вице-президенты Пол Райан охарактеризовал появление соответствующих журналистских материалов как медиасмещение и заметил: «Я думаю, что большинство журналистов в ведущих СМИ являются левоцентристами и хотят левоцентристского президента, а не правого, подобного Митту Ромни» [12].

Но одновременно, несмотря на жаркую предвыборную атмосферу, группой независимых экспертов-методистов постоянно осуществлялся «холодный», внепартийный, внеидеологический анализ всех звеньев опросных технологий, который не только помогал заинтересованным избирателям и специалистам оценить правильность результатов опроса, но имел своим следствием повышение качества текущего измерения установок избирателей.

Апостериорный метрологический анализ, выполненный Дмитрием Рогозиным, — пример «холодного», технократического подхода к рассмотрению материалов «Крымского опроса». Осуществить это непросто, но такой путь — единственно возможный для эффективного изучения методической проблематики. Сказанное им в начале статьи: «Как известно, методика не терпит априорных долженствований» стало своеобразным эпиграфом к тому, что было задумано и что, на мой взгляд, в целом удалось осуществить. Обратимся к выводам обсуждаемого исследования, которые касаются смещений, обусловленных деятельностью интервьюеров-операторов САТІ.

Главное: Рогозин констатирует высокое качество измерения; по его оценкам, лишь в 5% интервью возможны значимые нарушения опросной технологии, но при их исправлении не возникает смещения в информации.

Второй вывод утверждает корректность (валидность) вопросов № 1 и 4 и наличие риска неоднозначного восприятия респондентами формулировок вопросов № 2 и 3. Однако изучение фреймов интервью позволило Рогозину утверждать, что контекст общения интервьюера и респондента в данном случае играл роль своеобразного валидизирующего (компенсационного) обстоятельства, которое способствовало адекватному, предусмотренному целями опроса пониманию респондентами формулировок исследовательских вопросов.

И все же, мне представляется целесообразным в силу эмерджентного характера опроса (в Крыму все произошло настолько быстро, что общественное мнение, в его Грушинском понимании, не успело сложиться) реализовать процедуру изучения обогащенного общественного мнения. Напомню, он заключается в проведении специальной процедуры информирования отобранной группы респондентов и проведения опроса после обогащения мнений [3].

Безусловно, заслуживает внимания предложенная Рогозиным методика расчета риска, наносимого недобросовестными (малопрофессиональными) интервьюерами. Принципиальное значение для повышения качества опросов имеет также построенный Рогозиным рейтинг звонковых центров. Хотя он не использует термина «house effect», можно допустить, что он первым статистически показал, что результаты различных полстерских организаций могут быть смещены в ту или иную сторону из-за непрофессиональной деятельности операторов call-центров.

Последний вывод Рогозина касается профессионально-этических аспектов отношения к результатам опросов, вызывающих несогласие или сомнения специалистов. Мне представляется, что регулярное рассмотрение различных аспектов методологии, технологии и организации опросов общественного мнения позволит отыскать эффективный путь обсуждения этих сложных проблем. Путь между неоправданным алармизмом и безразличием, между политико-идеологической пристрастностью и технократической отстраненностью.

Литература

- 1 Алексеев А.Н. «Крымский вопрос» как предмет «социологического обслуживания» и социологического исследования // Cogita!ru : обществ. новости Северо-Запада : [веб-сайт]. 2014. 25 марта. URL: <http://www.cogita.ru/a.n.-alekseev/andrei-alekseev-1/krymskii-vopros-kak-predmet-sociologicheskogo-obsluzhivaniya-i-sociologicheskogo-issledovaniya>.
- 2 Докторов Б.З., Ослон А.А., Петренко Е.С. Эпоха Ельцина: мнения россиян : социолог. очерки. М. : Фонд «Обществ. мнение», 2002.
- 3 Докторов Б. Обогащенное общественное мнение : понятие, социальная практика, опыт изучения // Мониторинг общественного мнения. 2004. № 3 (71). С. 58–70.
- 4 Колонка Андрея Алексеева // Cogita!ru : обществ. новости Северо-Запада : [веб-сайт]. 2014. URL: <http://www.cogita.ru/a.n.-alekseev/andrei-alekseev-1>.
- 5 Ослон А.А. Александр Ослон: «Это был настоящий мозговой штурм, интеллектуальная атака...» : [интервью] / записал Б. Докторов // UNLV Center for Democratic Culture University of Nevada Las Vegas : [веб-сайт]. 2000. URL: <http://cdclv.unlv.edu//archives/Interviews/oslon.html>.
- 6 Рогозин Д. М. Насколько корректен телефонный опрос о Крыме: апостериорный анализ ошибок измерения // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. № 2. С. 4 – 25.
- 7 Сатаров Г.А. Георгий Сатаров: «Уважающие себя фирмы не будут врать, им это профессионально невыгодно...» : [интервью] / записал Б. Докторов // UNLV Center for Democratic Culture University of Nevada Las Vegas : [веб-сайт]. 2000. URL: <http://cdclv.unlv.edu//archives/Interviews/satarov.html>.
- 8 События в СИ РАН в зеркале документов и экспертных суждений : (май-сентябрь 2008) / сост. А. Алексеев // UNLV Center for Democratic Culture University of Nevada Las Vegas : [веб-сайт]. 2008. URL: http://www.unlv.edu/centers/cdclv/archives/Supplements/si_ran.html.
- 9 Социология и политика : продолжение переписки А. Алексеева и А. Ослона // Cogita!ru : обществ. новости Северо-Запада : [веб-сайт]. 2013. URL: <http://www.cogita.ru/a.n.-alekseev/andrei-alekseev-1/sociologiya-i-politika.-perepiska-a.-alekseeva-i-a.-oslona.-prodolzhenie-razgovora>.
- 10 Cantril H. Opinion trends in World war II: some guides to interpretation // Public Opinion Quarterly. 1948. Vol. 12, Nr 1. P. 30–31
- 11 Cantril H. Soviet leaders and mastery over man. New Brunswick, NJ : Rutgers University Press, 1960.
- 12 Carr D. Tired cries of Bias don't help Romney // The New York Times : [веб-сайт]. 2012. 30 Sept. URL:

- http://www.nytimes.com/2012/10/01/business/media/challenging-the-claims-of-media-bias-the-media-equation.html?_r=0.
- 13 Carville J. Now the republicans declare war on pollsters // The National Memo : [веб-сайт]. 2012. 2 Oct. URL: <http://www.nationalmemo.com/carville-greenberg/now-the-republicans-declare-war-on-pollsters>.
- 14 Daily Kos/SEIU state of the nation poll: republicans are all poll denialists // Daily Kos : [веб. сайт.] 2012. 20 Oct. URL: <http://www.dailykos.com/story/2012/10/02/1138583/-Daily-Kos-SEIU-State-of-the-Nation-poll-Republicans-are-all-poll-denialists>.
- 15 Easley J. GOP takes aim at 'skewed' polls // The Hill : [веб-сайт]. 2012. 25 Sept. URL: <http://thehill.com/homenews/campaign/251413-gop-takes-aim-at-skewed-polls>.
- 16 Martin J., Burns A. The parallel universe where Mitt Romney leads all polls // Politico : [веб-сайт]. 2012. 10 Jan. URL: <http://www.politico.com/news/stories/0912/81845.html>.
- 17 Newport F. Americans back Bin Laden mission; credit military, CIA most : eight in 10 say killing of bin Laden was extremely or very important to U.S. // Gallup : [веб-сайт]. URL: <http://www.gallup.com/poll/147395/Americans-Back-Bin-Laden-Mission-Credit-Military-CIA.aspx>.
- 18 Presidential approval ratings – George W. Bush // Gallup : [веб-сайт]. URL: <http://www.gallup.com/poll/116500/Presidential-Approval-Ratings-George-Bush.aspx>.
- 19 War on terrorism // Gallup : [веб-сайт]. URL: <http://www.gallup.com/poll/5257/War-Terrorism.aspx>.