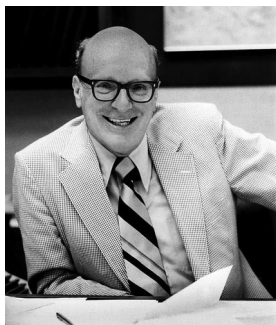


---

## IN MEMORIAM

---

**Д. М. Рогозин**  
**МИСТЕР ПОЛЕ: МЕРВИН ФИЛД (1921—2015)**



Отыскивая в реферируемых базах данных Высшей школы экономики статьи о стандарте раскрытия информации, я сразу наткнулся на текст Мервина Филда, в котором он оповещал о значимом нововведении, предпринятом Американской ассоциацией исследователей общественного мнения. В 1969 г. впервые в Кодекс профессиональной этики и практики был добавлен раздел о раскрытии информации, в котором было перечислено восемь характеристик исследования, которые в обязательном порядке должны прилагаться к любым публичным описаниям полученных результатов: 1) спонсор опроса или исследования, 2) формулировки вопросов, 3) выборочная совокупность, 4) размер выборки, 5) ошибка выборки, 6) основания для результатов, относимых к меньшему объему, чем выборка, 7) метод проведения интервью, 8) время интервьюирования [Field, 1971: p. 342]. Так получилось, что история введения и развития стандарта раскрытия началась для меня с текста М. Филда, одного из величайших полевиков современности.

Пятый ребенок в семье бедных еврейских эмигрантов, выходцев из России, он рано стал работать. В 1937 г., еще не получив законченного образования, он занялся опросами и стал одним из отцов-основателей полевого ремесла. В Институт Гэллапа М. Филда позвал Джек Малоуни. «Институт размещался в одной крошечной комнате. Увидев горы анкет и перфокарт для обработки данных на перфорационно-сортировочных машинах Холерита, Филд сразу понял, что это — его дело, его будущее» [Докторов, 2006: с. 269].

Весьма удачная фамилия (по английский field означает поле, соответственно field research — полевые исследования) позволило не только броско назвать созданную и по сию пору работающую исследовательскую компанию Field Research Corporation (<http://www.field.com/>), но и войти в историю калифорнийских опросов. Как во многих странах фамилия Гэллапа, сначала учителя, а потом и ближайшего друга М. Филда, стала синонимом опроса, так в Калифорнии, «филд» обозначает

исследование общественного мнения [Barabak, Woo, 2015]. Сами того не осознавая, и мы частенько говорим об опросах, упоминая имя Филда.

Фронтовик, участник американского контингента, высадившегося в Европе во Второй мировой войне, Мервин Филд редко делился воспоминаниями об этом периоде, чаще представляя привычную для американского интеллектуала профессиональную исследовательскую карьеру. Однако твердость, точность в выборе слов, сдержанность и аккуратность выдавали в нем пусть и недолгий, но весьма насыщенный военный опыт. Возможно это сыграло не последнюю роль и в его чрезвычайно успешной гражданской карьере. «Декан калифорнийских полстеров», «один из влиятельнейших людей штата Калифорния», «человек, который сделал Калифорнию более понятной» — вот краткие определения, собранные Марком Барабак и Элайн Ву в мемориальной статье, опубликованной в «Лос-Анжелес Таймс» [Barabak, Woo, 2015].

Любимое детище, приносящее только убытки — Полевой опрос, или Филд Полл (Field Poll), — обследование политических взглядов калифорнийцев, стартовавшее в далеком 1956-м. Джордж Гэллап как-то сказал Мерлину Филду, что политические опросы не принесут денег, но дадут возможность познакомиться с влиятельными людьми и получать хорошие заказы. Так все и реализовалось. Любимое и убыточное предприятие накрепко связало имя Филда с Калифорнией и ее жителями. Даже перед смертью Мерлин просматривал пресс-релиз очередного опроса, упоминает Адам Нагурный слова первого вице-президента Field Research Corporation и директора Филд Полла Марка ДиКамилло [Nagourney, 2015].

В 1979 г. М. Филд получил награду AAPOR за выдающиеся достижения, где недвусмысленно определялась его ключевая роль в развитии стандартов опросной индустрии: «Мервин Филд стал главным архитектором и успешным компаньоном современного Кодекса стандартов проведения опросов общественного мнения. Он — профессионал, который, кажется, всегда знает, как добиться высочайшего качества на персональном и корпоративном уровне. Он — идеальный тип бизнесмена в исследованиях, выдающийся политический аналитик и совесть профессии...» [Pinkus, 2002]. Именно с Филда нужно начинать разговор о сердцевине Кодекса профессиональной этики и практики — стандартах раскрытия информации.

## Список литературы

Докторов Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения. М. : Центр социального прогнозирования, 2006.

Barabak M. Z., Woo E. Mervin D. Field dies at 94; creator of California opinion gauge now called Field Poll // Los Angeles Times. 2015. 8 June.

Field M. D. The Researcher's view // Public Opinion Quarterly. 1971. Vol. 35. No. 3. P. 342—346.

Nagourney A. Mervin Field dies at 94; took pulse of California as pollster // The New York Times. 2015. 11 June.

Pinkus S. Mervin Field biography [Электронный ресурс] / Heritage interview. AAPOR, 2002. URL: <https://www.aapor.org/AAPORKentico/About-AAPOR/History/Heritage-Interviews/Mervin-Field-Biography.aspx> (дата обращения: 16.01.2016).