

*В.Э. ШЛЯПЕНТОХ*

**ДЖОРДЖ ГЭЛЛАП И РОССИЯ:  
РАЗМЫШЛЕНИЯ ПО ПОВОДУ КНИГ Б. ДОКТОРОВА ОБ  
АМЕРИКАНСКОЙ ИСТОРИИ ОПРОСОВ<sup>1</sup>**

Выход одна за другой трех книг Бориса Доктора [1–3] об истории возникновения американских опросов общественного мнения и его анализ творчества Джорджа Гэллапа и других пионеров этого исследовательского направления — факт, весьма значимый для российской социологии. Собственный опыт Доктора в проведении опросов в СССР, его многолетняя сосредоточенность на широком круге методологических проблем, давний интерес к прошлому науки и понимание логики творчества составили базу его исторических исследований. К этому добавилось его стремление к постижению новой для него американской жизни, уважение к людям, создавшим технологию опросов и породившим эту важнейшую составляющую американской демократии. Первые две работы Доктора рецензировались в ряде журналов; в начале 2009 года его новая монография «Реклама и опросы общественного мнения в США: история зарождения; судьбы творцов» была отмечена российской Национальной премией «Серебряный лучник» за развитие теории в области общественных связей. Таким образом, нарождающееся в России сообщество исследователей рынка, журналистов и политтехнологов, имеющих отношение к проведению рекламных кампаний и политических акций, признало существование потребности в освоении богатейшего американского опыта. Очевидно, что историко-научные разработки Доктора будут востребованы и целевой аудиторией его книг — российскими социологами и полстерами.

Сделанное Доктором дает возможность всем, кто проводит опросы общественного мнения и интересуется их результатами, обстоятельно ознакомиться со становлением технологии измерения социальных установок и многообещающим авторским подходом к изучению развития науки через анализ биографий ее творцов. Одновременно рассказ о событиях, происходивших в США в первой половине XX века и много ранее, содержит импульс к размышлениям о начале проведения опросов общественного мнения в СССР в постхрущевский период.

---

**Шляпентох Владимир Эммануилович** — доктор экономических наук, профессор Университета штата Мичиган. **Электронная почта:** shlapent@msu.edu **Адрес сайта:** <http://www.msu.edu/~shlapent>

<sup>1</sup> Англоязычная версия рецензии В.Э. Шляпентоха выйдет в журнале «Journalism & Mass Communication Quarterly» (2009. Vol. 86/2). — *Прим. ред.*

## 1

Звучит парадоксально, но российский социолог Борис Докторов не имеет себе равных в Америке как специалист по истории исследований общественного мнения. Действительно, почти немислимо было предполагать, что в стране, тратящей на рекламные опросы суммы, превышающие бюджеты многих государств, в стране, где в избирательных кампаниях полстеры играют роль примадонн, за последние полвека не нашлось экспертов, которые так же основательно, как российский автор, изучили бы историю опросов общественного мнения. Совершенно невероятно, что в США не нашлось даже ассистента на кафедре массовых коммуникаций (или на кафедре рекламы), а тем более зрелого ученого, каким является Борис Докторов, не нашлось издательства, которые бы опубликовали биографию Джорджа Гэллапа, не говоря уже о биографиях менее ярких, но чрезвычайно значительных звезд в области исследования общественного мнения, таких как Элмо Роупер, Арчибальд Кроссли и Хэдли Кэнтрил.

Только после изучения «Worldcat», ведущего американского книжного каталога, и просмотра нескольких сайтов, найденных в Google, я перестал сомневаться в праве Докторова, издавшего подряд за последние годы три книги по истории опросов в США, считаться ведущим в мире специалистом в этой важнейшей сфере американской жизни. Действительно, в каталоге я обнаружил только одну работу о Гэллапе, касающуюся не самого важного в его практике — исследований для Голливуда [4]. Укажу еще две книги, в которых многие страницы повествуют о жизни и деятельности Гэллапа и первопродцов изучения массовых установок [5, 6].

Это Докторов, а не американские специалисты, запросил в университете Айовы документ, в котором были перечислены все предметы, изучавшиеся Гэллапом в 1919–1928 годах, и указаны преподаватели, читавшие их [3]. Это Докторов, в силу семейных обстоятельств переехавший в 1994 году в США, сумел в результате долгого и кропотливого поиска, спустя почти сто лет после описываемых событий, многое узнать об этих преподавателях, найти их книги и сделать вывод о содержании читавшихся курсов. Более того, Докторов восстановил, продлил в прошлое цепочку «учитель — ученик», назвал не только учителей Гэллапа, но и учителей их учителей и далее, показав, таким образом, своего рода диахронический срез научных школ. Он не поленился изучить воспоминания студентов, учившихся одновременно с Гэллапом, и детально проанализировать «лицо» газеты, для которой тот проводил свои первые опросы — основу его докторского исследования. Никем ранее не использованные архивные материалы, в том числе и те, которые были предоставлены родными великих пионеров опросов общественного мнения — Арчибальда Кроссли,

Хэдли Кэнтрила и других исследователей, — легли в основу соответствующих разделов.

Также в поле внимания Докторова оказались первые организации, изучавшие с помощью имевшихся тогда научных методов реакцию людей на политические события [2, 3], такие как Американская ассоциация исследователей общественного мнения, знаменитый Роуперовский центр (Roper Center), первые региональные службы по проведению опросов. Излагая версии рождения роуперовских опросов для журнала «Fortune», он консультировался с Джин Конверс [7], автором монографии по истории маркетинговых исследований и опросов общественного мнения. В очерке о Джо Белдене, создателе Texas Poll, были использованы советы дочери последнего, Нэнси Белден. Необычен и содержателен анализ истории становления журнала «Public Opinion Quarterly», и в настоящее время являющегося флагманом периодических изданий об общественном мнении. При подготовке материалов о журнале Докторов использовал свою переписку с Джеромом Брунером, стоявшим во главе этого издания в 1943–1944 годах, и Филлипсом Дейвисоном, редактировавшим журнал в течение двух периодов: на рубеже 1940–1950-х и в 1968–1972 годах. Рассказ о становлении Роуперовского центра дополнен воспоминаниями его первого директора Филиппа Хастингса.

## 2

Многое в работе Докторова определяется тем, что он не проводит жесткой границы между прошлым и настоящим; его «сейчас» в одних случаях измеряется несколькими годами, в других — столетиями. Он считает всех своих героев — современниками и вместе с тем погружается в глубину времени, ища истоки тех процессов, которые оказываются в поле его зрения. Другой концептуальный момент его видения истории рекламы и опросов общественного мнения заключается в постулировании того, что прошлое не может быть «безлюдным». Соответственно, в его повествовании очень много «действующих лиц». Еще одно важнейшее методологическое положение распространяется на трактовку автором траекторий жизни его героев: выделяются предбиография, биография и постбиография, вместе определяющие судьбу человека. Следуя этому положению, Докторов во многих случаях начинает рассказ о жизненных путях своих героев не с момента рождения, но с рассмотрения прошлого их семей, иногда очень далекого. Таким образом, история развития опросов раскрывается в биографиях их создателей, и при этом сами биографии приобретают новое, дополнительное значение — они задают социальный контекст всех событий. Автор справедливо называет свои книги историей и биографией опросов общественного мнения.

Докторовым обстоятельно изложен процесс зарождения, расцвета и завершения прессовых (соломенных) электоральных опросов [2, 3]. Признавая ограниченность возможностей этого метода, он указывает на историческую обусловленность его возникновения и на огромное общекультурное и политическое значение тех несовершенных опросов. Они формировали позитивное отношение прессы и радио к мнениям электората, приучали прислушиваться к ним политиков и активные слои населения страны. Много детальнее, чем в известных мне работах американских специалистов, автором изложена история возникновения опросов «The Literary Digest».

Поистине интригующим является поиск Докторовым ответа на вопрос, который он впервые поставил в историко-научно-исследовательской тематике: почему научные (выборочные) опросы электората возникли в 1936 году, а не раньше? Главные причины этого он видит в отсутствии соответствующего общественного вызова, незаинтересованности политической элиты и отстраненности университетских ученых того времени от социальной проблематики. Но все это не просто историко-теоретические рассуждения. Анализируя уровень и масштабы маркетинговых исследований Чарльза Парлина, Даниэла Старча, Эдварда Стронга, Генри Линка, Эмиля Хурьи и Самьюэла Хейза-мл., Докторов доказывает, что многие инструментальные и организационные вопросы изучения установок населения были решены уже в первой половине 1920-х годов.

Детальный анализ истории измерения радиоаудитории, проводившегося для рекламодателей и рекламных агентств, дает читателю не только выразительные портреты Арчибалда Кроссли, Клода Робинсона, Клода Хупера и Артура Нильсена, но и одновременно является введением в многолетний спор специалистов о соотношении традиционного опроса и приборных методов при изучении установок и поведения населения. Избирательная кампания 2008 года показала живучесть этой дискуссии: сейчас актуальным стал вопрос о соотношении результатов телефонных и онлайн-опросов.

Отдельно отмечу, что даже в американской специальной литературе о перечисленных выше ученых сказано крайне мало.

## 3

Главным героем исторических хроник Бориса Докторова является Джордж Гэллап. В книге рассмотрено многое из того, что было осуществлено им почти за полвека изучения общественного мнения и что не только составило «золотой фонд» ряда научных направлений, но и изменило политическую и культурную жизнь США. Гэллапом и представителями первого поколения полстеров была доказана возможность точного измерения политических установок электората на основе относительно небольших выборок. Гэллап и Кэнтрил заложили основы

построения эффективной процедуры общения интервьюеров с респондентами и указали общие принципы формулирования валидных вопросов и шкал. Гэллуп первым стал регулярно использовать одни и те же вопросы, тем самым заложив основы исследований динамики общественного мнения. Благодаря ему в настоящее время существуют десятки рядов наблюдений, охватывающих полстолетия и более. До начала Второй мировой войны Гэллуп приступил к созданию зарубежных центров изучения общественного мнения, начала складываться глобальная сеть мониторинга политических и экономических установок и были сделаны первые шаги к проведению сравнительных кросскультурных исследований. Все это вместе, считает Докторов, превратило опросы, фиксирующие лишь «моментальные» реакции на происходящее в стране и мире, в инструмент анализа глубинных структур сознания и макротрендов в установках и поведении людей. Гэллуповские публикации результатов опросов, десятилетиями тиражировавшиеся газетами и комментировавшиеся ведущими американскими политическими обозревателями, вовлекали миллионы американцев в обсуждение проблем, волновавших все население, то есть содействовали укреплению демократии и формированию гражданского общества. Гэллуп с юности стремился быть «апостолом демократии», и он им стал.

## 4

Но почему российский, а не американский ученый оказался автором самой детальной биографии Гэллупа и других корифеев знаменитых на весь мир опросов общественного мнения? Отчасти это связано с профессиональным опытом Докторова. После окончания математико-механического факультета ЛГУ он начал заниматься обработкой результатов психологических и социологических измерений и с 1971 года принимал участие в организации опросов общественного мнения в Ленинграде. С конца 1980-х и до отъезда из России в 1994 году он работал в Социологическом институте РАН и ВЦИОМе, ныне — «Левада-Центре».

Вместе с тем, думается мне, существуют серьезные причины политического и социального характера, сформировавшие интерес Докторова к изучению наследия Гэллупа и его исследовательскую позицию. Борис Докторов принадлежит к третьему поколению советских социологов, начавшему активно работать в 1970-е годы; оно формировалось в условиях «оттепели» 1960-х годов, когда появилась — с большим опозданием по сравнению с Западом — советская эмпирическая социология. С самого начала поколение «основателей» новой для СССР науки было вдохновлено надеждами на либерализацию тоталитарного общества, в котором они жили, и пылало желанием внести свой вклад в этот процесс. Докторов подчеркивает в своих книгах,

что важным мотивом деятельности Гэллапа было укрепление демократии в Америке с помощью достоверных опросов общественного мнения. Преданность своего главного героя идеям демократии Докторов связывает с его уважением к традициям первых американских переселенцев. Предки Гэллапа прибыли из Англии в Новый Свет в 1630 году и участвовали в создании американской системы демократического самоуправления, получившей название «городское собрание Новой Англии».

Нет оснований сомневаться в этом утверждении Докторов. Однако я считаю, что эмоциональная и интеллектуальная увлеченность изучением общественного мнения у первых советских социологов, таких как Борис Грушин, Владимир Ядов и Владимир Шубкин (рискуя отнести и себя к этой группе), была много сильнее, чем у Гэллапа и его друзей. Ведь последние воспитывались и работали в обществе, в котором демократические институты, пусть далеко не идеальные, в целом функционировали в полном объеме. Как ни замечателен был прорыв Гэллапа, о котором пишет Докторов, но американская политическая система не претерпела принципиальных изменений после фиаско опроса «The Literary Digest» в 1936-м и перехода к научным методам изучения установок.

## 5

Другое дело СССР. В 1960-е годы никто из нас даже в самых смелых мечтах не допускал появления демократии в стране. Все наши надежды связывались только с движением к «социализму с человеческим лицом» и смягчением режима, надеждой на согласие Кремля учитывать в своих решениях интересы народа. Позже я писал об этом в моей книге об интеллигенции [8].

Признание общественного мнения в качестве важного фактора в жизни тоталитарного общества (совместимость этих двух явлений — уже другой вопрос) и разрешение властей на его честное изучение было пределом наших желаний. Восторженная вера в магию общественного мнения, якобы способного изменить стиль руководства страной, понимание важности его изучения требовали от нас, организаторов первых опросов в стране, создания собственной галереи героев, которые могли бы служить высокими примерами проведения опросов общественного мнения. Таким примером стал Гэллап. На втором месте, пожалуй, был Лесли Киш, чья книга о выборке была для нас библией [9].

Ссылаясь на Лазарфельда, Докторов упоминает о том, что уже в конце 1940-х годов слово *gallup* в ряде европейских языков стало использоваться как существительное и как глагол, означающие «опрос» и «опрашивать» (что-то похожее на употребление сегодня *Google*). Другими словами — проведение опросов в США и Европе стало особой

аналитической областью. Ничего похожего не произошло в СССР. В 1960–1970-е годы (в известной степени и сегодня в России) изучение общественного мнения считалось частью социологии. Понятие «пол-стер» (трудно найти русский эквивалент этого термина) не очень широко используется в русском языке, несмотря на грандиозную экспансию в него английского языка в последние десятилетия. Изучающие общественное мнение по-прежнему именуют себя социологами, чего никогда не делал Гэллалп и те, кто писал о его деятельности.

Исторически возникшая органическая связь опросов общественного мнения с социологией в СССР объясняется, на мой взгляд, тем, что они виделись обществоведам как локомотив, призванный привести в движение всю эмпирическую социальную науку. Появление, пусть временное, грушинского Института общественного мнения при «Комсомольской правде» (1960 г.) рассматривалось в стране как грандиозное продвижение всей социологии. Поэтому Гэллалп в России стал фигурой иного звучания, отчасти — более мощной, чем на своей родине. Он оказался символом новой социальной науки, способной противопоставить лживой официальной картине общества правдивое описание его состояния. Отсюда почти мистическая слава Гэллалпа в России, которая распространилась не только среди определенных слоев советской интеллигенции, в основном либеральной и горячо поддерживавшей социологию и опросы, но и среди партийной номенклатуры. В отличие от сегодняшнего политического класса России, коммунистическая элита тайно, а иногда и почти открыто уважала Америку и разделяла с интеллигенцией культ Гэллалпа.

## 6

В 1976 году редакция газеты «Правда» попросила меня повторить опрос подписчиков, который я провел в 1968-м на базе случайной выборки читателей по месту работы и месту жительства. В этот раз я задумал использовать предложение газеты, сулившее огромные ресурсы для исследования, для отработки методики территориальной выборки населения страны по месту жительства; ранее в СССР таких опросов не проводилось. Общие положения этой выборки описаны в вышедшей в Москве в 1980 году книге [10], но из-за моей эмиграции в 1979-м я был вычеркнут из нее и как главный редактор, и как соавтор.

Ответственный сотрудник «Правды» усомнился в необходимости для газеты знать мнение всего населения страны, а не только ее подписчиков (и где-то он был, конечно, прав). Но мое желание осуществить задуманный проект и продвинуть вперед технику опросов было настолько сильно, что я прибегнул к очевидному для профессионала лукавству. Настаивая на «моей» генеральной совокупности — «население страны» и отвергая предложение газеты — «подписчики», я

заявил, что именно так на моем месте поступил бы Гэллап. «Гэллап, — задумчиво и уважительно повторил мой собеседник. — Ну, что ж, так тому и быть». И первая территориальная выборка населения страны по месту жительства со случайным отбором на всех стадиях была спасена.

Вскоре я еще раз убедился в великом престиже Гэллапа в главном учреждении страны — Центральном Комитете компартии. В начале 1970-х я состоял в переписке с Гэллапом и он даже прислал мне свою известную книгу о проведении опросов [11]. В 1977-м, незадолго до моей эмиграции в США, я получил от него сенсационное для нас письмо. Сильно преувеличивая административные возможности, которыми в действительности я — беспартийный еврей с репутацией либерала — обладал, Гэллап просил, чтобы я посодействовал включению СССР в его большое международное исследование качества жизни. Он писал, что это исследование должно быть кульминацией его деятельности и что участие Советского Союза в проекте будет для него очень важным событием. Я понимал, что вероятность успеха у меня минимальна — один шанс из ста.

Но именно в это время советские пропагандисты взяли на вооружение концепцию качества жизни, которая позволяла им противопоставить дикое отставание СССР в потреблении материальных благ отсутствию безработицы, бесплатному образованию и здравоохранению. Я придумал иезуитский план внушения партийным боссам идеи, что теперь, с учетом новой концепции, СССР будет выглядеть прямо таки прекрасно по сравнению с любой западной страной.

Я никогда не был в Центральном Комитете, меня не приглашали туда даже тогда, когда я, проведя национальные опросы читателей ведущих центральных газет, монополично обладал информацией о политических настроениях в обществе (как потом выяснилось, она была весьма адекватна реальным взглядам населения). Но вот имя Гэллапа открыло мне возможность посетить место, где принимались все решения о жизни страны.

Меня пригласил Лев Оников, сотрудник ЦК, хорошо относящийся к социологии, соавтор книги Грушина [12], и я впервые за 15 лет активной социологической деятельности переступил порог этого здания. Предложение Гэллапа явно было лестно моему собеседнику. Он рассчитывал, что начальство прореагирует на имя Гэллапа с интересом, да и моя демагогия вроде бы произвела впечатление, и он обещал доложить «наверх». Увы, даже это имя не могло преодолеть консерватизм партаппарата. Оников мне не позвонил, а я постеснялся сообщить великому Гэллапу, как позорно провалилась миссия, которую он на меня возложил.



Еще один пример того, что имя Гэллапа было дорого тем, кто начал проводить эмпирические исследования в стране. Когда исследователь массовой коммуникации и общественного мнения Борис Фирсов, сотрудником которого в течение трех десятилетий был Докторов, в 1977 году оказался в Америке — невероятное счастье для советского гуманитария, — он прежде всего искал встречи с мэтром и удостоился ее в Принстоне, где находится штаб-квартира Гэллаповского центра.

## 7

Б. Докторов подробно и красочно рассказал о «звездном часе» Гэллапа, когда наряду с несколькими другими молодыми полстерами он ввел случайную выборку в опросы общественного мнения, отказавшись от квотной выборки, которая лежала в основе многих американских исследований тех лет, в частности, знаменитого в 1930-е годы «психологического барометра» Генри Линка [3]. В качестве основной единицы опроса у Гэллапа выступали случайно отобранные избирательные округа, в которых случайно отбирались семьи, а в каждой из них — один взрослый. В отличие от «The Literary Digest», признанного лидера в этой области, Гэллап дал правильный прогноз итогов президентских выборов. Кроме того, он внушил недоверие к квотной выборке в социальной науке, что оказалось не совсем справедливо: через несколько десятилетий стало очевидным, что сочетание квотной выборки со случайным отбором дает прекрасные результаты. Елена Петренко и я показали это при использовании многоступенчатой выборки в опросе населения СССР в 1976 году.

Как ни странно, но даже профессионалам часто и сейчас нелегко последовательно рассуждать в терминах рандомизации при обсуждении социальных проблем. Полагаю, что Докторов, математик по базовому образованию, наблюдал сложность внедрения в сознание советских социологов, не говоря уже о «начальниках», вероятностных идей, и поэтому заинтересовался этой темой. Более того, любая авторитарная система враждебно относится к принятию решений на вероятностной основе, так как «выбор» должен быть сделан «руководством», а не статистиком с его таблицами случайных чисел или, не дай бог, компьютером.

Я в своей практике в СССР не раз сталкивался с органическим недоверием партийного аппаратчика к случайному отбору. Вот курьезный, но типичный пример. В 1976 году мы планировали стратифицированную случайную выборку для опроса населения страны [13]. На первой стадии комплектования выборки был случайным образом отобран Таджикистан как регион, представляющий Среднюю Азию. Когда мы приехали туда для проведения пилотажа, то выяснили, что руководство республики абсолютно не

поверило нашему объяснению, почему именно они, а не Узбекистан, оказались включенными в обследование. По их мнению, Москва просто решила использовать социологов для тайных расследований. Эта навязчивая идея руководителей Таджикистана сильно попортила нам нервы, но имя Гэллапа существенно помогло в борьбе с начальственным отвращением к вероятностным подходам.

Примечательно было и мнение многих советских журналистов, убежденных в том, что письма читателей вполне отражают позицию всей аудитории газеты. Ими отвергались наши доводы, что это может сделать только случайная выборка из всей совокупности читателей.

## 8

Укажу еще на одно следствие гэллаповской революции, важное для советских социологов: опыт Гэллапа помог провести в СССР опросы с ограниченными ресурсами. Дело опять таки в начальстве — воспитанное на идеологии переписей населения, оно было склонно доверять результатам опросов, только если они охватывали десятки тысяч респондентов. Когда я докладывал итоги первого национального опроса, выполненного по просьбе «Известий» в 1966 году, я мог впечатлить их тем, что мы опросили 10 000 подписчиков и еще получили 30 000 прессовых анкет (заполненных опросников, напечатанных в газете) [14]. Я прекрасно понимал уже тогда, что наша выборка нелепо велика, если, конечно, оставить в стороне необходимость изучения отдельных групп населения. Пришлось потратить в дальнейшем немало усилий, чтобы публика и профессионалы освоили знаменитый тезис Гэллапа о том, что в опросах важен не столько объем выборки, сколько правила отбора. И если сегодня национальные выборки российских полстерских организаций часто не превышают 2000, то это означает, что дух гуру из Принстона победил в России окончательно.

## 9

Докторов справедливо указывает на то, что в США и СССР мощным стимулятором изучения общественного мнения были газеты [1, 2]. Американские газеты начали публиковать результаты простейших электоральных опросов в 20-х годах XIX века. В середине 1930-х первые опросы Гэллапа финансировались газетным консорциумом, объединявшим свыше сотни изданий, заказчиком Роупера выступал журнал «Fortune», Кроссли поддержал издательский синдикат «King Features».

Возникновение опросов общественного мнения в СССР связано с газетой «Комсомольская правда», в которой в 1960 году работал молодой философ и журналист Борис Грушин; в ней же публиковались результаты его первых опросов [15]. Юло Вооглайд относится к пионерам

изучения общественного мнения в Эстонии; эта работа, проводившаяся в начале второй половины 1960-х, финансировалась тартуской газетой «Эдази» [16]. Первые опросы по национальной случайной выборке, проведенные мною во второй половине 1960-х годов, также осуществлялись по заказу четырех ведущих центральных газет: «Известия», «Труд», «Литературная газета» и «Правда». Примечательно, что первый курс социологии в стране был прочитан Юрием Левадой на факультете журналистики МГУ в середине 1960-х годов [17].

Очевидно, что «отцы» опросов не могли иметь специального образования в этой области, — среди них были психологи, аналитики рынка и журналисты. Мне хотелось бы обратить внимание на то, что и в первом поколении советских ученых, применявших опросы, тоже были self-made социологи: у В. Ядова, Б. Грушина и Ю. Левады было философское образование, у В. Шубкина, Т. Заславской и меня — экономическое, у Л. Гордона — историческое.

Однако еще большее значение при сравнении истории исследований общественного мнения в США и России для Докторова имеет то, какие сферы социальной жизни в наибольшей степени стимулировали развитие технологии опросов. Помимо общего, здесь обнаружались и серьезные различия.

Начнем с того, что потребности бизнеса в эффективной рекламе и рыночных исследованиях в определяющей степени стимулировали поиски и деятельность Гэллапа, Роупера, Кроссли и не играли буквально никакой роли в формировании исследований общественного мнения в Советском Союзе. И это понятно. В плановой экономике был постоянный дефицит всех товаров, реклама и маркетинговые исследования практически отсутствовали. Ни к одному из нас, проводивших тогда опросы, не обратилось ни одно предприятие или министерство с просьбой изучить спрос на их продукцию. Исключение, пожалуй, составляли только кино и театр, здесь советские полстеры опять пересекаются с Гэллапом. В постсоветской России ситуация коренным образом изменилась.

Но существует более важное отличие между обстоятельствами жизни и условиями работы основоположников исследования общественного мнения в США и СССР. Американское государство не имело ни малейшего отношения ни к организации опросов, ни к их предметной направленности. В СССР государство контролировало каждый шаг социологов. Не только программа опроса, но и каждый вопрос в анкете проходили цензуру, нередко многократную. К примеру, анкеты моих опросов читателей утверждались руководством университета, при котором действовала моя группа социологии печати, райкомом партии, редакцией и, видимо, ЦК. Грушинский проект по изучению общественного мнения в Таганроге полностью контролировался отделом науки и вузов ЦК. Гэллап был свободен, мы — нет.

Высоко оценивая работу Докторова, я выскажу и некоторые полемические соображения. Спустя более полусотни лет после рождения научной технологии изучения общественного мнения автор должен был быть более критичен к тем, кто ее создавал. Теперь очевидно, что Гэллуп и его коллеги были поразительно наивны, романтичны в своем безграничном доверии к ответам соотечественников в опросах общественного мнения. Они игнорировали возможность того, что их респонденты могут обманывать их, например, в вопросах межрасовых отношений [18]. Они начисто игнорировали существование такого мощного фактора, как *desirable values* и вообще влияние господствующей идеологии (политической корректности, сказали бы сегодня) на качество опросов. Характерно, что Гэллуп и многие американские полстеры вплоть до последнего времени сопровождали публикацию результатов опросов лишь данными об ошибках выборки и ни слова не говорили о других видах погрешностей. Только в 1990-е годы «New York Times» стала отмечать возможность отягощения публикуемой статистики опросов погрешностями различного рода.

Отсюда и вера отцов-основателей в то, что каждый опрос в отдельности является надежным источником информации. В США Дональд Кембелл был, по сути, первым, кто страстно доказывал важность использования многих источников информации (*the multi source approach*), но его главная книга вышла только в 1966 году [19]. Между тем советские исследователи общественного мнения с самого начала были преисполнены недоверия к своим респондентам и считали, что, только сравнивая результаты, полученные разными методами, можно быть уверенными в том, какова реальная позиция людей. Поэтому они сопоставляли данные персональных интервью с данными почтовых анкет и с результатами, полученными другими исследователями. Правда, в то время эта тема уже многие годы анализировалась американскими методологами.

Борис Грушин, которого пресса давно стала называть российским Гэллупом, при подготовке проекта «Общественное мнение в средне-промышленном городе» разработал 44 процедуры; совместно они должны были проверить искренность респондентов и определить влияние идеологии на их ответы [20]. Мы в наших опросах читателей центральных газет были также обеспокоены достоверностью ответов и прибегали к сопоставлению результатов опросов по месту работы и месту жительства, данных интервью с почтовыми анкетами, а равно сравнивали результаты анкет с разным порядком расположения вопросов, с разными удельными весами закрытых и открытых вопросов, анкет, содержащих и не содержащих демографические вопросы [21, 22].

Рецензенты книг Бориса Докторова отмечают необычность его стиля: сочетание глубокой научности и литературной отточенности, внимание к историческим фактам и стремление к постижению внутреннего мира героев. Я вижу в его исследовании и книгах стремление к многообещающему соединению российских и американских научных традиций и культур.

Можно привести немало примеров, подтверждающих полностью или частично старую библейскую истину о том, что нет пророков в своем отечестве. Во всяком случае, многие фигуры американской культуры куда более популярны в России, чем в США. Имена Джека Лондона или Теодора Драйзера, которые знал в конце 1970-х годов буквально каждый выпускник даже сельской школы, были практически неизвестны моим новым коллегам, с которыми я начал работать по приезду в США. С другой стороны, нет американского автора, который был бы так авторитетен в описании американского общества, как француз Алексис де Токвиль, посетивший США в 1830-е годы.

Гэллуп не разделил судьбы американских писателей, упомянутых выше. Имя его хорошо известно на его родине. Однако ореол героя демократии он все-таки приобрел за рубежом, и прежде всего — в России. В то же время Докторов *cum grano salis* — с оговорками — может претендовать на роль Токвиля по отношению к Гэллупу. Этот российский автор сделал для увековечивания Гэллупа, для глубинного изучения его творчества, а также творчества других отцов-основателей исследования общественного мнения в США больше, чем американцы. Обе страны — США и Россия — должны быть ему благодарны.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Докторов Б.З.* Первопроходцы мира мнений: от Гэллупа до Грушина. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2005.
2. *Докторов Б.З.* Отцы-основатели: история изучения общественного мнения. М.: Центр социального прогнозирования, 2006.
3. *Докторов Б.З.* Реклама и опросы общественного мнения в США: история зарождения; судьбы творцов. М.: ЦСП, 2008.
4. *Ohmer S.* George Gallup in Hollywood. New York: Columbia University Press, 2006.
5. *Moore D.W.* The superpollsters: How they measure and manipulate public opinion in America. New York: Four Walls Eight Windows, 1992.
6. *Igo S.E.* The averaged American: Surveys, citizens, and the making of a mass public. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2007.
7. *Converse J.M.* Survey research in the United States: Roots and emergence 1890–1960. Berkeley: University of California Press, 1987.

8. *Shlapentokh V.* Soviet intellectuals and political power. Princeton: Princeton University Press, 1990.
9. *Kish L.* Survey sampling. New York: John Wiley & Sons Inc., 1965.
10. Территориальная выборка в социологическом исследовании. М.: Наука, 1980.
11. *Gallup G.H.* The sophisticated poll watcher's guide. Princeton, N.J.: Princeton Opinion Press, 1972.
12. Массовая информация в советском промышленном городе / Под ред. Б.А. Грушина, Л.А. Оникова. М.: Политиздат, 1980.
13. *Шляпентох В.Э.* Проблемы репрезентативности социологической информации: случайная и неслучайная выборка. М.: Статистика, 1976.
14. Читатель и газета: Вып. 1 / Под ред. В.Э. Шляпентоха. М.: ИКСИ АН СССР, 1969.
15. *Грушин Б.А.* Четыре жизни России. Эпоха Хрущева. М: Прогресс–Традиция, 2001.
16. *Вооглайд Ю.В.* Опыт социологического и социально-психологического исследования структуры читательской аудитории городской и районной газеты. Автореф. дисс. ... канд. философ. наук. М.: ИКСИ АН СССР, 1970.
17. *Левада Ю.М.* Лекции по социологии. М.: ИКСИ АН СССР, 1969.
18. *Schuman H., Steeh C., Bobo L., Krysan M.* Racial attitudes in America: Trends and interpretations. Cambridge: Harvard University Press, 1985.
19. *Campbell D.T., Stanley J.* Experimental and quasi-experimental designs for research. Chicago: Rand McNally College Pub. Co., 1966.
20. 47 пятниц: Вып. 1 / Под ред. Б.А. Грушина. М.: Информационный бюллетень ИКСИ АН СССР и ССА, 1969.
21. Социология печати: Вып. 1, 2 / Под ред. В.Э. Шляпентоха. Новосибирск: Наука, 1969.
22. *Шляпентох В.Э.* Проблемы достоверности статистической информации в социологических исследованиях. М.: Статистика, 1973.