

DOI: 10.14515/monitoring.2014.1.04

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

Г.Б. Юдин

ЭКСПЕРИМЕНТ ПОД ВНЕШНИМ УПРАВЛЕНИЕМ: РИТОРИКА И РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КРЫМСКОГО МЕГАОПРОСА

ЭКСПЕРИМЕНТ ПОД ВНЕШНИМ УПРАВЛЕНИЕМ:
РИТОРИКА И РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КРЫМСКОГО
МЕГАОПРОСА

EXTERNALLY GUIDED EXPERIMENT: RHETORIC
AND REPRESENTATION OF THE CRIMEA MEGA
POLL

ЮДИН Григорий Борисович — кандидат философских наук, старший преподаватель кафедры экономической социологии, старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ. E-mail: gregloko@yandex.ru

YUDIN Grigorii Borisovich - Candidate of Philosophical Sciences, Senior Lecturer, Chair of Economic Sociology; Senior Researcher, Laboratory for Studies in Economic Sociology, Higher school of Economics. E-mail: gregloko@yandex.ru.

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

Анализируются опросы об отношении россиян к присоединению Крыма, проведенные Фондом «Общественное мнение» и Всероссийским центром изучения общественного мнения в Крыму 14–16 марта 2014 г. Автор оценивает их как противоречивое единство, с одной стороны, грандиозного эксперимента по организации репрезентации объекта исследования, а с другой — как столь же грандиозный шаг в направлении устранения различий и разнообразия из этого объекта.

Автор полагает, что проведенные опросы указывают направление, в котором в России развивается политика опросов. По его мнению, в ближайшее время основной запрос, который она будет предъявлять к исследователям общественного мнения, относится к технологиям репрезентации, легко конвертируемым в технологии надзора. В то же время можно ожидать усиления контроля над дискурсом опросов.

Ключевые слова: опросы, технологии, политика, ФОМ, ВЦИОМ, Крым, мегаопрос.

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 investigates the opinion polls concerning the attitudes of Russians towards the accession of Crimea and conducted by the Public Opinion Foundation and the Russian Public Opinion Research Center on March 14-15, 2014. According to the author, there is an ambiguity between big efforts in organizing the representation of the object, on the one hand, and big efforts on elimination of the differences from this object, on the other hand.

The author considers that the opinion polls conducted by the companies show the direction toward which the development of the opinion polls` policy is developing in Russia. The author finds that in the short term the policy will demand from the public opinion companies to use certain techniques for the representation that can be easily convertible into techniques of surveillance. Control over the opinion poll discourse is also possible.

Keywords: polls, technologies, policy, POF, VCIOM, Crimea, mega poll.

Крымский мегаопрос в очередной раз оживил дискуссию о соотношении научного и политического в опросах общественного мнения. В ней в основном сталкиваются нарочито пуристские аргументы от научной этики и нарочито циничные аргументы от реальной политики. Те и другие склонны подменять анализ ситуации отстаиванием собственного мировоззрения, и потому мало что дают для понимания реальных изменений политической функции опросной индустрии в России. Между тем опросы общественного мнения представляют собой политическую технологию, действенность которой основывается на ее научном происхождении. Механизм работы этой технологии не зафиксирован раз и навсегда; он модифицируется вместе с изменением устройства политической жизни и сам способен воздействовать на это устройство. Чтобы отстаивать какие бы то ни было интересы, будь то интересы политических движений или чистой науки, необходимо понимать функционирование этого механизма.

Крымский мегаопрос характеризуется двумя основными особенностями, которые выделяют его из привычной российской практики опросов общественного мнения. Сочетание этих особенностей указывает на изменение положения опросов в отечественной политической жизни. С одной стороны, это серьезное усложнение технологий репрезентации населения с помощью опроса. Впервые в опросе *ad hoc*, т.е. привязанном к конкретной политической ситуации, была реализована репрезентация на уровне всех субъектов Федерации. Это потребовало не только больших ресурсов, но и быстрой скоординированной кооперации между двумя компаниями, являющимися основными конкурентами на рынке опросов, а также между подрядчиками, выполнявшими полевые работы, — иными словами, фактически построения каркаса новой единой организационной структуры. Наконец это потребовало технологического прорыва в построении выборки — без применения целого ряда техник массового телефонного опроса все предприятие стало бы невозможно (а ведь еще совсем недавно сама возможность исследования общественного мнения с помощью телефонных опросов в России даже не обсуждалась).

С другой стороны, столь же очевидно изменение подхода к разработке опросного инструментария. 4 вопроса, заданные в ходе мегаопроса, показательно игнорируют требование, которое обычно склонны предъявлять к вопросам отечественные полстеры — требование однозначности. Оно вводится для того, чтобы увеличить число фиксируемых при измерении различий; на методологическом языке это называется «конструктивной валидностью» — способностью отличить именно тот атрибут, который планируется измерить, от всех прочих.

Первые 2 вопроса крымского опроса, несомненно, понравились бы Карлсону — точно так же, как он суггестивно вводил утверждение о том, что фрекен Бок пьет коньяк по утрам, крымский опрос с самого начала ставит респондента перед тем фактом, что в Крыму чьи-то интересы нуждаются в защите. Кроме того, каждый из первых двух вопросов на самом деле содержит в себе много разных вопросов: например, как ответит тот, кто считает, что Россия должна защищать в Крыму интересы украинцев, но не должна защищать интересы русских? Третий и четвертый вопросы используют утверждения, которые одновременно обладают и нормативным, и фактическим содержанием — очевидно, что респондент может соглашаться с одним и не соглашаться с другим (можно быть противником аннексии, но признавать, что по факту она состоялась; и наоборот). Достаточно посмотреть любой опрос, проведенный теми же организациями, чтобы увидеть, что однозначности понимания вопроса респондентом там принято уделять куда больше внимания.

Итак, крымский мегаопрос — это одновременно грандиозный эксперимент по организации репрезентации объекта исследования (и объекта правления) на новом уровне и

столь же грандиозный шаг в направлении устранения различий и разнообразия из этого объекта. Эти тенденции выглядят взаимно противоречащими для тех, кто полагает, что опросы общественного мнения призваны репрезентировать исходно существующее разнообразие коллективного суверена и обеспечивать донесение его воли до избранных властей, которые опять же лишь реализуют коллективную волю в конкретных решениях. В этой схеме опросы нужны для того, чтобы упрощать технически сложное отношение репрезентации и в конечном счете обеспечивать народный контроль над властями. Именно так представлял себе миссию опросов создатель технологии опросной репрезентации Джордж Гэллап: «Опросы вносят элемент противоречия, демонстрируют несогласие во мнениях, по сути помогают упростить основные проблемы, выражая их на языке, понятном для основной массы людей; и за счет этого они помогли увеличить интерес общества ко многим проблемам страны» [1, р. 22].

Проблема, однако, состоит в том, что этот образ политической репрезентации имеет мало общего с реальностью. Репрезентация способна создавать и изменять само репрезентируемое, и требование достижения полностью прозрачной репрезентации попросту неадекватно устройству современного политического процесса [2]. Снижение уровня участия в выборах и других формах делегирования (включая опросы общественного мнения) указывает на то, что репрезентация может работать отнюдь не только на реализацию модели репрезентативной демократии. В условиях деполитизации, когда реализация модели репрезентативной демократии невозможна, механизмы репрезентации не отмирают, а перепрофилируются и могут использоваться для осуществления иной политики, в том числе и совершенно недемократической [3].

Это верно и в отношении опросов общественного мнения. После электорального сезона 2011/12 г., когда протесты против фальсификации выборов подорвали в России легитимность выборов как механизма репрезентации, роль опросов существенно изменилась. Опросы и до этого функционировали как инструмент надзора, позволяющий власти держать руку на пульсе между выборами, обеспечивать предсказуемость системы и тем самым поддерживать гегемонию. Однако после подрыва выборов опросы взяли на себя ту функцию, которую за ними мечтал закрепить Гэллап — функцию перманентного референдума. Для принятия значимых политических решений теперь недостаточно ни решения депутатов, ни даже воли высших должностных лиц — все такого рода решения легитимируются с помощью опросов, и административная машина заточена на доведение показателей поддержки до тех уровней, когда становится возможно принять решение с опорой на «большинство» или «волю народа». Законопроект обычно не принимается до тех пор, пока в результате пропагандистского блицкрига не удастся создать в данных опросов поддерживающее его большинство. Система нуждается в непрерывной репрезентации, которая удостоверяла бы существование коллективного суверена, от лица которого принимаются политические решения. Чтобы быть носителем единой воли, этот суверен должен быть однородным, и потому он может быть создан только с помощью механизмов исключения.

Детальная репрезентация и гомогенизация на самом деле работают в одном и том же направлении — создают репрезентируемый политический субъект, однообразный и полностью обозримый. Механизмы детализированной репрезентации решают сразу несколько задач. Во-первых, они позволяют осуществлять надзор на все более низком уровне — теоретически нет ничего невозможного в том, чтобы организовать выборку, которая репрезентировала бы каждый населенный пункт и тем самым приближала вечно бодрствующее око правителя к каждому индивиду (хотя это и противоречит задумке Гэллапа, который полагал, что разнообразие нации можно отразить с помощью небольшой выборки). Во-вторых, они

усиливают индивидуальную ответственность местных властей — теперь можно найти конкретных ответственных за недостаточно высокие показатели поддержки инициатив сверху. Эта логика в точности воспроизводит логику сбора данных в коммерческих корпорациях — задача там зачастую состоит не в том, чтобы оценить значение показателя в генеральной совокупности, а в том, чтобы обнаружить неэффективно работающие подразделения (точки продаж, продвижения товара и т.д.). Наконец они дают возможность проконтролировать однородность: в самом деле, единая цифра поддержки по всей стране может оставлять пространство для существенных различий между ее отдельными частями. Когда работа административной машины направляется на максимизацию не одного показателя, а показателей по всем регионам, для разногласий не остается места. Поддержка должна быть не просто подавляющей, но относительно равномерной во всех частях пространства.

Риторика крымского опроса не похожа ни на стандартные опросные формулировки, ни на формулировки для референдума. Она скорее напоминает лозунги, которые политический лидер на митинге бросает в толпу. Однако вопросы на митинге задаются не для того, чтобы получить в ответ разногласию — здесь значение имеет сам факт присоединения к хору, а не содержание высказывания. Неготовые присоединиться либо исключены самим форматом мероприятия заранее, либо исключаются риторикой говорящего, которая подталкивает интервьюера не к тому, чтобы выяснить позицию респондента, а к тому, чтобы слиться с ним в единстве политического высказывания. Крымский опрос не направлен на то, чтобы узнать чье-то мнение — он просто предлагает способ выражения и репрезентации тому, кто в той или иной мере готов присоединиться к единому политическому субъекту. С теми же, кто присоединиться не готов, этот опрос не взаимодействует — если они оказались на этом митинге, им предлагается уйти.

Если дискурс крымского мегаопроса направлен на утверждение гегемонии и единообразия, то технологии репрезентации показывают, что все элементы, из которых состоит субъект-гегемон, однородны как между собой, так и внутри себя. Крымский опрос указывает направление, в котором в России развивается политика опросов. В ближайшее время основной запрос, который она будет предъявлять к исследователям общественного мнения — это запрос на технологии репрезентации, легко конвертируемые в технологии надзора. В то же время можно ожидать усиления контроля над дискурсом опросов. Сегодня опросы играют в российской политике слишком важную роль, чтобы доверять это дело профессионалам.

Литература

1. Gallup G. The Role of the public opinion poll // Free Press and Society / ed. by G. Bird, F. Merwin. New York : Prentice-Hall, 1935. P. 20–23.
2. Laclau E., Mouffe C. Hegemony and socialist strategy : towards a radical democratic politics. London ; New York : Verso, 2001 [1985].
3. Rosanvallon P. Counter-democracy : politics in an age of distrust. Cambridge ; New York : Cambridge University Press, 2008.