

# ИЗУЧЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ И РЫНКА В РОССИИ. ПРОШЛОЕ И НАСТОЯЩЕЕ

DOI: 10.14515/monitoring.2016.6.14

## Правильная ссылка на статью:

Баскакова Ю. М. Борис Докторов: «Многое из того, что я наблюдал при мониторинге выборов в США 2016 года, ещё не существовало в 2008 г.» // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 6. С. 233—243.

## For citation:

Baskakova Yu. M. Boris Doktorov: "Many things that I mentioned in this year's monitoring did not exist in 2008". *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2016. № 6. P. 233—243.

Ю. М. Баскакова

## БОРИС ДОКТОРОВ: «МНОГОЕ ИЗ ТОГО, ЧТО Я НАБЛЮДАЛ ПРИ МОНИТОРИНГЕ ВЫБОРОВ В США 2016 ГОДА, ЕЩЁ НЕ СУЩЕСТВОВАЛО В 2008 Г.»

*БАСКАКОВА Юлия Михайловна — кандидат политических наук, руководитель исследовательских проектов ВЦИОМ, старший научный сотрудник Института социологии РАН, старший преподаватель Финансовой академии при Правительстве РФ.*

*E-MAIL: [jbaskakova@gmail.com](mailto:jbaskakova@gmail.com)*

*BASKAKOVA Yuliya Mikhailovna<sup>1,2</sup> — PhD in Political Science, Head of VCIOM's Research Projects, Senior Researcher  
E-MAIL: [jbaskakova@gmail.com](mailto:jbaskakova@gmail.com)*

<sup>1</sup> Institute of Sociology of RAS

<sup>2</sup> Finance Academy under the Government of the RF

**Аннотация.** Борис Докторов известен российскому читателю, прежде всего, историографией отечественной социологии. Однако круг его интересов далеко не ограничивается жизнеописаниями российских исследователей: начиная с 2008 года он проводит мониторинги президентских кампаний в США, а в этом году вел популярный блог в сети Facebook о состоявшихся выборах. Там ежедневно освещались результаты опросов электората и прогнозы возможных исходов борьбы за Белый дом. Борис говорит, что его мечта — «толстая книга с фото, графич-

**Abstract.** Boris Doktorov is known to Russian readers mainly for his historiography of domestic sociology. However his range of interests goes far beyond the life stories of Russian researchers: since 2008, he has been monitoring the U.S. presidential campaigns, and this year he keeps his Facebook blog devoted to the 2016 U.S. elections. On a daily basis he provided coverage of the results of public opinion polls and predictions of election outcomes. Boris says that his dream is a big book full of photos, graphics and diagrams under the working title «two hundred years of studying the American

ками, диаграммами под условным названием «200 лет изучения общественного мнения в США». По его подсчётам, этот юбилей наступит в 2024 году; до него осталось лишь пара электоральных циклов. В этом интервью мы обсуждаем результаты американских выборов 2016 года.

public opinion». As he estimated, only two election cycles are left to mark this anniversary in 2024. In this interview, we discuss the results of the 2016 American elections.



***В последние годы Вы провели колоссальную работу по реконструкции истории развития российской социологии. В то же время, значительную часть материалов своего блога в сети Facebook Вы посвящаете американским выборам, почему не российским?***

Предметом моего анализа являются не американские выборы, а работа американских полстеров и псефологов. Это связанные, но разные исследовательские направления, если первое стыкуется с политологией и историей США, то второе является областью методологии и инструментальности социологических исследований. Меня интересует, в какой мере существующий измерительный инструментарий позволяет предсказать итоги президентских выборов. В США я продолжаю заниматься тем, чем занимался в СССР: методологией измерения общественного мнения.

Если мы подумаем о том, в какой сфере социологии есть возможность проверить рабочие характеристики измерительного инструментария, то скорее рано, чем поздно назовем электоральные опросы. Джордж Гэллуп говорил, что наступит первый вторник после первого понедельника високосного года — напомним, это Конституционный день выборов президента страны — и станет ясно, как мы работаем. Поэтому мои методологические поиски спроектированы на электоральную тематику.

Помню, в Америке меня многие спрашивали, кто победит на президентских выборах в России в марте 2000 г. Ссылаясь на результаты опросов ВЦИОМ и ФОМ, я говорил о весьма вероятной победе Владимира Путина. Но люди не верили и агрессивно старались убедить меня в том, что по результатам опросов тысячи человек невозможно точно предсказать поведение электората. Исчерпав все аргументы в пользу эффективности небольших научно-организованных выборок, я пошел в библиотеку, нашел книгу с прогнозами Гэллупа и написал небольшую статью. Так родилась моя «гэллапиада» — исходными были вопросы методики, биографический аспект появился позже.

В избирательной кампании 2008 г. я увидел уже уверенное использование онлайн-овых и робо-опросов, именно тогда заявил о себе первыми моделями никому тогда не известный Нейт Сильвер. В 2011 г. вышла книга «Явление Барака Обамы», а я начал изучать развитие избирательной кампании 2012 года. Тогда, как Вы помните, «сгорела» Организация Гэллупа, они, в отличие от подавляющего

числа полстеров, предсказали победу Митта Ромни. По этим материалам была подготовлена книга, но пока издать ее не удалось.

Еще в конце марта 2013 года, на базе прогностической методики «13 ключей к Белому дому», созданной Алланом Лихтманом в 1982 году, я предсказал победу Хиллари Клинтон в 2016 году, если она решится участвовать в выборах. Этот прогноз был тогда же опубликован<sup>1</sup>.

***Предсказать результаты выборов за три года до их проведения — это сильно. Выше Вы говорите о том, что прогноз Вас интересует в первую очередь как способ проверить качество опросного инструментария. Но методика Лихтмана не опирается напрямую на опросы общественного мнения. Почему Вы выбрали в качестве инструмента именно её?***

Да, конечно, прогноз, построенный на базе результатов опросов общественного мнения, отражает все свойства полученной полстерами информации: логику их опросных документов, лексику, свойства выборки, технологию сбора данных и прочее. И одна из главных задач моих мониторингов президентских выборов — выявление через прогнозы качества первичной информации, но — не только. Надо изучать и методологию, алгоритмы построения прогностических функций, моделей. Однако, все прогностические модели такого типа начинают хорошо работать лишь «вблизи» Дня голосования, когда электоральные установки уже сложились и когда полстеры представляют, кто будет голосовать. Ясно, что все эти прогнозы — среднесрочные, на 5—4 месяцев, или краткосрочные — от нескольких дней до нескольких недель.

Так что абсурдно думать об использовании подобных моделей за несколько лет до начала президентских гонок, когда даже не известно, какие политики будут участвовать в марафоне. Именно потому, что метод Лихтмана измеряет, прежде всего, электоральный потенциал двух ведущих партий США, он позволяет получить долгосрочный прогноз. Этот метод, по сути, дает ответ на вопрос: удержит правящая партия власть или ей придется сдать свои права другой партии? Имена кандидатов в президенты, их политический и управленческий опыт в модель не закладываются, не принимаются во внимание и отношение к ним электората.

В начале 2013 года, когда я строил свой прогноз, я исходил из того, что было сделано президентом Бараком Обамой в период его первого президентства (2005—2008 гг.), а также из анализа его второй президентской кампании (2012 г.). Безусловно, я видел и основные тренды в динамике электората. Я понимал, что электоральные группы, поддерживавшие Обаму в 2008 и 2012 годах, проголосуют в 2016 году за Демократического политика, который будет продолжать линию Обамы, а вернее — Франклина Рузвельта — Джона Кеннеди — Билла Клинтон. Поскольку в 2008 году я осуществлял мониторинг президентских выборов, я видел, как цепко, целеустремленно Хиллари Клинтон вела первичные выборы, и я имел все основания считать, что, если (подчеркну, если) она решится участвовать в избирательной кампании 2013 года, то у нее будут все шансы на победу.

Я согласен с Вами, что прогнозировать итоги президентских выборов более, чем за три года — это очень «круто», лучше строить прогноз после промежуточных выборов, т.е в 2014 году. Именно так и поступил Алан Лихтман. Но мне хотелось

<sup>1</sup> Мой прогноз впервые опубликован 26 марта 2013 г. на портале fom.ru. URL: <http://fom.ru/special/kto-stanet-prezidentom-ssha/10870>.

предложить свои прогноз до него, чтобы у меня не было желания следовать его решениям. Замечу, сделав свой прогноз, я сразу же написал ему. Он ответил, что посмотрит...

Алан Лихтман сначала прогнозировал победу кандидата от Демократической партии. Однако примерно за месяц до дня выборов он изменил свой прогноз. У Вас не было искушения сделать то же самое?

Конечно, позже, наблюдая процесс борьбы Клинтон и Трампа, я мог — подобно Лихтману — корректировать свой прогноз, но мне не хотелось делать этого в силу двух обстоятельств. Во-первых, меня могло «потянуть» к воспроизведению, копированию элементов прогноза Лихтмана. Во-вторых, я стремился сохранить «чистоту» моего прогностического эксперимента, не хотелось учитывать данные опросов электората, как то и предполагает процедура «13 ключей». Если учесть, что прогноз делался за 3 года и 7 месяцев до голосования, когда не было известно будет ли в гонке участвовать Клинтон, тем более — Трамп, то мое утверждение, что «... в случае реализации прогноза демократический кандидат опередит своего республиканского оппонента минимум на 6—7%, а вероятность его победы по итогам голосования не ниже 79%» совсем не критически уступает прогнозам, сделанным накануне Дня голосования. Так, согласно финальному прогнозу Н. Сильвера, сделанному утром 8 ноября 2016 года, вероятность победы Клинтон оценивалась в 71,4%, а итоги голосования электората задавались следующим образом: «за» Клинтон — 48,5%, «за» Трампа — 44,9%

***В таком случае возникает вопрос — чей прогноз оказался верным: Ваш или Алана Лихтмана?***

Если сказать кратко, то профессор Алан Лихтман предсказал победу Трампа и «сдал» свой метод «13 ключей к Белому дому», а я прогнозировал победу Клинтон и показал работоспособность метода Лихтмана.

Развею некую парадоксальность сделанного утверждения. Метод «13 ключей к Белому дому» — это надо особо подчеркнуть — прогнозирует лишь результаты общенационального голосования, но не состав электоральной коллегии и, соответственно, он не указывает финальный итог президентских выборов. В том случае, когда победитель общенационального голосования получает 270 или более голосов в электоральной коллегии, он становится президентом. В таком и только таком случае метод Лихтмана предсказывает будущего президента.

Сейчас статистика выборов (она еще будет уточняться) такова: в ходе общенационального голосования за Х. Клинтон проголосовало почти 63 млн избирателей, за Д. Трампа — 61,5 млн, в процентах это выглядит так: за Клинтон — 47,75%, за Трампа — 46,69%. Эта ситуация напоминает 2000 год, когда в общенациональном голосовании первым был Демократ Альберт Гор, но президентом страны по итогам состава электоральной коллегии стал Республиканец Джордж Буш-мл, хотя преимущество Гора составило 543,895 голосов, или 0,5% электората.

В 2012 году Лихтман справедливо относил к своим победам все сделанные им прогнозные заключения относительно восьми последовательных президентских выборов: 1984 г. (прогнозировал победу Р. Рейгана), 1992 г. (Б. Клинтон), 1996 г. (Б. Клинтон), 2000 г. (прогнозировал победу А. Гора, но президентом стал Дж. Буш-мл.), 2004 г. (Дж. Буш-мл.), 2008 г. (Б. Обама) и 2012 г. (Б. Обама). Таким

образом, прогноз 2000 года создатель метода «13 ключей...» рассматривал как успех своей прогностической методологии и технологии. И он был прав, я писал об этом в своей книге<sup>2</sup>.

В среде политических журналистов считается, что за все годы своей прогностической деятельности, т. е. с 1984 года, Лихтман не ошибался. Вот типичные заголовки последних месяцев: «Trump is headed for a win, says professor who has predicted 30 years of presidential outcomes correctly,» «...Alan Lichtnam has correctly predicted every presidential election winner since 1984.» Таким образом, и сам профессор Лихтман, и журналисты, освещающие ход президентских кампаний, заносят прогноз 2000 года в перечень его успехов. И мое мнение таково же, ведь алгоритм, созданный им совместно с российским геофизиком, академиком Владимиром Кейлис-Бороком, ориентирован только на прогноз итогов голосования избирателей, но не учитывает наличие второй ступени в процедуре американских выборов.

Таким образом, если четко следовать логике метода Лихтмана и истории верно предсказанных им результатов президентских кампаний, то следует признать, что в этом году он верно назвал имя будущего президента, но при этом он «вышел за границы» своего метода. Прогноз Лихтмана был бы корректен и не противоречил методу, если бы он сформулировал двуединое прогностическое заявление: «В общем голосовании первой будет Клинтон, но президентом станет Трамп». В этом случае он был бы автором девяти верных прогнозов, включая сделанные в 2000 и 2016 годах. Трудно понять, почему он не предсказал первенство Клинтон по итогам всеобщего голосования, ведь в принципе «ключи» разрешали ему это сделать.

Мне не известна процедура подсчета потенциального числа выборщиков Клинтон и Трампа, которую использовал профессор Лихтман. Скорее всего, изучая статистику опросов в так называемых «ключевых» штатах, он понял, что шансы Трампа на победу в них весьма значительны и в конце сентября сделал заявление о вероятной победе Республиканского кандидата. Конечно, интуиция — мощное оружие науки, но все же она не заменяет статистику и математическое моделирование.

***Если есть долгосрочный инструмент, позволяющий достаточно уверенно предсказать результаты выборов, то к чему все изыскания полстеров? В прошлом году в ходе проекта ВЦИОМ «Изучение американских технологий электорального прогнозирования»<sup>3</sup> мне довелось взять интервью у ряда американских коллег, занимающихся прогнозированием. Те из них, кто проводит опросы, нередко выражали скептический взгляд относительно значимости предсказания победителя horse race. Любая выборка имеет пределы точности, а фокус на хирургической точности прогноза смещает акценты с объяснения происходящего на игру «попади в цель». Может быть, полстерам вообще стоит отказаться от прогнозирования?***

<sup>2</sup> Докторов Б. Восемь верных прогнозов Алана Лихтмана. URL: [http://www.socioprognoz.ru/files/File/2013/8\\_verych\\_prognozov\\_2013\\_06\\_21\(1\).pdf](http://www.socioprognoz.ru/files/File/2013/8_verych_prognozov_2013_06_21(1).pdf).

<sup>3</sup> Баскакова Ю. М., Дёмин А. А., Лашук Н. В., Терентьева Н. Н. Американские практики электорального прогнозирования (доклад по результатам исследования). Москва, 2016. URL: [http://wciom.ru/fileadmin/file/books/amer\\_prodnnoz.pdf](http://wciom.ru/fileadmin/file/books/amer_prodnnoz.pdf).

Я исхожу из того, что как рождение электоральных опросов, так и их «смерть» (замечу, пока этого не ожидается) — объективные социально-исторические процессы. Возникли они не потому, что кто-то хотел и распорядился их начать, а было это почти две сотни лет назад. Из истории известно, что нечто прекращается, уходит, лишь когда это нечто полностью исчерпает себя. Но «это» не отомрет бесследно, а трансформируется в новый, необходимый обществу продукт. Я согласен, сам по себе прогноз исхода выборов не очень-то и нужен, всё равно вечером в День голосования результат борьбы за Белый дом станет известным.

И всё же, вне зависимости от мнения тех или иных экспертов, скептически относящихся к изучению электоральных установок и прогнозам победителя, все это будет. Выборы — важнейший атрибут американской власти и демократии, а если есть выборы, то есть конкурентность, есть борьба, есть неопределенность. А обществу и различным группам населения, скажем, журналистам, политологам, социологам, самим участникам борьбы за власть, активным группам населения необходимо знать, что и как происходит в пространстве выборов. Значит — замеры, значит опросы, мониторинг и... конечно, прогноз.

***Американские полстеры являются законодателями мод в опросных технологиях и в прогнозах тоже. При том, что многоступенчатая система выборов заметно усложняет процедуру прогноза. Что позволяет американцам на протяжении многих лет в целом весьма успешно прогнозировать?***

Как Вы помните, если иметь в виду современные выборочные опросы, то все началось в 1936 году, т. е. 80 лет назад. Опросы того года, которые независимо друг от друга проводились тремя молодыми исследователя рынка: Джорджем Гэллапом, Элмо Роупером и Арчибальдом Кроссли, были успешными, поскольку опирались на большой опыт планирования выборок, формулировки вопросов и ведения личного интервью, накопленный американскими исследователями потребителей различного рода товаров и услуг, а также аналитиками, изучавшими эффективность рекламы.

Вторая составляющая успешности опросов — целенаправленное изучение всех аспектов процедуры сбора информации, сотрудничество в этих вопросах с «академической», или университетской, наукой. Опытные статистики консультировали в вопросах конструирования выборок и обработки информации. Филологи, журналисты помогали в освоении правил формулирования вопросов. Замечу, уже в 1937 году был создан журнал «Public Opinion Quarterly», публиковавший статьи по методике и технике изучения общественного мнения. Третий фактор — высокий дух кооперации и взаимопомощи. Уже в 1947 г. была создана The American Association for Public Opinion Research и положено начало ежегодных форумов исследователей общественного мнения.

Можно продолжить перечисление факторов, в совокупности обеспечивающих высокое качество опросов, но назову еще лишь один — беспокойство по поводу потери клиентов и, как следствие, выхода из бизнеса. Президентские выборы, в меньшей степени — локальные, были и остаются моментом проверки (для полстеров) и демонстрации (для клиентов) эффективности использованной опросной технологии. Как правило, ошибочное предсказание победителя влекло за собой разрыв контрактов с заказчиками. Начиная с 1936 года, опросы финансировались

редакциями газет, журналов, каналами радиовещания, конечно же они не могли позволить себе оплачивать проведение низко качественных опросов. После ошибочного прогноза «Литерари Дайджеста» в 1936 году издание потеряло многих подписчиков и вскоре прекратило свою работу. После фиаско-1948 года Джордж Гэллап потерял нескольких заказчиков. В 2012 году Организация Гэллапа на протяжении нескольких месяцев показывала лидерство Митта Ромни и предсказала его победу. В итоге она потеряла заказ на проведение мониторинга президентских выборов, и в этом году впервые за 80 лет не тестирует установки электората.

***Всё перечисленное Вами — факторы получения хороших данных. В то же время, в своём блоге Вы намного больше внимание уделяете моделям — того же А. Лихтмана, а в случае с опросными данными — Н. Сильвера. При всей условности такой постановки вопроса, как бы Вы оценили значимость отдельных составляющих хорошего прогноза: качество данных, качество модели, квалификация эксперта, который эту модель применяет?***

Сложно, слишком высока условность самой постановки такого вопроса. И все же, рискну ответить на него. Первое — качество модели. Если модель плоха, то никаким качественным материалом дело не исправишь, и даже самой высокой квалификации эксперт дело не спасет. Второе, конечно — информация, которой наполняется модель. При это, отмечу, я имею в виду не сырую информацию, принесенную непосредственно с «полей», но очищенную, пропущенную через систему фильтров. И третье — эксперт. Но его задача не просто подставить в математическую модель необходимые данные, но делать это с пониманием и со способностью интерпретировать прогностические решения.

***Итоги американских выборов породили в российской прессе новую волну критики и алармизма в адрес полстеров: опросы по большей части предсказывали победу Х. Клинтон, а президентом, судя по составу коллегии выборщиков, станет Д. Трамп. В чем Вы видите причины расхождений прогнозов и результатов?***

Теперь многие говорят: «Я это давно говорил» или «Это было ясно с самого начала», но я знаю «кухню» опросов, методологию прогностических моделей, историю изучения американскими полстерами президентских электоральных кампаний, наконец, понимаю природу статистического материала и потому считаю, что подобное не могло, извините за некую корявость, «случиться случайно». Должны быть причины. К настоящему моменту политологами, политическими журналистами, политехнологами названо множество причин успеха избирательной кампании Трампа и поражения Клинтон. Безусловно, ряд этих причин позволяют понять произошедшее, некоторые — лишь сгущают туман. Но в нашем анализе — я имею в виду анализ методологов изучения общественного мнения — важнее не этого рода причины, а то, почему все американские полстеры не зафиксировали накануне выборов падение рейтинга Клинтон и рост электоральной поддержки Трампа.

Складывается впечатление, что буквально в последние дни-часы мнение избирателей кардинально изменилось или что на протяжении всего периода мониторинга электоральных установок большинство полстеров работало по выборке, в которой была завышена доля сторонников Демократов. Отвлечемся от природы, содержания факторов, повлиявших на установки избирателей, обозначим их

совокупность «фактором-Х». Так вот, почему известный всем специалистам сайт Real Clear Politics, команда Нейта Сильвера, аналитики Huffpollster не заметили действие фактора «Х»?

Определенные надежды на то, что туман будет рассеян, можно связывать с созданием в The American Association for Public Opinion Research (AAPOR) Комитета по расследованию того, что произошло с предвыборными опросами. Ведь дело заключается в развеянии широко распространенных представлений о «кризисе опросов». Сложнее — с ответом на вопрос «Когда...?». Комитет должен закончить свою работу в мае 2017 года, но я не уверен в том, что тем самым будет поставлена точка в анализе этой темы. Вы знаете, что после «фиаско-1948» работала Комиссия Мостеллера, которая дала ряд ответов на вопросы о причинах ошибочных опросов Дж. Гэллага, А. Кроссли и Э. Роупера. Однако в 1998 году, т. е. спустя полвека после случившегося, среди участников специального обсуждения «фиаско-1948» не было единства мнений о причинах случившегося.

***Есть разные оценки качества прогнозов американских полстеров на последних выборах. Одни говорят о «провале опросов», которые «устарели как метод изучения предпочтений», другие небезосновательно указывают на то, Х. Клинтон, которая проигрывает по числу выборщиков, лидирует по абсолютному числу набранных голосов избирателей. Как бы Вы рассудили этот спор?***

В моем понимании, Ваш вопрос не обозначил спора, но осветил тему для обсуждения. Говорящие о «провале опросов» и о том, что опросы «устарели как метод изучения предпочтений», уверен, не знают того, что повторяют все сказанное в Америке после «фиаско-1948 года». Американские полстеры все это пережили, обновили все элементы процедуры, технологии опросов и до 2016 года, т. е. почти семьдесят лет верно эффективно отслеживали президентские кампании и итоги их финальных опросов незначительно отличались от результатов голосования. Тот факт, что Дональд Трамп имеет большинство в коллегии выборщиков, никак не снижает значения победы Хиллари Клинтон в ходе общенационального голосования. И подавляющее число полстеров именно это и предсказывали. Думаю, что к 2020 году полстеры выработают механизмы, методы более точного изучения избирателей штатов и создадут новые прогностические модели. Но кроме того, исследователям общественного мнения предстоит принципиально продвинуться в понимании поведения современного избирателя в новой коммуникационной среде, прежде всего я имею в виду снижение роли массовых информационных каналов и усиление значения индивидуального коммуникационного пространства, в частности — веб-сетей.

***За последние пару лет известно несколько нашумевших историй, когда полстеры неверно предсказали результаты выборов: парламенты Великобритании, Израиля, Молдавии, выборы президента Польши, греческий референдум — список можно продолжать. В качестве одной из причин неточных прогнозов называется эффект социально-одобряемых ответов. В связи с американскими выборами полстеры нередко говорят о *shy trumpers* — людях, которые не готовы признаться интервьюерам в симпатиях к Д. Трампу. На ваш взгляд, насколько значимой оказалась их роль на предстоящих выборах?***



К ответу на Ваш вопрос об эффекте социально-одобряемых ответов я хотел бы вернуться после ознакомления с материалами Комитета AAPOR. А пока лишь отмечу два момента.

Во-первых, эффект социально-одобряемых ответов — это функция, скажем в целом, характера власти, культуры общества и культуры опросов. В обществе с глубокими демократическими традициями, высокой политической культурой и доверием к опросам эффект социально-одобряемых ответов не будет высоким, респонденты ценят «свое» мнение и не хотят своими ответами вводить общество в заблуждение. Там же, где демократические традиции слабы, где страшно иметь и — тем более — высказывать свое мнение, где значимо недоверие институту опросов, там обсуждаемый эффект может быть весьма значимым.

Во-вторых, в настоящей избирательной кампании а «shy Trump» effect, по мнению Карла Бялика, целенаправленно изучавшего этот феномен, его роль, возможно, переоценена<sup>4</sup>.

***В последнее время в США заметно обострились дискуссии сторонников традиционных опросных методов и тех, кто практикует онлайн-опросы. Причём последние успешно конкурируют по точности прогнозов с апологетами классических опросных методик, основанных на вероятностных выборках. Можно ли здесь применить упомянутую вами цитату Гэллапа о том, что точность прогноза даёт оценку качества работы?***

Безусловно, это — универсальное правило.

Когда в 2000 году я подготовил и опубликовал в питерском социологическом и маркетинговом журнале «Телескоп» статью «Онлайновые опросы: обыденность наступившего столетия» и в московском журнале «Broadcasting» статью «Онлайновые опросы популярны в США. Готова ли к ним Россия?», в которых анализировался начальный опыт использования американскими исследователями рынка (еще соломенными) онлайн-опросов, тогда эта технология была спорной и весьма критикуемой полстерами. Но теперь, спустя полтора десятилетия, этот метод исследования общественного мнения можно назвать «классическим» и с позиции признания этого факта весьма критически оценивать процедуры «живых интервью» по случайным выборкам. Сам по себе этот метод обладает массой привлекательных черт, но его реализация становится столь трудоемкой и дорогостоящей, что все доброе в нем как-то теряется.

Через два года после выхода в свет названных статей мне показалось оправданным введение типологизации почти 200-х летнего периода изучения общественного мнения в США, предусматривающей существование догэллаповского, гэллаповского и постгэллаповских периодов<sup>5</sup>. Тогда я рассматривал эту конструкцию как весьма абстрактное построение, которое казалось мне удобным для будущих историко-социологических исследований, причем я не был уверен, что сам буду заниматься этой темой. Онлайн-опросы, конечно, трактовались как примеры технологий постгэллаповского периода, но все же все вместе мне

<sup>4</sup> Bialik C. 'Shy' Voters Probably Aren't Why The Polls Missed Trump. URL: <http://fivethirtyeight.com/features/shy-voters-probably-arent-why-the-polls-missed-trump/>.

<sup>5</sup> Из XVII столетия в наступивший век: к становлению пост-гэллаповских опросных технологий // Телескоп. 2003. № 2. URL: [http://www.teleskop-journal.spb.ru/files/dir\\_1/article\\_content1194854593310773file.pdf](http://www.teleskop-journal.spb.ru/files/dir_1/article_content1194854593310773file.pdf).

казалось это некой научной спекуляцией, фантазией. Я не думал, что через десять лет смогу наблюдать заметные признаки того, что в моем понимании могло бы классифицироваться как образ постгэллповского этапа. Но, мне представляется, что избирательная кампания 2016 года — понятно, почему принципиальные подвижки в технологии опросов всегда приходится на годы президентских выборов — стала подлинным началом постгэллповского периода в познании общественного мнения. И успех, распространенность онлайн-приемов измерения массовых установок — один из индикаторов этого феномена.

***Гэллповскую эпоху Вы характеризуете тремя показателями: «случайная выборка, личное интервью и публичность результатов». Как будет методически отличаться «пост-гэллповская эпоха»? Онлайн-исследования уверенно получают распространение в силу ценовых факторов — они существенно дешевле телефонных опросов, особенно в США, где запрещён автоматический дозвон по мобильным номерам. Однако к методикам онлайн-исследований полстеры предъявляют много вопросов — вероятностная выборка остаётся «золотым стандартом», несмотря на многомиллионные интернет-панели и успешные прогнозы Yougov.***

Начну с того, что я пристально слежу за развитием Yougov, мне симпатичен профессиональный путь Дуга Риверса. Я даже несколько лет уже являюсь членом их панели, иногда очень не хочется отвечать на очередную порцию вопросов, похоже, они «дергают» меня еженедельно, но — обещал. Да, я могу узнать, сколько раз я уже участвовал в таких опросах, за каждое заполнение их вопросника респонденту начисляется 500 очков, потом на них можно приобрести какие-то майки, сувениры, giftcard, но я еще не разу не использовал накопленные баллы. Поделив общую сумму моих накоплений на 500, узнаю, сколько раз я участвовал в опросах Yougov.

Это верно, когда в начале века я ввел понятие постгэллповской эпохи в изучении общественного мнения, я действительно связывал ее с появлением и развитием новых опросных технологий. Но сейчас я понимаю насыщение постгэллповского времени много шире. Условно: я вижу постгэллповские методы, постгэллповских респондентов, постгэллповских полстеров и новые институты управления, коммуникации, призванные использовать данные об общественном мнении. Когда в середине 1930-х годов «отцы-основатели» начинали зондировать общественное мнение, они имели дело не только с молодыми респондентами (до 30 лет), но и с их родителями, дедушками и бабушками. Это была еще «старая», традиционная Америка, со своими социальными институтами, традициями, представлениями о мире. Общественное мнение формировалось внутри относительно небольших общин, миграция старших слоев населения (я не беру во внимание новых эмигрантов, они тогда расселялись в относительно узком пространстве на Востоке страны) была ограниченной в пространстве, а также локальной пресой и локальными радиопрограммами. Политика Франклина Рузвельта и Вторая Мировая война привели к активным подвижкам в структуре населения, преодолению изоляционистских установок миллионами американцев, к обновлению старых механизмов межличностной коммуникации, а затем — к достаточно быстрому распространению телевидения. Таким образом, кардинально изменились про-

цессы распространения всех видов социальной информации и — соответственно — процессы культивации и функционирования общественного мнения.

Пропустим десятилетия. Интернет, мобильные телефоны, гаджеты, социальные сети типа Facebook породили новый тип электората, новые механизмы формирования общественного мнения, массу новых методов сбора и анализа данных об общественном мнении. Многое из того, что я наблюдал в мониторинге этого года, не существовало в 2008 году и лишь начинало заявлять о себе в 2012 году... тогда говорили об освоении кибер-опросов, теперь — о влиянии на ход избирательной кампании массивов мощно замаскированных кибер-атак.

***Если у нас зашла речь про «пост-Гэллапа», то Вы бы взяли заглянуть в будущее и спрогнозировать, какой будет «пост-пост-Гэллаповская эпоха»?***

Пока я знаю одно, пост-пост-гэллаповская эпоха будет, она будет связана с реализацией идеи лорда Джеймса Брайса о существовании демократии, когда верхи постоянно в курсе состояния общественного мнения населения, а население знает политические, социальные планы правительства и контролирует политиков.

Фантастика? Не знаю... я помню первый Спутник, полет Юрия Гагарина, высадку американских астронавтов на Луну.. а ведь то было исполнение фантастических замыслов человечества. Давайте оставим этот Ваш вопрос без ответа... ещё есть время подумать...