

азбука понятий

Григорий Юдин

общественное мнение



Общественное мнение —

это способ представить волю народа, использующийся в политике для демонстрации демократической поддержки. В последнее время общественное мнение производится преимущественно с помощью технологии опросов, которые наделяют его аурой объективности. Демократическая политика строится как конкуренция между теми, кто имеет смелость интерпретировать общественное мнение и говорить от лица народа, чего желает народ и в чем состоит его благо.



ЕВРОПЕЙСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

УДК 316+311
ББК 60.5+60.6
Ю16

Утверждено к печати Ученым советом Европейского университета
в Санкт-Петербурге

Рецензенты: А. Р. Бессуднов (PhD)
А. В. Магун (PhD)

Научный редактор серии «Азбука понятий» *Дмитрий Калугин*

Юдин Г. Б.

Ю16 Общественное мнение, или Власть цифр / Григорий Юдин. — СПб. :
Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2020 —
174 с. : ил. — [Азбука понятий; вып. 11].

ISBN 978-5-94380-294-2

Каждый день мы сталкиваемся с результатами опросов общественно-го мнения — из них мы получаем основную информацию об обществе, в котором живем. Общественное мнение играет все большую роль в современной политике, при этом остается непонятным, можно ли доверять результатам опросов. Как их правильно интерпретировать? О чем на самом деле говорят эти цифры? Помогают ли опросы общественного мнения развитию демократии? Являются ли опросы наукой или политической технологией? Для того чтобы ориентироваться в цифрах опросов, нужно обладать знаниями в области статистики, политической теории, социологии. Но главное — понимать, откуда взялось понятие «общественное мнение», как менялось его значение и способы его измерения и отчего в России оно исторически имеет особый смысл. О том, почему социология не занимается изучением общественного мнения, по каким причинам невозможна репрезентативность и как опросы сами участвуют в создании реальности, которую они измеряют, расскажет книга Григория Юдина.

УДК 316+311
ББК 60.5+60.6

© Г. Б. Юдин, текст, 2020
© В. Б. Богорад, иллюстрации, 2020
© А. Ю. Ходот, оформление, 2020
© Европейский университет
в Санкт-Петербурге, 2020

ISBN 978-5-94380-294-2

содержание

ВВЕДЕНИЕ.....	8
1. Кризис на фоне расцвета	8
2. Три мифа об общественном мнении	15
I. ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ БЕЗ ОПРОСОВ.....	26
1. Презренная докса.....	27
2. Публичное мнение	34
Демократическая теория.....	37
Буржуазная теория	47
3. Тирания общественного мнения.....	54
«Пост-правда»	55
«Альтернативные факты»	60
4. Отчаяние Пушкина.....	68
Общее мнение и народный дух.....	69
Игра с полицией.....	78
II. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ И РЕПРЕЗЕНТАТИВНОСТЬ.....	82
1. Что такое репрезентативная выборка.....	86
Как рассчитывается выборка	89
Почему репрезентативность невозможна	93
2. Народ в миниатюре	97
Магия опросов	97
Двойная репрезентация	99
3. Социология против опросов общественного мнения	106
4. Возможны ли опросы в тоталитарном обществе?	115
Германия	117
СССР.....	120

III. ПЛЕБИСЦИТАРНАЯ ДЕМОКРАТИЯ	128
1. Перманентный референдум	130
2. Чего не видят опросы	139
Молчаливое большинство	139
Когда опросы ошибаются	142
Технология контроля	145
3. После опросов	154
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	166
ЧТО ЧИТАТЬ ПО ТЕМЕ?	172

используемые в серии «Азбука понятий» обозначения



Авторские комментарии
или библиографическая ссылка



Краткая биографическая справка



Определение термина или понятия



Ссылка на другую книгу
из серии «Азбука понятий»

7

Ссылка на страницу этой книги

Пагинация только нечетных страниц. Для определения номера соседней страницы необходимо уменьшить на единицу номер, указанный на цветном поле.

Введение

1 Кризис на фоне расцвета

Сегодня сложно представить себе жизнь без опросов общественного мнения. Цифры опросов окружают нас со всех сторон, так что мы в любой момент можем свериться, совпадает наше мнение с мнением большинства или нет. Опросы сообщают нам самую важную информацию о политике: из них мы знаем, «чего хочет народ», и благодаря им мы обычно можем заранее предсказать итог ближайших выборов. Трудно вообразить, как изменилась бы политическая жизнь, если бы опросы исчезли и мы почти ничего не знали бы о предпочтениях избирателей до самого подсчета голосов.

Опросов становится все больше: сегодня их проводят не только специализированные агентства, но и теле- и радиостанции. В вечернем шоу спорят между собой общественные деятели, а под каждым из них ползет полоса — это телезрители звонят и отвечают на вопрос «Кого вы поддерживаєте?». На любимом сайте всплывает окно с просьбой ответить на несколько вопросов. И даже приложение на смартфоне предлагает нам принять участие в опросе о том, следует ли расселять дома в нашем городе.

Влияние опросов растет повсюду¹. Но нигде опросы пока не имеют таких функций и не играют такой системообразующей роли в политической системе, как в России. Это, пожалуй, одна из наиболее важных отличительных черт современной российской политики. Опросы используются

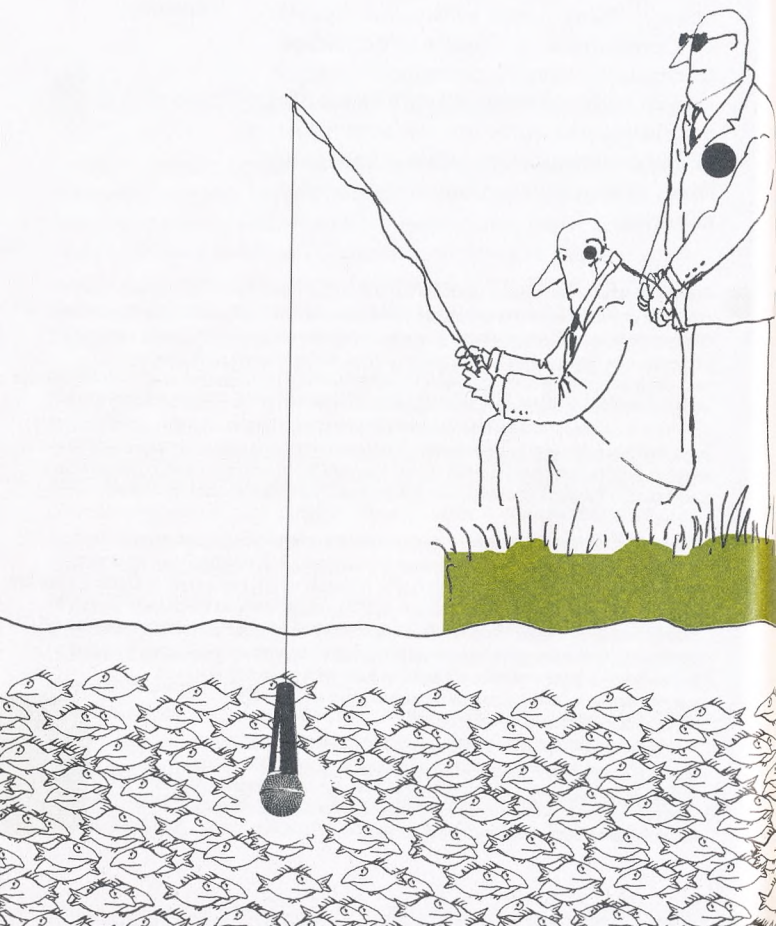
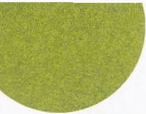
российскими властями для того, чтобы доказать легитимность принимаемых законов и решений (именно на результаты опросов ссылаются депутаты, которые поддерживают спорные законопроекты). Иногда они выполняют функцию плебисцитов и референдумов — как, например, было после вхождения Крыма и Севастополя в состав Российской Федерации, когда рекордный опрос 48 590 респондентов использовался для доказательства того, что во всех субъектах федерации граждане поддерживают присоединение новых субъектов к России.

К примеру, в США огромной популярностью пользуются интернет-ресурсы Real Clear Politics и Five-Thirty-Eight, где публикуются и обобщаются последние данные опросов, а также делаются прогнозы на их основании.

Легитимность — признание некоего социального порядка или его элементов со стороны определенного сообщества (в предельном случае — народа). Легитимность следует отличать от легальности (формальной законности). Например, некоторые решения или нормы могут быть законными с точки зрения действующего законодательства, однако при этом не признаваться гражданами и потому оставаться нелегитимными. И наоборот, некоторые действия могут быть противозаконными, но в то же время поддерживаться сообществом и опознаваться как легитимные (классический пример — революция, которая всегда противоречит действующему закону). Власть может опираться на легальность (соответствие закону), однако для длительного существования ей всегда требуется определенная легитимность.

Плебисцит (от лат. *plebiscitum* — принятый народом) — декрет, одобренный непосредственно народом. Плебисциты появились в Древнем Риме во времена Республики как декреты, которые плебс (низший из двух римских классов) принимал сначала для себя, а впоследствии для всего народа. Сегодня плебисцит означает форму народного волеизъявления, в ходе которой народ голосует за или против предлагаемого кандидата или решения (а не выбирает из множества вариантов). Выявленная в ходе плебисцита воля народа не всегда обязательна к исполнению — иногда плебисциты могут носить характер консультаций правителя с народом.

Референдум (от лат. *refero* — возвращать) — решение, которое отдается (то есть как бы «возвращается») на одобрение народу. В некоторых странах проводится различие между референдумами и плебисцитами (например, референдумом называют изменение конституции), в других это одно и то же.





Ключевую роль опросы играют до и после выборов: именно с данными опросов мы пытаемся сверяться, когда возникают подозрения в том, что официальные результаты сфальсифицированы. Органы государственной власти каждый год заказывают множество опросов населения для оценки своей работы. Цифры опросов давно перестали быть просто статистикой и приобрели важный символический смысл, а выражения вроде «86 %» превратились для нас в универсальный код для описания российского общества.

Власть опросов постоянно растет. Если мы спросим себя, что мы знаем об обществе, в котором живем, и откуда мы это знаем, то обнаружим, что очень многое почерпнули из опросов.

Как ни странно, одновременно с этим доверие опросам общественного мнения в последнее время падает¹. Мы привыкли, что опросы надежно предсказывают результаты голосования, однако в XXI веке они с пугающей частотой ошибаются. Великобритания, США, Франция, Германия — это далеко не полный список стран, где опросы не смогли предсказать результат голосования, и не по одному разу.

В России наиболее известные промахи случились во время выборов в Государственную Думу в 2011 году и выборов мэра Москвы в 2013 году:

- Парламентские выборы 2011 года закончились обвинениями в широкомасштабных фальсификациях и массовыми протестами. Правящая партия


«Единая Россия» получила 49 % голосов по официальным результатам и 35 % по результатам альтернативного подсчета, исключавшего предположительные фальсификации. Это значительно меньше, чем предсказывали опросы (53–54 %).


- В 2013 году опросы предсказывали уверенную победу в первом туре действующему мэру Москвы Сергею Собянину. Его соперник Алексей Навальный должен был получить менее 20 %, однако даже по официальным данным получил 27 % и был очень близок к тому, чтобы выйти во второй тур. Подозрения в фальсификациях вновь грозили перерасти в массовые протесты. Большую роль в их предупреждении сыграли экзит-поллы ^[1]: их организаторы уклонились от публикации полученных данных и выступили вместо этого с прогнозом, что по итогам официального подсчета голосов Собянин получит более 50 % ^[2].


Возможно, люди отвечают на опросы неискренне? Как это проверить? Может быть, провести опрос на эту тему? Иногда российские опросные компании именно так и делают и обнаруживают, что многие респонденты опасаются преследований за свои ответы ^[3]. Но стоит ли доверять самим этим данным? Мы сталкиваемся со знаменитым парадоксом Эпименида ^[4]: станет ли тот, кто не доверяет опросам, искренне отвечать на опрос?


Логичным следствием становится то, что люди все чаще избегают участия в опросах — либо напрямую отказываются отвечать, либо оказываются недостижимыми для интервью. В последние несколько десятилетий во всем мире доля таких людей растет — их уже давно больше половины ^[5]. Для опросов это очень тревожная тенденция, ведь чем больше людей оказываются недоступными, тем больше тех, о ком опросы ничего не знают и ничего не могут сказать. Возникает подозрение, что отказники представляют не все, а лишь отдельные слои общества, которые тем самым становятся незаметными.


Наконец, общественное мнение исторически всегда менялось вместе с появлением новых технологий информации


и коммуникации. За последнее десятилетие мы прочно обосновались в мире социальных сетей, таких как ВКонтакте, Facebook, Одноклассники или Instagram. Уже появились новые технологии формирования общественного мнения с помощью сетей, новые методы изучения коммуникации в этих сетях и даже методы прогнозирования результатов выборов по поведению пользователей сетей. Одновременно развиваются хранилища больших данных  — они порой могут дать о каждом человеке массу информации, которую нельзя получить из опросов. Есть серьезные основания полагать, что привычные способы существования и измерения общественного мнения сегодня находятся в кризисе и в ближайшем будущем мы увидим большую трансформацию общественного мнения.


 Фонд «Общественное мнение». Exit poll в Москве. <https://fom.ru/Politika/11075>

 Пресс-выпуск Левада-Центра (22.01.2016).

 Curtin R., Presser S., Singer E. Changes in Telephone Survey Non-response over the Past Quarter Century // Public Opinion Quarterly. 2005. Vol. 69. No. 1. P. 87–98.

 **Экзит-поллы** (от англ. *exit polls*) — опросы на выходе с избирательных участков. Обычно проводятся по короткой анкете и большой выборке. Они позволяют узнать предположительные результаты голосования быстрее официального подсчета.

 **Парадокс Эпименида** — античный парадокс самореферентных высказываний, то есть высказываний, отсылающих к самим себе. Считается, что парадокс сформулирован философом Эпименидом из Кносса, что на острове Крит. Вот как он звучит: Эпименид с Крита сказал, что все критяне — лжецы. Сказал ли он правду?

 **Большие данные** (англ. *big data*) — гигантские наборы разнообразных данных, которые сводят воедино информацию, полученную разными путями, — от целенаправленно созданной человеком до возникшей в результате работы электронных систем. Вычислительные возможности для сбора, хранения, обработки и анализа таких массивов данных возникли относительно недавно, и вместе с их появлением в информатике и прикладной статистике стали развиваться методы работы с большими данными.

Итак, мы живем в удивительное время: с одной стороны, опросы общественного мнения становятся все более влиятельными, а с другой — все больше оснований сомневаться в том, что они работают правильно. Из-за этого у всех нас появляется ряд естественных вопросов:

Можно ли вообще доверять данным опросов? Может быть, результаты опросов фальсифицируют?

Почему опросы иногда ошибаются в предсказании результатов выборов? Можно ли проверять честность подсчета голосов на выборах с помощью опросов?


Как можно судить об общественном мнении в большой стране на основании опроса пары тысяч человек? Может быть, тогда каждый может провести свой собственный опрос и получить достоверные цифры?

Опросы — это наука или политическая технология? Как понять, добросовестно выполнен опрос или нами пытаются манипулировать? Какие существуют технологии манипуляции общественным мнением и как можно им противостоять?

Может быть, стоит чаще опираться на общественное мнение при принятии политических решений? Будет ли это более демократично и возрастет ли от этого качество решений?


Как будут развиваться исследования общественного мнения в будущем? Что изменится с распространением новых коммуникационных технологий?


На все эти вопросы даст ответы эта книга. Она поможет разобраться с тем, как устроены опросы общественного мнения, и выступит путеводителем для тех, кто хочет ориентироваться в мире опросов и понимать, как общественное мнение используется в политической жизни. Общественное мнение находится на пересечении сразу нескольких дисциплин, так что мы будем опираться на разные науки, от политической теории до математической статистики, чтобы получить целостную картину.


Однако для того, чтобы найти ответы на поставленные вопросы, нам сначала придется отказаться сразу от нескольких распространенных мифов, или стереотипов , об обще-

ственном мнении. Именно они мешают понять, как общественное мнение функционирует.


2 Три мифа об общественном мнении

Когда мы слышим словосочетание «общественное мнение», то автоматически думаем о цифрах опросов. В голове у нас возникают знаки процентов — сколько людей думает так, а сколько иначе. Сегодня это трудно себе представить, но всего сто лет назад никому не пришло бы в голову, что общественное мнение — это в первую очередь цифры. О нем думали совсем иначе, и потребовалась настоящая технологическая революция, чтобы опросы вошли в нашу жизнь и навсегда изменили политику. Она произошла во второй половине 1930-х годов, и совершил ее американец Джордж Гэллп .


 **Стереотип** — упрощенное и чрезмерно обобщенное представление о социальных явлениях — например, о группах людей. Понятие ввел американский теоретик общественного мнения Уолтер Липпман (см. главу I), который отмечал, что стереотипы устойчивы и разделяются широкими группами людей. Они упрощают задачу восприятия многогранной реальности, выступая фильтрами, которые позволяют нам воспринимать только часть окружающего мира.

 **Джордж Гэллп** (1901–1984) — американский исследователь, прославившийся изобретением в 1930-е годы современных опросов общественного мнения (так называемых гэллповских опросов). Начав с изучения журналистики и рекламных коммуникаций, применил статистические методы для проведения выборочных опросов населения и смог создать дешевую, быструю и эффективную технологию мониторинга общественного мнения. Основал знаменитый Американский институт общественного мнения в Принстоне (сегодня — Gallup Organization), который является одной из наиболее авторитетных в мире организаций по исследованию общественного мнения.

В этой книге я расскажу о том, как он, подобно фокуснику, заставил общество поверить в чудо опросов и признать их необходимость.

Гэллп дал нам настолько простое представление об общественном мнении («общественное мнение — это цифры опросов»), что мы, не задумываясь, заодно принимаем на веру и всю картину мира, которая стоит за этим определением. Нам кажется очевидным, что общественное мнение — это *vox populi*  и демократию проще всего реализовать, если спросить мнение людей и сделать, как они пожелают. Опросы выглядят беспристрастным научным инструментом, который позволяет обществу посмотреться в зеркало и узнать, чего оно хочет. Мы не сомневаемся в том, что общественное мнение можно узнать, опросив отдельных людей, сложив их высказывания и посчитав проценты. Чтобы узнать мнение общества, нужно узнать мнения всех по отдельности и суммировать их — казалось бы, что может быть проще?

Как будет ясно из этой книги, совершенно не факт, что все эти предпосылки верны — на самом деле их легко поставить под сомнение. Однако для того чтобы это сделать, нам понадобится посмотреть на них со стороны, представить на время, что может быть и иначе. Ведь любая истина существует только в рамках определенного набора аксиом.

Очевидно, что $2 \times 2 = 4$, однако это утверждение верно для десятичной системы исчисления, которой мы пользуемся. Очевидно, что мир разделен на государства, однако до Нового времени это было не так и никаких государств не существовало . Точно так же для того, чтобы понять, как устроено общество, в котором мы живем, нам понадобится выяснить, как получилось так, что общественное мнение стало неразрывно связанным с цифрами опросов.

В этом нам поможет история понятий — дисциплина, которая изучает социально-историческое устройство нашего мышления. Понятия — это строительные блоки, из которых устроено мышление. Мыслители вводят в язык понятия, и некоторые из них постепенно распространяются и приживаются

в нашей речи. Мы, как правило, не задумываемся о том, что знакомые всем нам слова придумал и ввел в оборот какой-нибудь интеллектual несколько столетий назад. Но самое удивительное, что благодаря этому наша мысль движется так, как предписал этот теоретик, и вместе с придуманным им словом мы заимствуем у него значительную часть его картины мира. Если «вырвать» из целостного здания нашего мышления это понятие, то вывалится и огромный кусок всего здания, который с ним неразрывно связан. История понятий позволяет произвести эту хирургическую операцию — вернуться к моменту, когда здание только строилось, и посмотреть, какие предпосылки были зацементированы вместе с интересующим нас понятием¹.

Итак, **первый миф** состоит в том, что **общественное мнение — это процентное соотношение людей, давших разные ответы на некий вопрос**. Если говорить более конкретно, то мы привыкли думать об общественном мнении как о голосовании. Между тем в этой книге я покажу, что люди ведут себя одним образом, когда считают, что они голосуют, и другим — когда, например, участвуют в публичной дискуссии. Более того, при голосовании поведение также будет различаться в случаях, когда человек полагает, что его голос может повлиять на принимаемое решение, и когда он голосует, оказывая кому-то услугу или просто присоединяясь к окружающим. Иными словами, чтобы понять, как



Vox populi — глас народа (лат.). Часть средневекового изречения “Vox populi, vox Dei” («Глас народа — глас божий»), которое обозначало, что воля масс обладает неодолимой силой. Позже стало использоваться демократическими мыслителями в том смысле, что воля масс, в конечном счете, всегда права.



См. книгу
«Государство»
серии «Азбука
понятий»



Об истории понятий
см.: [https://az-books.ru/
uploads/instruction_1.pdf](https://az-books.ru/uploads/instruction_1.pdf).

Идеи экономистов и политических философов, как верные, так и ошибочные, имеют больше власти, чем принято думать. На самом деле мир почти только ими и управляется. Люди практические, которые верят, будто они вовсе не подвержены никакому интеллектуальному влиянию, обычно являются рабами какого-нибудь давно забытого экономиста. А что до безумцев во власти, которым чудится, будто они слышат голоса, то их бред — всего лишь отзвуки того, что за много лет до них накропал какой-то писака-академик*.

Джон Мейнард Кейнс

* *Keynes J. M. The General Theory of Employment, Interest and Money // The Collected Writings of J. M. Keynes. Vol. VII. Cambridge: Cambridge University Press, 1973. P. 383.*

появляются цифры опросов, нужно осознавать, с какими политическими целями они производятся.

Второй миф заключается в том, что **общественное мнение изучает социология**. Это может показаться удивительным, но социологическая наука не занимается исследованиями общественного мнения и, более того, регулярно выступает с резкой критикой таких исследований. Вообще сегодня социология крайне разнообразна, и вряд ли можно найти хоть что-нибудь, что более или менее объединяло бы всех социологов. Однако общественное мнение не является предметом изучения ни одной из значимых ветвей социологии; это понятие гораздо ближе политической науке¹. На это существуют серьезные теоретические причины, о которых мы будем говорить далее **106-112**: сама идея общественного мнения в том виде, в котором она используется в опросах, противоречит некоторым принципиальным положениям социологии.

Надо сказать, что путаница между социологией и исследованиями общественного мнения существует во многих странах мира, но мало где она настолько сильна, как в России. Дело отчасти в том, что в русском языке, в отличие, например, от английского, не закрепилось специального термина для исследователей общественного мнения. По-английски они называются *pollsters* — от слова *poll*, которое и обозначает опрос. Лишь в последнее время в русском языке стало

i На ранних этапах развития исследований общественного мнения в США у них было больше пересечений с политической социологией. Однако современная социология пошла другими дорогами.


использоваться прямое заимствование — «поллстеры». Это не слишком благозвучно, однако поскольку у нас нет собственного термина (и на это есть причины, о которых мы поговорим в отдельном разделе об общественном мнении в России 68–81), в книге я буду пользоваться этим словом.

Поллстерами называют компании (и их сотрудников), которые непосредственно проводят опросы. Вместе с тем существует сфера научных (академических) исследований общественного мнения, и работающие в ней далеко не всегда сами регулярно делают опросы. Эта сфера располагается на стыке политической науки, исследований медиа и коммуникации, социальной психологии и прикладной статистики. К социологии она чаще всего не имеет отношения, хотя для получения информации социологи иногда используют методы, похожие на те, что задействуются в исследованиях общественного мнения.

Возникновение современного общественного мнения тесно связано с появлением исследований общественного мнения. Это может показаться странным, ведь мы привыкли думать, что объект исследования существует независимо от того, изучаем мы его или нет: задача науки состоит в том, чтобы «открыть» некий новый предмет и его закономерности. Однако природа научного знания не так проста, как кажется. Современные исследователи науки и технологий (STS) сходятся в том, что говорить о существовании какого-либо научного объекта можно лишь тогда, когда он «изобретен», то есть определен и описан наукой. Некоторые из таких объектов могут появляться и исчезать вместе с эволюцией науки. Так, в XIX веке было принято считать, что мир вокруг нас наполнен светоносным эфиром, поскольку гипотеза об эфире позволяла объяснить ряд физических явлений. Позже от этой гипотезы отказались, и эфир, который десятилетиями был частью научной реальности многих обществ, просто перестал существовать.

Точно так же дело обстоит и с общественным мнением. Хотя это понятие существовало до современных опросов, по-

явление исследований общественного мнения полностью изменило представления о том, чем оно является. Поскольку опросы прочно вошли в повседневную жизнь рядовых членов общества, вместе с исследованиями общественного мнения около восьмидесяти лет назад возникло и совершенно новое «общественное мнение». Поэтому, чтобы понять, как укрепилась власть цифр, которую поддерживают опросы общественного мнения (а также — как она может исчезнуть!), нам понадобится обратиться к истории исследований общественного мнения.

Третий миф, который скрывает от нас принципы функционирования общественного мнения, состоит в том, что **принятие решений в соответствии с результатами опросов общественного мнения — это демократия**. Кому-то может нравиться **демократия** , а кому-то — нет: исторически у нее хватало и сторонников, и критиков. Но если спросить о том, какие решения являются демократическими, то



См. книгу
«Демократия»
серии «Азбука
понятий»



STS (англ. *science and technology studies*, иногда также расшифровывается как *science, technology, and society*) — междисциплинарная область, которая занимается изучением форм существования научного знания в обществе. STS возникли в 1980-е годы на базе социологии науки и к сегодняшнему дню преодолели либо включили в себя всю традиционную проблематику философии науки. Одним из фундаментальных принципов STS стал отказ от вопросов о том, «как общество влияет на науку» и «как наука влияет на общество», поскольку содержание научного знания невозможно отделить от практик и форм знания, структурирующих социальное взаимодействие на каждодневном уровне.

чуть ли не каждый скажет: те, которые согласуются с общественным мнением. Сегодня по всему миру люди требуют больше демократии, и многим кажется, что это очень просто — достаточно спрашивать народ (проводить опросы) и поступать в соответствии с их результатами.

Однако к демократическому правлению опросы общественного мнения имеют очень отдаленное отношение. Если говорить точнее, то за опросами стоит довольно специфический взгляд на демократию — как ни странно, этот взгляд был выработан последовательными противниками демократии или теоретиками, убежденными в том, что настоящая демократия невозможна. Опора на опросы общественного мнения не только не способствует, но и прямо противоречит подлинным формам демократического правления — дебатам, дискуссиям, коллективному самоуправлению, демонстрациям, революциям и вообще любым видам организованного коллективного действия. Как мы увидим далее, опросы принадлежат к плебисцитарной традиции, которая изначально была ориентирована на то, чтобы укреплять не столько власть народа, сколько власть автократических лидеров 132.

Порой кажется, что опросы общественного мнения сами по себе вообще не имеют отношения к политике — политика выступает лишь областью их использования. Понятно, что это использование может быть более или менее добросовестным, в благих или дурных целях, однако с этой точки зрения опросы по своей природе нейтральны, дело лишь в том, в чьи руки попадут их результаты. Это рассуждение само по себе небыстречно: недаром вскоре после создания атомной бомбы многие великие физики, приложившие руку к ее изобретению и разработке, подняли целый ряд важных вопросов об ответственности ученого. Идея о том, что у ученого должны быть «чистые руки», что ему не следует рассуждать во время исследования о том, как будут использованы результаты его работы, была поставлена под сомнение всем ходом XX века.

Однако в случае опросов общественного мнения их политический характер еще более очевиден. Опросы изначально целенаправленно создавались и распространялись как инструмент для поддержки определенного типа политических режимов, то есть как политическая технология. Идеологи опросов исходили из того, что их изобретение должно послужить укреплению демократии, но не стоит забывать: речь шла о совершенно особом взгляде на природу демократии. Это ни в коей мере не значит, что опросы не были научной технологией. Правда состоит в том, что они с самого начала были технологией одновременно *и* научной, *и* политической.

А значит, чтобы разобраться с тем, как работают опросы и как они формируют политическую жизнь, нам потребуется понять, какие политические предпосылки стоят за опросной технологией. Для этого мы сопоставим эти предпосылки с некоторыми ключевыми принципами теории демократии и зафиксируем, какого взгляда на общество придерживается та традиция, к которой принадлежат опросы общественного мнения. Я покажу, что опросы могут не только не поддерживать демократию, но и работать против нее. Эта возможность никак не связана с недобросовестным использованием опросов — напротив, антидемократическим оказывается вполне корректное и честное следование опросной технологии.

В этой книге мы последовательно разберемся с тремя мифами, о которых говорилось выше. В первой главе речь пойдет об истории общественного мнения до начала эры опросов. Мы выясним, почему долгое время человечество обходилось без понятия «общественное мнение», как это понятие появилось, как с его помощью готовили революции и за что саму идею общественного мнения активно критиковали. Я также остановлюсь на важной детали, на которую часто не обращают внимания: как ни странно, в строгом смысле понятие общественного мнения существует только в русском языке, и это говорит кое-что важное об устройстве нашей политики.

Во второй главе мы обратимся к технологии опросов общественного мнения и разберемся, как она устроена, как производятся цифры опросов и как их правильно интерпретировать. Ознакомившись с историей опросов общественного мнения, мы поймем, для чего они были изобретены и почему исследования общественного мнения никогда не имели отношения к социологии. Я остановлюсь на важном понятии «репрезентативность», и мы увидим, что оно выполняет одновременно и политическую, и научную функцию, а также разберемся, почему настоящая репрезентативность в действительности невозможна. Мы выясним, почему в нашей стране опросы появились со значительным опозданием, почему с ними было связано большое воодушевление и с какими важными вызовами они сегодня сталкиваются.

Предметом третьей главы будет соотношение между общественным мнением и демократией. Как станет ясно из главы, расцвет опросов тесно связан с тем, что демократию все чаще понимают как непрерывный плебисцит. Мы выясним, чем обусловлена нарастающая популярность этой теории, в чем ее сильные и слабые места и каким образом опросы общественного мнения ее реализуют на практике. Мы также попробуем заглянуть в будущее и понять, как изменится общественное мнение благодаря новым информационным и коммуникационным технологиям и какие новые методы его

выявления будут развиваться в ближайшее время.

В заключении мы узнаем ответы на главные вопросы, которые интересуют нас в этой книге: откуда берется власть цифр, кому она выгодна, как ее использовать и как можно ей сопротивляться. Если по прочтении книги читатель сможет увидеть, как общественное мнение производится благодаря комплексу научных, риторических и политических технологий, — значит, эта книга достигла своей цели.

i. общественное мнение без опросов

Существование общественного мнения обычно представляется чем-то самоочевидным. В самом деле, у людей есть мнения, вместе люди составляют общество, и если объединить их мнения, то получится общественное мнение. Как ни странно, в этом рассуждении неверно практически все. Должно быть соблюдено сразу несколько условий, чтобы общественное мнение вообще появилось.

Прежде всего, понятие «общественное мнение» имеет не так много общего с «обществом». В этом можно убедиться, если перевести «общественное мнение» на те языки, в которых это понятие впервые возникло. *Opinion publique* по-французски, *public opinion* по-английски, *öffentliche Meinung* по-немецки — ни в одном случае нет и упоминания об обществе. Во всех случаях речь идет о мнении «публики», или о мнении в условиях открытости, публичности. Отсылка к «обществу» (а точнее, к «общественности») появилась в XIX веке при переводе на русский язык.

Однако публика и общественность в современном понимании этих слов возникли относительно недавно. Для этого понадобились особые исторические обстоятельства, сложившиеся в Европе Нового времени¹. До этого исторического периода не существовало и общественного мнения — неслучайно само понятие впервые возникает лишь в XVIII веке. Точно так же можно ожидать, что общественное мнение полностью изменит свой смысл или даже вовсе исчезнет, если изменятся условия его существования.

Как мы увидим далее, «публика» и «общественность» не получают путем суммирования отдельных индивидов. Соответственно, возникающее у публики мнение невозможно узнать, сложив мнения отдельных индивидов. Недаром реакцию публики на спектакль нельзя узнать путем суммирования впечатлений отдельных зрителей: публика формируется и обнаруживает себя в механизмах публичной коммуникации. Поэтому нередко опрос индивидуальных зрителей может обнаружить благоприятные впечатления у большинства из них по отдельности, а публика в целом подвергает представление обструкции.

Наконец, отнюдь не очевидно и то, что у отдельных индивидов всегда есть мнения по различным вопросам, даже если эти вопросы обладают общественной значимостью. По множеству важных проблем у нас нет никакого определенного мнения, и возникает оно не раньше, чем нас о нем специально спросят.

Итак, понятие «общественное мнение» оказывается вовсе не тем, за что себя выдает. Со всеми его составляющими необходимо разбираться по отдельности.



То же самое верно и относительно «общества» как особого вида связи между людьми, который формируется в позднее Новое время. Более того, сегодня в социальной науке все чаще говорят о том, что общества исчезают и на смену им приходят иные типы связей.

1 Презренная докса

Мы интуитивно понимаем, что «общественное мнение» неким образом связано с демократией. Интересно, что эта связь установилась еще до того, как мнение

стало «общественным», ведь уже само понятие «мнение» содержит в себе важный политический смысл. Начиная с античных времен защитники демократии обычно требовали дать мнению больше власти, а ее противники, наоборот, утверждали, что в политической жизни на мнение полагаться недопустимо.

Если мы попытаемся определить мнение, найдя нечто, ему противоположное, то придем к тому, что мнение отличается прежде всего от знания. Именно оппозиция «мнение/знание» стала центральной для учения о познании, разработанного в Древней Греции Платоном. С точки зрения Платона, знание отличается от мнения, **во-первых**, истинностью (то есть соответствием реальности), а **во-вторых**, обоснованностью¹. Так, в компании друзей могут быть разные мнения относительно того, каким будет курс рубля к евро на бирже через месяц, однако истинным является максимум одно из них. Кроме того, если обладатель истинного мнения не может объяснить, почему он предсказывает именно такой курс, то он также не обладает знанием — он просто угадал.

Между мнением (греч. δόξα — докса) и знанием (греч. ἐπιστήμη — эпистема) во всем обнаруживается противоположность. Докса переменчива, в то время как эпистема тверда и скреплена с реальностью силой доказательства. Докса поверхностна, в то время как эпистема проникает в суть вещей.

Однако самое важное отличие между доксой и эпистемой состоит в том, что первая усваивается некритично, как самоочевидность, в то время как вторая требует от нас включения в трудный процесс познания. Докса — это распространенные убеждения, которые мы принимаем на веру, не давая себе труда задуматься об их основаниях. Платон видит мир людей как наполненный предрассудками, которые редко кто отваживается поставить под сомнение, чтобы пробиться к подлинному знанию.

Именно это выражено в знаменитом мифе о пещере — аллегории, которую Платон ввел в диалоге «Государство» («Полития»). Согласно этой аллегории, люди с рождения прикованы к стене пещеры и могут видеть только экран, который

отделяет их от света и на котором отражаются тени предметов, двигающихся с другой его стороны. Тот, кого насильно извлекают из пещеры, поначалу не может поверить, когда видит не тени, но подлинные предметы, и долго испытывает мучения, ослепленный ярким светом солнца. Постепенно он прозревает и научается видеть вещи как они есть. Однако худшее произойдет с ним, если вернуть его в пещеру, где никто не поверит его рассказам о том, что есть и другой мир, кроме мира теней. Толпа посмеется над ним и в конце концов, вероятно, растерзает егоⁱⁱ.

Как видно из этого мифа, Платон полагает, что мнение торжествует в толпе, где люди упражняются в искусстве убеждать друг друга и навязывать друг другу удобные им мнения. В то же время, знание — удел немногих, и добиться его можно, лишь порвав с миром мнений, с миром толпы. Печальнее всего, что познавший истину бессилен против мнений, потому что толпа не желает света знания и всегда предпочитает оставаться в мире теней.

В мифе о пещере отражается представление Платона к демократии, то есть режиму, при котором власть находится в руках множества людей. При демократии неизбежна власть мнения, то есть власть некомпетентных и убежденных в своей правоте толп, которыми легко манипулируют ловкие демагоги. В результате демократия превращается в тиранию, худший из возможных режимов.

i Платон. Менон // Платон. Сочинения в четырех томах. Т. 1. СПб.: Изд-во СПбГУ; изд-во Олега Абышко, 2006. С. 416–417.

ii Платон. Государство // Платон. Сочинения в четырех томах. Т. 3. Ч. 1. 2007. С. 349–352.

Через всю нашу политическую и культурную жизнь постоянно пробивается струя антиинтеллектуализма, который подпитывается ошибочным представлением, будто демократия означает «мое невежество ничем не хуже вашего знания»^{*}.

Айзек Азимов

^{*} *Asimov I. A Cult of Ignorance. Newsweek. 1980. January 21. P. 21.*

Демократию по-прежнему часто упрекают в том, что она предпочитает мнение знанию. Критики либо требуют отвергнуть демократию в пользу эпистократии, то есть власти знания¹, либо защищают сам термин «демократия», но при этом в действительности выступают скорее за власть разумных людей, чем за власть множества людей.

С точки зрения сторонников демократии, напротив, мнение должно играть ключевую роль в политической жизни и не может быть подменено знанием. По этому поводу выдвигаются два аргумента: **во-первых**, мнение обывателей вовсе не так неразумно, как кажется критикам; **во-вторых**, выражение мнения обладает самостоятельной ценностью в политическом процессе.

Первый аргумент основывается на том, что во многих случаях обычные люди, которые не являются экспертами по вопросам общественной значимости, неплохо осведомлены о состоянии дел и способны на разумные суждения даже без глубокого знания дела. Так, Джордж Гэллап указывал, что когда в США в 1930-е годы встал вопрос об организации национальной кампании просвещения по вопросам распространения венерических заболеваний, то мощные группы консервативных лоббистов заявили от лица народа, что публичное обсуждение таких болезней, как сифилис и гонорея, неприемлемо и вызовет возмущение у американцев. Однако исследования выяснили,

i Brennan J. *Against Democracy*. Princeton; Oxford: Princeton University Press, 2016.

что американцы позитивно относятся к массовому распространению информации об этих болезняхⁱ.


Сегодня исследователи продолжают спорить о том, насколько рациональна публика. Одни исследования показывают, что обыватели зачастую не знают даже основ законодательства и не ориентируются в политике. Более того, они готовы поддерживать, казалось бы, взаимно противоречащие принципы: например, снижение налогов и повышение социальных пособий. Наконец, они постоянно меняют свои предпочтения даже по принципиальным вопросамⁱⁱ. Другие исследования, напротив, демонстрируют, что публика может быть вполне рациональной, отбирать действительно нужную информацию и иметь ясное представление о собственных интересахⁱⁱⁱ.

Второй аргумент состоит в том, что, даже если взгляды обывателей неразумны и непоследовательны, политическое участие обладает ценностью само по себе. С этой точки зрения, политика — дело каждого, и не требуется обладать никакой специальной компетентностью, чтобы участвовать в решении общих вопросов. Поэтому мнение — один из ключевых элементов демократии, несмотря на то что оно может быть ошибочным^{iv}.

Может показаться странным, что кто-то защищает право принимать ошибочные решения. Но вообразим себе, что каждого из нас на протяжении всей жизни сопровождает личный менеджер. Он обладает надежным знанием по всем вопросам — во всяком случае, его знание заведомо надежнее нашего мнения. Он принимает все решения за нас, потому что точно знает, как нам будет лучше. Захотим ли мы прожить такую жизнь, которой мы сами не управляем?

Та же проблема возникает в случае с демократией, однако тут она более серьезна: отказ от мнений в пользу знания означает не просто отказ от самоуправления, как в случае с нашей личной судьбой, но и нарушение ключевого для демократии принципа политического равенства. Ведь если решения принимают компетентные люди, то очевидно, что некомпетент-

ные всегда находятся у них в подчинении, а значит, режим построен на неравенстве. Поэтому право руководствоваться мнением и принять ошибочное решение может оказаться политически более важным, чем возможность всегда подчиняться надежному знанию.

В теории познания понятие «мнение» сделало себе сомнительную карьеру: как заметил Эдмунд Гуссерль , современная рациональная наука всегда говорит о нем «с оттенком презрения»^v. Но несмотря на то, что мнению неведома научная истина, у него есть «своя правда», практическое знание жизни, которое науке подчас недоступно. Поэтому те, кто хотел бы полагаться в политике на достоверное научное знание («политикой должны

i *Гэллуп Дж., Рэй С.* Пульс демократии. М.: ВЦИОМ, 2017. С. 144.

ii *Converse P.* The Nature of Belief Systems in Mass Publics // *Ideology and Discontent* / ed. by D. E. Apter. New York: Free Press of Glencoe, 1964.


iii *Page B., Shapiro R.* The Rational Public: Fifty Years of Trends in Americans' Policy Preferences. Chicago; London: The University of Chicago Press, 1992.

iv *Урбинати Н.* Искаженная демократия. Мнение, истина и народ. М.: Изд-во Института Гайдара, 2016.

v *Husserl E.* Die Krisis der europäischen Wissenschaften und die transzendente Phänomenologie. Den Haag: Martinus Nijhoff, 1976. S. 127.




Эдмунд Гуссерль (1859–1938) — немецкий философ, основоположник одного из наиболее влиятельных направлений современной философии — феноменологии, которая изучает, как мир дан нашему сознанию в опыте. Соглашаясь с Платоном в том, что эпистема радикально противостоит доксе, Гуссерль во многом реабилитировал доксу, показав, что всякое познание начинается с доксы и всегда возвращается к ней, поскольку в повседневной жизни мы неизбежно принимаем на веру множество вещей, в которых научное сознание обязано сомневаться. Гуссерль также продемонстрировал, что рациональная наука склонна забывать о своих допущениях и сама превращается в новую доксу, «оседающую» в виде убеждений, которые мы принимаем некритически.

заниматься специалистами»), склонны к элитизму , в то время как те, кто верит в «жизненную мудрость народа», защищают демократию. Все современные политические режимы ищут компромисс между двумя этими принципами, оптимальное соотношение между мнением и знанием.

2 Публичное мнение

Для того чтобы «мнение» стало «общественным», понадобилось изобретение «общественности», а точнее, «публичной сферы». Это произошло лишь в Европе Нового времени. Конечно, публичность как политический принцип существовала как в Древней Греции, так и в Древнем Риме — именно они стали идеалом для возрождения публичности в Европе XVII–XVIII веков. Однако возникшая в новых условиях публика все же существенно отличается от античной.

Политика должна строиться на активном гражданском участии и быть делом публичным, где каждый открыто заявляет свою позицию и способен отстоять ее в полемике с согражданами. Этот принцип выступает общим знаменателем для столь разных режимов, как демократические Афины и республиканский Рим. В наше время он может показаться странным: мы привыкли к тому, что многие «вопросы государственной важности» являются секретными и отдаются на откуп специально обученным людям, а решения по ним принимаются скрытно и без общественной дискуссии. Однако политика по своему исходному смыслу может делаться только совместно: она возникает «между разными людьми» и существует в отношениях между ними, как писала Ханна Арендт . Если решения принимаются келейно без публичной коммуникации, то политика исчезает и превращается в администрирование.

В Новое время публика возникает под воздействием античных образцов, но вопреки сложившимся политическим системам. Еще в XVII веке слово «публичный» использовалось применительно к государству и государственным учреж-

дениямⁱⁱ. Формы политического устройства в Европе различались (скажем, во Франции складывалось государство с абсолютной монархией, а на территории Швейцарии существовали отдельные города, управлявшиеся местными элитами), но практически нигде не было места для публичной политики, похожей на жизнь античных полисов. Поэтому все защитники публичности (и общественного мнения) выступали с проектами реформ.

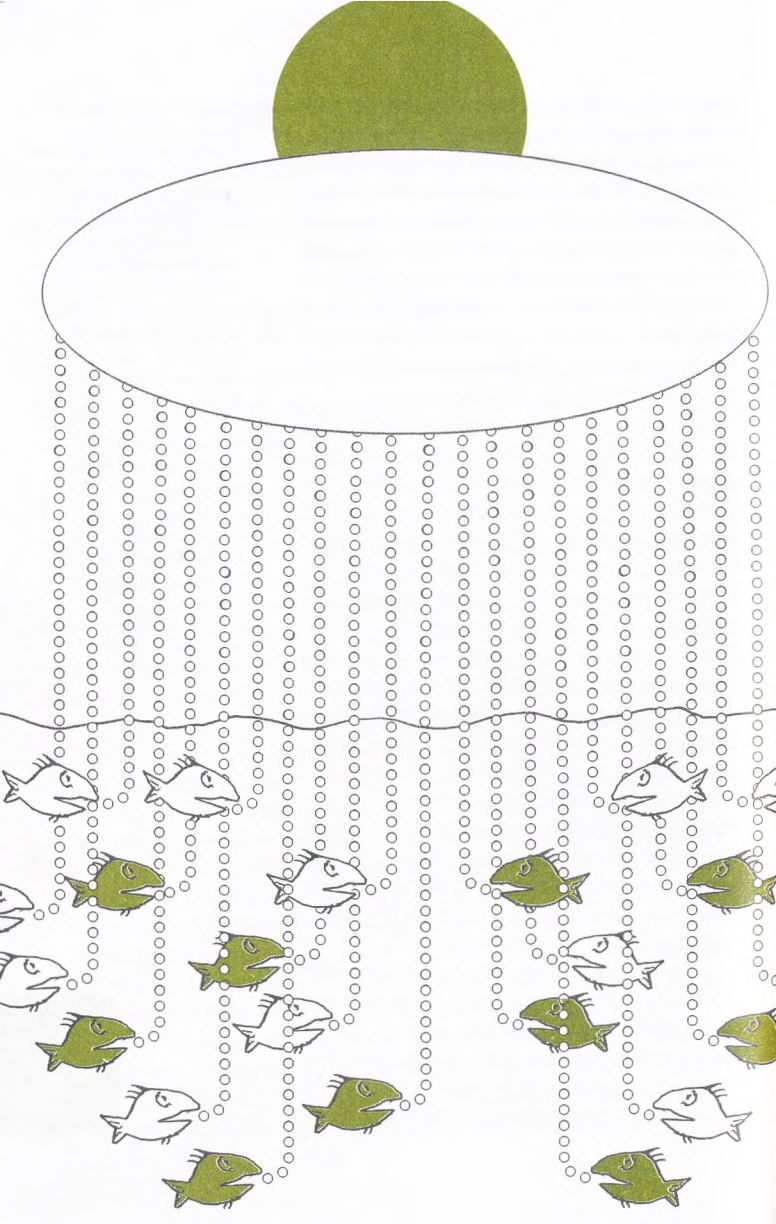
Понятие *opinion publique/public opinion* появилось во французском и английском языках в XVIII веке. Поначалу оно фигурирует рядом с выражениями «общее мнение» и даже «вульгарное мнение» — то есть вполне в духе давней традиции презрения к мнению. Однако вскоре возникают сразу две концепции общественного мнения, между которыми с самого начала устанавливаются непростые отношения — демократическая и буржуазная. За одной из них стоит стремление передать власть в руки народа, за другой — сделать политику рациональной и построенной на уважительном обсуждении. В ходе истории не раз выяснится, что два этих принципа непросто совместить друг с другом, хотя попытки сделать это будут предприниматься регулярно.

Почти вся современная политическая история оказывается историей борьбы за общественное мнение между двумя этими концепциями. Как мы вскоре увидим, общественное мнение буквально врывается в политическую жизнь Европы

Элитизм — убеждение в том, что при правильном устройстве общества у власти находится элита. Элита при этом может отбираться по-разному — по происхождению, по богатству или по знаниям и опыту.


i Arendt H. Introduction into Politics. New York: Schocken Books, 2005. P. 95.

ii Хельшер Л. Публичность / гласность / публичная сфера / общественность // Словарь основных исторических понятий: В 2 т. М.: Новое литературное обозрение, 2014. Т. 1. С. 325–326.



и в короткое время становится в ней решающим фактором. Респектабельные и компетентные лидеры конкурируют за симпатии общественного мнения с популистами и народными трибунами. И в то же самое время идет незаметная для широкой публики борьба за смысл понятия «общественное мнение», в которой участвуют лучшие умы эпохи.

Демократическая теория

Первой на сцену выходит демократическая теория общественного мнения, а точнее, то специфическое понимание демократии, которое предлагает Жан-Жак Руссо . Именно он впервые употребляет словосочетание *opinion publique*. И хотя в трудах Руссо оно еще не обрело стабильного значения и встречается в разных смыслах, он быстро производит настоящую революцию в политической теории мнения.

В 1750 году Дижонская академия объявляет конкурс на лучший ответ на вопрос «Помогло ли возрождение наук и искусств очищению нравов?». Конечно, в разгар Просвещения этот вопрос был почти риторическим, и конкурсанты в основном состязались в том, чтобы объяснить, как именно науки и искусства благотворно влияют на нравы. Однако Руссо рискнул отправить работу, в которой дал резко отрицательный ответ, и его дерзкое эссе неожиданно было признано лучшим. Текст доказывает, что просветители на самом



Жан-Жак Руссо (1712–1778) — женеvский политический мыслитель, автор одной из наиболее авторитетных теорий общественного договора. Предложил политическое устройство, которое должно позволить сохранять свободу и равенство для всех граждан за счет их объединения в «общую волю», обладающую неограниченной властью. Он не называл это «демократией» (этот термин используется у Руссо в другом значении), однако его доктрина оказала сильное влияние на демократическую мысль. В частности, философия Руссо имела ключевое значение для французских революционеров и активно использовалась для формирования и обоснования политики в революционный период (1789–99).

деле только портят естественным образом сложившиеся нравы. Среди прочего, Руссо обвиняет просветителей в том, что они развращают и растлевают общественное мнение.

Руссо переворачивает привычное со времен Платона отношение к мнению: с его позиций, именно за мнением глубинная правда, в то время как «философы» подрывают те опоры, на которых держится жизнь граждан. Здесь уже видны контуры теории, которую Руссо изложит через двенадцать лет в работе «Об общественном договоре». В центре этой теории будет стоять понятие общей воли — единой воли всех граждан, которая должна быть в обществе верховным правителем. По Руссо, в каждом человеке есть две ипостаси — частная, которая преследует собственные эгоистические интересы, и общая, которая всегда безошибочно знает, в чем состоит общее благо. Частная воля внутри каждого из нас должна быть подчинена общей — только так все граждане могут оставаться свободными, ведь иначе воля одних будет подчинена воле других и равенства в свободе не добиться.

Приоритет общей воли означает, что народ всегда прав, поскольку со всей очевидностью понимает, в чем состоит его собственное благо. Преклонение перед народом автоматически подталкивает Руссо к тому, чтобы с подозрением относиться к избыточному умствованию и рефлексии, зато ценить обычного человека, простака. Достаточно дать говорить общей воле в простом человеке, чтобы понять, в чем состоит благо для общества (напомним, что благо здесь связывается в первую очередь с сохранением всеобщей свободы).

Поэтому Руссо возражает против рассуждений и дискуссий при принятии решений. Мы обычно представляем себе народное собрание как место, где происходит активное обсуждение и споры. Однако Руссо воображает его совершенно иначе — люди собираются и без всяких обсуждений спокойно голосуют по предложенным им проектам решений. Ведь общая воля с самого начала вполне определена и безупречна, так что любые дебаты только уведут от нее и затемняют дело. Легко заметить, что Руссо возражает против познания

Эти пустые и ничтожные краснобаи наступают со всех сторон, вооруженные своими зловещими парадоксами, подрывая основы веры и отрицая добродетель. Они пренебрежительно улыбаются, когда слышат старые добрые слова «отечество» и «религия», они все свои таланты и всю свою философию посвящают тому, чтобы разрушить и обесценить все, что есть святого у людей. На самом деле, в глубине души они ненавидят не добродетель и не наши догмы; общественное мнение [*opinion publique*] — вот с чем они враждуют*.


Жан-Жак Руссо

* Rousseau J.-J. Discours sur les sciences et les arts // Rousseau J.-J. Collection complète des oeuvres. Vol. 7. Genève: Société typographique, 1782. P. 45.

в смысле перехода от мнения к надежному знанию: для него как раз в самом непосредственном и наивном мнении говорит глубинная народная мудрость. Понятие «общая воля» смыкается с «общественным мнением», то есть «мнением публики».

Вопрос, однако, состоит в том, как узнать это мнение публики, общую волю. Хотя в каждом из граждан она звучит, прямого доступа к ней у нас все же нет. В конце концов, каждый отдельный человек может ошибочно понимать общую волю, а отдельное мнение не всегда совпадает с общим мнением (в особенности если человеку заморочили голову философы). Поэтому Руссо приходится прибегнуть к процедуре голосования, чтобы выяснить общую волю.


Причем вопрос, который задается на таком голосовании, непохож на те вопросы, с которыми мы сегодня сталкиваемся во время выборов и референдумов. **Во-первых**, мы привыкли голосовать тайно, в специальной кабине, потому что наше право на тайну голосования защищено законом (даже если порой это право нарушается). Что же касается республики, которую описывает Руссо, то голосования там происходят открытым (публичным) образом на ассамблее, где присутствуют все граждане. **Во-вторых**, когда мы заполняем бюллетень, то, по идее, мы должны отвечать на вопрос о том, в чем состоит наше предпочтение, — мы голосуем так, как считаем выгодным для себя. Однако в мире Руссо граждан спрашивают не о том, в чем состоит их личный выбор, а о том, в чем, с их точки зрения, заключается общая воля. Это предполагает, что гражданин сознательно отказывается от защиты собственных интересов и голосует так, как, с его точки зрения, будет лучше для всех.


При этом результат голосования — это еще не «общая воля», но «воля всех», то есть просто сумма отдельных голосов. «Воля всех» — это способ измерить общую волю, то есть фактически представить ее. Хотя Руссо категорически возражает против любой репрезентации  общей воли (кому бы ни доверили представлять нашу волю, он всегда будет решать за нас), ему приходится смириться с тем, что напрямую ее никак не узнать, а значит, по сути, репрезентация через волю

всех все же необходима. Но, как и любое измерение, воля всех в некоторых случаях может неточно отражать общую волю (градусник тоже порой неверно показывает температуру). Руссо, хотя и с большой неохотой, признает, что иногда воля всех может заблуждаться в отношении общей воли, а стало быть, и общего блага¹.


Итак, в руссоистском ключе общественное мнение близко к «общей воле»: оно представляет собой спонтанную мудрость народа, которая сразу распознает, в чем состоит общее благо. Поэтому по любому возможному вопросу общая воля всегда уже заранее определена. Она должна быть высказана публично и защищаться от искажений и излишних интерпретаций. Дело состоит только в том, чтобы ее измерить, выяснить, для того чтобы потом беспрекословно исполнить. Как мы увидим далее, этот руссоистский подход во многом является предпосылкой функционирования современных опросов общественного мнения.


Демократическая теория общественного мнения быстро обрела популярность во Франции среди критиков монархии. Общественное мнение стало новым игроком во французской политике. Несмотря на явное неудовольствие короля, в период с 1750 по 1789 год политики все чаще ссылались на необходимость принимать во внимание общественное мнение. Напрямую королевская власть не подвергалась сомнению (вплоть до самой революции это было смертельным номером),

 **Репрезентация**, или представление — способ сделать видимым невидимое или отсутствующее. На репрезентации построена значительная часть искусства (портрет Ленина представляет его там, где сам он отсутствует), хотя искусство далеко не всегда бывает репрезентативным (абстрактная живопись). В политической теории под репрезентацией понимают разные формы представительства политического субъекта (например, депутат представляет избирателей).

 Руссо Ж.-Ж. Об общественном договоре. М.: КАНОН-пресс; Кучково поле, 1998. С. 292.


но множились требования к королю следовать общественному мнению. Доктрина Руссо была слишком радикальной для монархической Франции, однако через «общественное мнение» она постепенно проникала во французскую политику.

В 1781 году министр финансов Жак Неккер  совершил беспрецедентный шаг. Когда буржуазия начала громко обвинять короля в бесконтрольной трате денег, Неккер впервые опубликовал государственный бюджет. Это решение может показаться безумным: зачем делать информацию о расходах доступной, если имела место растрата — не лучше ли попытаться скрыть ее?


Однако Неккер понимал, что во французской политике появился совершенно новый фактор. С его точки зрения, когда зависимость королевской казны от заимствований у общества выросла, общественное мнение фактически обрело суверенитет . Он называл общественное мнение трибуналом, который «народный дух» воздвиг «для всех людей, привлекающих к себе взгляды», то есть для публичных персон ¹. Поэтому умные правители, по Неккеру, не игнорируют все возрастающее значение мнения, а стремятся управлять им. Публикация бюджета оказалась успешным шагом, потому что Неккер не пытался скрыться от общественного мнения, а сумел завоевать его своей открытостью.


Накануне Великой французской революции уже не только противники, но и защитники абсолютной монархии прямо говорили о том, что общественное мнение выражает «единогласное пожелание нации» ². Те и другие сражались за то, чтобы стать выразителями общей воли нации в своих газетах, и у будущих революционеров это получалось успешнее. Критики монархии обосновывали свою правоту тем, что за ними стоит авторитет общественного мнения, а монархисты тщетно пытались доказать, что у оппонентов нет никаких оснований присваивать себе право говорить от лица всего общественного мнения.


Крах монархии был во многом связан с тем, что Людовик XVI игнорировал новую реальность общественного мнения и позволил ему сделаться оружием своих противников.


Вера революционеров в общественное мнение поначалу была безграничной. Вдохновляясь идеями Руссо (прах которого был перезахоронен в Пантеоне в 1794 году рядом с Вольтером), они наделяли общественное мнение верховной властью. Выступая в 1791 году перед Обществом друзей Конституции (более известным как Клуб якобинцев) с речью о свободе прессы, Максимилиан Робеспьер  назвал «общественное мнение и общую волю» единой неодолимой силой, противостоящей деспотизму.


Когда в 1793 году после революции во Франции был введен новый календарь, то одним из регулярных праздников в конце года стал праздник мнения, во время которого полагалось критиковать правительство и даже насмехаться над ним без опасения быть наказанным. Однако уже вскоре Робеспьеру и другим революционерам пришлось почувствовать на собственной шкуре, что общественное мнение — обоюдоострое оружие. Сегодня ты

 **Суверенитет** — верховная власть. Учение о суверенитете было разработано в XVI веке и способствовало становлению современных государств взамен феодального порядка. Внутренний суверенитет обозначает полновластие внутри государства, внешний суверенитет — неподвластность государства другим государствам и союзам. В тот же период возникает понятие «народный суверенитет», которое предполагает, что верховная власть принадлежит народу (как, например, в теории Руссо).

 *Necker J. De l'administration des finances de la France. Paris, 1784. P. lviii.*

 *Baker K. M. Public Opinion as Political Invention // Baker K. M. Inventing the French Revolution: Essays on French Political Culture in the Eighteenth Century. Cambridge: Cambridge University Press, 1990. P. 190.*

 **Жак Неккер** (1732–1804) — женеvский банкир, глава финансового ведомства Франции (1777–81, 1788–89, 1789–90). Долгое время пользовался во Франции большой популярностью. В 1789 году отставка Неккера королем стала одной из причин волнений и взятия Бастилии.

 **Максимилиан Робеспьер** (1758–1794) — французский революционер, депутат Национального собрания — Конвента (1789–94), член Комитета общественного спасения (1793–94), один из лидеров якобинцев, идеолог якобинского террора 1793 года. Был арестован и казнен в результате Термидорианского переворота.

Власть общественного мнения над мнениями частными — мягкая, целительная, естественная, непреклонная; власть начальства и силы — неизбежно тираническая, отвратительная, абсурдная, чудовищная*.

Максимилиан Робеспьер


Все можно сделать с помощью общественного мнения, если направить его к определенной системе**.

Гракх Бабёф

* *Robespierre M. Sur la liberté de la presse // Œuvres de Robespierre. Paris: A. Faure, 1867. P. 170.*

** *Бабёф Г. Сочинения: В 4 т. Т. 3. М.: Наука, 1977. С. 90.*

чувствуешь его силу за собой, а завтра оно может обратиться против тебя. Поначалу казалось, что общественное мнение — верховный и всевидящий судья, но позже выяснилось, что им легко манипулировать (как и предупреждал Руссо). И порой твои противники оказываются более удачливыми манипуляторами, чем ты сам.

Грахх Бабёф , один из самых демократически настроенных деятелей революционной эпохи, также верил во всеисие общественного мнения. Для него воля народа была тождественна общественному мнению, и для достижения общественного блага требовалось лишь показать народу истинный путь. Однако позже, потерпев ряд политических неудач и побывав в тюрьме, Бабёф в полной мере осознал, что власть общественного мнения амбивалентна. Для лидеров общественное мнение может быть хорошим инструментом, даже если их цели не слишком достойны. Он с сожалением признавал, что народ нуждается в постоянном наставлении, а для этого нужно иметь соответствующие возможности. Именно поэтому власть всегда стремится захватить контроль над прессой и другими средствами управления общественным мнением. Ее противники постоянно должны искать другие каналы влияния. Бабёф делал это через собственную газету, издававшуюся на средства подписчиков; сегодня мы видим, что такими альтернативными каналами становятся социальные сети и блоги.



Грахх Бабёф (1760–1797) — французский радикальный политик революционного периода, борец за равенство, считается автором одной из первых коммунистических доктрин. Был влиятельным публицистом и неоднократно попадал в тюрьму за свою публицистическую деятельность. В 1796 году участвовал в «заговоре равных», цель которого заключалась в захвате власти, коллективизации земель и средств производства. Заговор был раскрыт накануне выступления, а Бабёф схвачен и казнен.



Буржуазная теория

Вторая, буржуазная концепция общественного мнения также возникла в середине XVIII века и оставалась не менее влиятельной как минимум до начала эпохи опросов. Именно в это время в Европе возникает публичная сфера — система форм взаимодействия, построенных на открытом и разумном обсуждении вопросов общественной значимости. Прежде сама идея открытой дискуссии по проблемам государственной важности была невыполнимой: в условиях абсолютной монархии все политические решения принимает монарх, который получает рекомендации своих советников втайне от посторонних глаз. Даже смена абсолютной монархии на конституционную означала лишь, что узкий слой элиты получил возможность ставить монархии условия; широкая общественная дискуссия по-прежнему была невозможна.

Обычай обсуждать все вопросы рационально и без ограничений сформировался сначала в европейском научном сообществе. Ученые полагали, что для достижения истины научную проблему следует обсуждать свободно и в дискуссии может принять участие каждый, кто обладает для этого достаточными знаниями. Этот метод стал называться критическим, и вскоре круг обсуждаемых вопросов стал расширяться. Однако долгое время считалось, что политические вопросы являются делом монарха и критика на них

... **П**убличное пользование собственным разумом всегда должно быть свободным и только оно может дать просвещение людям. Но *частное пользование* разумом нередко должно быть очень ограничено, но так, чтобы особенно не препятствовать развитию просвещения. Под публичным же применением собственного разума я понимаю такое, которое осуществляется кем-то *как ученым* перед всей читающей публикой. Частным применением разума я называю такое, которое осуществляет человек на доверенном ему *гражданском* посту или службе.

<...>

Было бы, например, крайне пагубно, если офицер, получивший приказ от начальства, стал бы, находясь на службе, умствовать относительно целесообразности или полезности этого приказа; он должен подчиниться. Однако по справедливости ему как ученому нельзя запрещать делать замечания об ошибках в воинской службе и предлагать это своей публике для обсуждения*.

Иммануил Кант

* Кант И. Ответ на вопрос: Что такое Просвещение? // Кант И. Собрание сочинений: В 6 т. Т. 6. М.: Мысль, 1966. С. 29, 30.

не распространяется: правителю виднее. Но к XVIII веку и они постепенно попали в круг критического рассмотрения.

Для этого принципы научной дискуссии понадобилось распространить за пределы науки. В крупных европейских городах появились салоны и кафе, где небольшой, но расширявшийся слой образованной буржуазии был увлечен обсуждением вопросов, еще недавно считавшихся запретными. Новым явлением стала газета, через которую такую коммуникацию можно было вести на расстоянии: на страницах корреспонденты высказывались по злободневным вопросам. У буржуазии был серьезный мотив рассуждать о политике, поскольку король во многих вопросах зависел от нее (прежде всего, от ее денег), однако зачастую не желал считаться с ней при принятии решений об использовании средств из казны.

Рядом с монархическими структурами начинает формироваться «гражданское общество» — объединения буржуа, осознающих, что их интересы могут отличаться от интересов государства, и готовых разумно обосновывать свои взгляды. Зона их коммуникации, публичная сфера, отличается тем, что там используются разумные аргументы и действуют правила ведения дискуссии. Она отчасти напоминает античные формы публичности, однако, **во-первых**, ограничивается достаточно узким слоем, а **во-вторых**, не претендует на то, чтобы выполнять

законодательную функцию. В целом власть монарха не ставится под сомнение, а публичная сфера стремится оказывать на него интеллектуальное влияние.

Итак, в публичной сфере появляется совершенно иное понятие публичного мнения. Это мнение, возникающее у просвещенной публики в результате обмена разумными аргументами¹. По целому ряду признаков буржуазная концепция общественного мнения принципиально расходится с демократической версией Руссо.

Во-первых, для руссоистов общественное мнение относится к народу в целом, оно существует среди народной массы естественным образом и является «публичным» просто потому, что выражается открыто. Для сторонников Просвещения мнение называется «публичным», потому что оно формируется публикой. Публика — это достаточно конкретная социальная группа образованных горожан, вовлеченных в постоянный обмен критическими аргументами. Хотя существует надежда на то, что просвещение позволит включить в публику широкие массы, на деле публика сводится к узкому и привилегированному слою.

Во-вторых, Руссо открыто выступает против Просвещения, потому что верит, что ценность общественного мнения состоит именно в его чистоте, не испорченной рассуждениями философов. Концепция публичной сферы, напротив, порывает с платоновской традицией и предполагает, что мнение может стать рациональным в процессе критической дискуссии. В первом случае ставка на общественное мнение означает требование предоставить верховную власть народной мудрости, непросвещенным массам, а во втором — разуму.

В-третьих, Руссо тревожит как раз то, что является ядром концепции публичной сферы — изменение мнения в результате дискуссии. Он выступает против дебатов, потому что опасается искажения изначально имеющегося мнения. Дискуссия, напротив, исходит из того, что изначально мнения несовершенны и должны эволюционировать под воздействием критических аргументов.

В-четвертых, для Руссо принципиально, что общественное мнение выражает в себе общественное единство: хотя мнения разных людей могут различаться, но общее мнение все же одно, просто часть граждан заблуждается. Именно поэтому Руссо считает голосование лучшим способом выяснить общественное мнение. Концепция публичной сферы допускает, что может существовать преобладающее мнение, однако вовсе не требует единства. Более того, мнение находится в процессе изменения и под воздействием рациональных аргументов может измениться, так что разнообразие мнений даже желательно. Процедура голосования не имеет здесь никакого смысла. Простое суммирование голосов не покажет общественного мнения, ведь общественное мнение — это скорее система взглядов и аргументов, существующих в публичной сфере.

В действительности всю вторую половину XVIII века представления об общественном мнении колеблются между демократической и буржуазной концепциями; иногда они причудливо сочетаются. Вслед за Руссо многие верили в то, что в конечном счете простой люд всегда прав. И в то же время забывали о том, что эта правота противоречит рациональности, воображая, что общественное мнение объединяет в себе Разум и Народ.

Казалось, будто быстрое развитие публичной сферы приводит к тому, что просвещенное общественное мнение выражает на языке Разума то, чего народные массы

i *Habermas J.*
Strukturwandel
der Öffentlichkeit:
Untersuchungen
zu einer Kategorie
der bürgerlichen
Gesellschaft.
Frankfurt am Main:
Suhrkamp, 1990.
S. 169.

Общественное мнение заслуживает в одинаковой степени как уважения, так и презрения, презрения — из-за его конкретного сознания и внешнего выражения, уважения — из-за его существенной основы, которая, будучи более или менее замутненной, лишь светится в этом конкретном. Так как оно не обладает в себе ни масштабом различения, ни способностью поднять в себе субстанциальную основу до определенного знания, то независимость от него есть первое формальное условие совершения чего-либо великого и разумного (как в действительности, так и в науке). Можно быть уверенным, что впоследствии общественное мнение примирится с достигнутым и превратит его в один из своих предрассудков*.

Георг Вильгельм Фридрих Гегель

* Гегель Г. В. Ф. *Философия права*. М.: Мысль, 1990. С. 354.

желают, но не могут высказать. Публика не была тождественна народу, но, будучи его наиболее грамотной частью, получала возможность представлять его, имея в виду, что со временем весь народ войдет в состав образованной публики¹. Интеллектуалы наперебой стремились выразить общественное мнение, искренне веря, что их устами говорит народная воля. На разлом между демократической и буржуазной концепциями общественного мнения долгое время не хотели обращать внимания.

Таким образом, «общественное мнение» оказывается на редкость противоречивым понятием. С одной стороны, оно имеет демократический смысл, отсылая к прямой и неограниченной власти простого народа. С другой стороны, на нем по-прежнему остается налет презрения к доксе, самонадеянной некомпетентности. Надежда на преодоление этого противоречия связана с просвещением масс и воспитанием рационального общественного мнения. Однако на деле это приводит к господству небольшого привилегированного класса, который принимает решения за не вполне созревших для этого сограждан. Пожалуй, лучше всего это замешательство выразил в своей загадочной формуле немецкий философ Гегель: «Общественное мнение заслуживает в одинаковой степени как уважения, так и презрения». Вопрос о том, какую роль общественное мнение должно играть в управлении государством, становится предметом ожесточенных споров.

i *Шартье Р.*
Культурные истоки
французской
революции. М.:
Искусство, 2001.
С. 37–38.

3 Тирания общественного мнения

К началу XIX века «общественное мнение» стало одним из главных терминов европейской политики: оно быстро перекочевало из французского в другие языки. В разных частях континента происходила стремительная демократизация. Все новые классы получали право голосовать, границы между аристократией и остальной частью общества стирались, города быстро росли и формировали новый образ жизни и новые стандарты равенства. Наступала эпоха не просто демократии, но массовой демократии: новый демос, в отличие от античных образцов, состоял из рассеянных множеств людей, незнакомых друг с другом и вступавших в хаотичные взаимодействия, но при этом получавших все бóльшую политическую власть. Именно их все чаще имели в виду, говоря об «общественном мнении».

У этой новой силы оказалось немало издержек. Стоит ли принимать решения, подчиняясь пожеланиям масс? Что, если они заглушают разумный голос отдельных индивидов? И насколько волю толпы правильно отождествлять с волей народа? Да и мнения, высказываемые в газетах, — неужели они отражают народные предпочтения? В конце концов, кто является носителем общественного мнения и какую роль оно должно играть в политической жизни?


Общественное мнение начинают резко критиковать, и эта критика продолжает звучать и сегодня. При этом интересно, что атаки на общественное мнение происходят с разных сторон и подчас противоположны друг другу. Оба элемента, как буржуазный, так и демократический, подвергаются нападению.

Появление масс и массовых медиа в политике создало целый ряд эффектов, которые серьезно пошатнули надежду на то, что общественное мнение в конечном счете стремится к выработке разумных взглядов, логически согласованных и опирающихся на научное знание. Сегодня, в эпоху социальных сетей и политиков-популистов, многим кажется, что мир накренился и покатился по иррациональному пути — наука больше не является авторитетом, люди верят в какую-то свою правду и соз-

дают альтернативные, не пересекающиеся друг с другом реальности, в которых существуют разные факты. Однако если бросить взгляд назад, окажется, что все эти свойства нового массового общества были очевидны теоретикам общественного мнения еще в позапрошлом столетии.

«Пост-правда»

В середине XIX века появляются опасения, что массовая демократия ведет к тому, что большинство начинает навязывать индивиду нормы поведения и мышления. В условиях, когда воля народа является верховным законом и определяется предпочтениями большинства, оно может ввести любые правила и запреты, подавляя индивидуальные свободы. Если большинство исповедует определенную веру и считает адептов другой веры нежелательными, значит ли это, что последним нет места в обществе? Если большинство считает какой-либо образ мыслей нежелательным и опасным, а его носителей — врагами народа, то следует ли запрещать такие взгляды и законодательно бороться с их носителями?

Либеральные теоретики смотрят на такие ситуации со страхом и негодованием и вводят термин «тирания большинства». Если начиная с античности тирания обычно связывалась с единоличной властью, то в эпоху массового общества настоящим тираном становится масса, большинство, которое норовит навязать свои взгляды каждому. Джон Стюарт Милль 



Джон Стюарт Милль (1806–1873) — английский философ и политэконом, классик либеральной мысли. Показал, что индивидуальная свобода необходима для общественного прогресса. В центре его теории находится постулат о том, что никто не может запрещать индивиду причинять вред самому себе.

выдвинул знаменитую систему аргументов, доказывающих, что такая ситуация опасна. Конечно, она губительна для тех несчастных, чьи убеждения не совпадают с мнением большинства, — угнетение их индивидуальной свободы не должно быть платой за удовлетворение массы.

Однако и для общества в целом это вредно, поскольку любая новая и ценная мысль поначалу появляется в голове отдельных личностей и только со временем доказывает свою ценность всему обществу с помощью рациональных аргументов. Если запретить индивидам самостоятельно мыслить и действовать, запретить экспериментировать, то остановится общественный прогресс. Поэтому каждый должен иметь право на собственное мнение и действие, покуда оно не ограничивает свободы других, даже если это мнение или действие ошибочно.



Мрачный взгляд Милля на общественное мнение напоминает платоновское презрение к доксе. Милль также уверен, что новые идеи, ведущие человечество на пути к знанию, приходят лишь в отдельные головы — общество в целом не может ничего изобрести, идеи не могут витать в воздухе. В то же время масса представляет собой коллективную посредственность, которая стремится подавить все оригинальное. При этом общественное мнение может не только принимать ущемляющие меньшинство законы, но и действовать с помощью морального принуждения, заставляя индивида походить на других.

Если у Платона философ противостоял толпе, то Милль в эру массовой демократии формулирует оппозицию «общественное мнение против образованного меньшинства». В эпоху революции задача интеллектуала состояла в том, чтобы наиболее удачно выразить общественное мнение, выступить его представителем. Теперь же либеральная философия подсказывает интеллектуалу, что он должен противопоставлять себя общественному мнению. Если буржуазно-демократический оратор заявлял «вот чего на самом деле хочет народ», то либерализм Милля констатирует, что народ одержим предубеждениями, а подлинное знание доступно лишь образованному меньшинству.


По правде, сколько ни проповедуют или даже ни оказывают уважения реальному или мнимому умственному превосходству, общая тенденция в мире — предоставить посредственности больше власти. В древности, в Средние Века, и в уменьшающейся степени во время долгого перехода от феодализма к современности индивидуальность была сама по себе силой. Теперь она затерялась в толпе. В политике уже тривиально утверждение, что миром правит общественное мнение. Единственная настоящая власть — это власть массы и правительств, ставших органами инстинктов и тенденций толпы*.

Джон Стюарт Милль

* Милль Дж. С. О свободе // Наука и жизнь. 1993. № 12. С. 26.

В конце XIX века во Франции начинается знаменитое Дело Дрейфуса . Криминолог и социальный психолог Габриэль Тард, который до этого занимался психологией толп, остро реагирует на скандал и разрабатывает свою теорию публики. Он называет публику современной формой толпы, «виртуальной толпой»: если толпа основана на подражании стоящему рядом, то благодаря прессе впервые стало возможным оказывать влияние на других на расстоянии . Общественное (публичное) мнение — это просто результат таких воздействий на рассеянную толпу, состоящую из изолированных индивидов.

Такой взгляд на публику и общественное мнение радикально отличается от надежд эпохи Просвещения. Сравнивая публику с толпой, Тард дает понять, что публика иррациональна, действует путем необдуманного подражания под воздействием сиюминутных эмоций, ей легко манипулировать. Под впечатлением от того, как антисемитская пресса натравливает своих читателей на новых жертв, объявляя их предателями, Тард приходит к выводу, что таково свойство современного ему общественного мнения. Публика (а точнее, много разных публик) — это уже не круг образованных буржуа и аристократов, вступающих в рациональную полемику. Это массовая аудитория газет, состоящая из множества никогда не видевших друг друга, но одинаковых читателей — одинаковых, потому что они привыкли воспринимать только одну точку зрения, ту, которую им предлагает их любимое издание.

Дело Дрейфуса произвело на интеллектуалов пугающее впечатление, потому что обнаружилось, что публика способна игнорировать факты, достоверно установленные в соответствии с надлежащей процедурой, если эти факты ей не нравятся. Для тех, кто привык жить в мире, где рациональная научная процедура является решающим критерием установления истины и должна быть последним аргументом для всех, такое свойство публики стало неприятной неожиданностью. Дело в том, что одновременно начинается кризис **авторитета**  науки.

Радикальные мыслители вроде Фридриха Ницше в этот момент настаивают на том, что наука производит лишь одну из возможных истин: «...истины — иллюзии, о которых позабыли, что они таковы...»ⁱⁱ. Сегодня публицисты обозначают это отношение публики к научным фактам пессимистичным выражением «пост-правда», имея в виду, что научная истина теряет авторитет и все больше людей не заботится о ней. Однако уже сто лет назад таким философам, как Тард, было ясно, что научная истина не может служить для публики общим знаменателем, а научный метод вовсе не всегда будет самым сильным аргументом. Общественное мнение — политическое явление, и подчас оно вовсе не готово отдать науке монополию на истину.

Хотя публика, с точки зрения Тарда, все же лучше толпы (хотя бы потому, что она менее способна на прямое насилие),

i Tarde G. L'opinion et la foule. Paris: Félix Alcan, 1910. P. 13.

ii Ницше Ф. Об истине и лжи во вневременном смысле // Ницше Ф. Полное собрание сочинений: В 13 т. Т. 1. Ч. 2. М.: Культурная революция, 2013. С. 440.



См. книгу
«Авторитет»
серии «Азбука
понятий»

Дело Дрейфуса — скандал, разразившийся во Франции после того, как в 1894 году капитана Альфреда Дрейфуса осудили на пожизненное заключение за измену. Когда через два года появились доказательства того, что Дрейфус невиновен, военные чины попытались скрыть их. После знаменитого открытого письма Эмиля Золя «Я обвиняю» французская публика раскололась на сторонников и противников Дрейфуса; среди последних преобладали антисемиты. В результате повторного процесса Дрейфус был вновь осужден, но амнистирован. Скандал тянулся до его полного оправдания в 1906 году и стал свидетельством новой роли прессы — почти все противостояние разворачивалось в публичной сфере.

он считает общественное мнение угрозой для демократии. Под демократией он понимает совсем не правление единого народа, как последователи Руссо, а скорее гармоничный порядок. В конечном счете этот порядок могут обеспечить только отдельные интеллектуалы, на которых лежит политическая ответственность, поскольку они способны противостоять публике и заботиться о том, чтобы разные публики находились в гармонии.

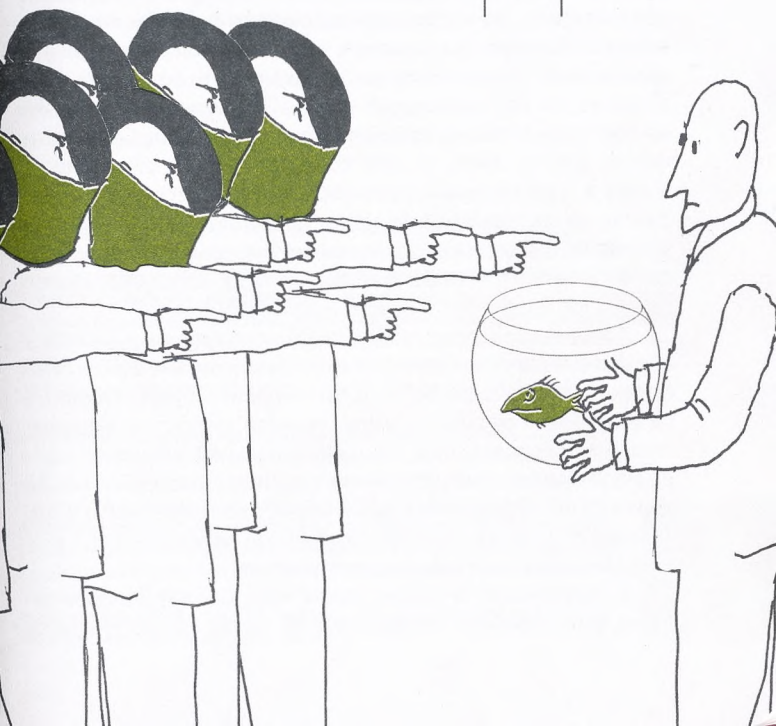
«Альтернативные факты»



К началу XX века общественное мнение становится важнейшим элементом политической жизни, и воздействию на него уделяется все больше внимания. Об общественном мнении все чаще говорят в связи с пропагандой — целенаправленными технологиями формирования общественного мнения, зачастую путем распространения заведомой лжи.


Шокирующим опытом становится Первая мировая война: в ней сталкиваются нации, которые в удивительно короткие сроки оказываются охвачены ненавистью друг к другу. Эта война отличается от всех предыдущих тотальным вовлечением всего общества, а не только участников боевых действий. Именно в это время обнаруживается феномен, который поражает нас и сегодня, — как быстро целые страны, еще вчера спокойно относившиеся к соседям, вдруг начинают видеть в них смертельных врагов.

Разгадка состоит в том, что впервые полноценной частью войны становится война за общественное мнение — война перестает быть исключительно делом военных. Государства тратят огромные ресурсы на обработку общественного мнения, которое теперь мыслится как объект пропагандистского воздействия. От эффективности пропаганды зависит поддержка действий правительства во время войны, а также готовность населения бросать дополнительные ресурсы на фронт.


Вскоре после войны по обе стороны океана одновременно выходят две книги, в которых общественное мнение резко критикуется с противоположных сторон. В 1922 году в США



Уолтер Липпман  атакует общественное мнение в книге, которая красноречиво начинается с длинной цитаты из Платона — пересказа мифа о пещере  28. Липпман сравнивает общественное мнение с призмой, через которую люди воспринимают мир. Объективная реальность недоступна нам не только потому, что мы не получаем полной информации о ней, но в первую очередь потому, что мы склонны воспринимать ее через упрощенные шаблоны — стереотипы. Пропаганда пользуется тем, что мы не хотим видеть ничего, что выходило бы за пределы наших стереотипов и подрывало наши представления о мире.

Сегодня вслед за сотрудниками администрации президента США Дональда Трампа говорят об «альтернативных фактах»  1 в случаях, когда политик или публика отказывается признавать то, что их противники считают фактами. Это выражение используется с иронией, как свидетельство недавнего разложения публичной сферы, однако по сути речь здесь идет о том же, на что указывал Липпман. Публика всегда смотрит на мир через призму стереотипов и обычно признает в качестве фактов лишь то, что соответствует ее стереотипам. Жизнь в параллельных реальностях, где существуют разные факты, не скандальное явление последних лет, а принцип устройства общественного мнения в эпоху масс-медиа. Просто он становится более очевидным тогда, когда нарушается господство какого-либо одного мировоззрения.

Современные средства массовой манипуляции подрывают обе концепции общественного мнения, возникшие в XVIII веке. Надежды рационалистов на то, что индивиды будут становиться разумнее в результате общественной дискуссии, выглядят смешно. Предполагалось, что в рациональной публичной сфере люди будут слушать аргументы с разных сторон, участвовать в дискуссии и приходить к наилучшему решению. Вместо этого публика становится мишенью постоянной идеологической атаки и сама не желает этому сопротивляться.


Каждый живет в своем коконе или, как мы говорим сегодня, в собственной «эхокамере»  1, читая только ту прессу


и смотря только тот канал, который подтверждает его картину мира. Руссоисты с их верой в общую волю более реалистичны (по крайней мере, они не воображают, что каждый из нас формирует свои мнения самостоятельно), однако и они не понимают, что суверенитет общей воли невозможен, потому что она сама формируется лидерами сверхуⁱⁱ.

Интересно, что опытные журналисты вроде Липпмана, не понаслышке зная о том, как формируется мнение публики, начинают выступать категорически против того, чтобы давать публике реальную политическую власть. Прямая руссоистская демократия — опасная утопия, поскольку публика чудовищно некомпетентна, видит мир однобоко и сама не знает, чего хочет. С точки зрения Липпмана,

i Впервые об «альтернативных фактах» заявила советник Трампа Келлиэнн Конуэй, которая отвечала на упрек журналистов в том, что официальные оценки числа граждан, присутствовавших на инаугурации Трампа, не соответствуют фактам.

ii Липпман У. Общественное мнение. М.: Фонд общественного мнения, 2004. С. 223.

 **Уолтер Липпман** (1889–1974) — знаменитый американский журналист и политический публицист. Был советником нескольких президентов США, в том числе Вудро Вилсона во время Первой мировой войны. Статьи и книги, в которых он анализировал воздействие СМИ в условиях массовой демократии, оказали большое влияние на исследования пропаганды. Среди прочего изобрел термин «холодная война» и считается одним из вдохновителей неолиберализма (термин «неолиберализм» был изобретен в Париже в 1938 году во время коллоквиума, посвященного обсуждению одной из книг Липпмана).

 **Эхокамера** — замкнутая коммуникационная среда, в которой индивид встречается только с убеждениями, похожими на его собственные, и фактами, подтверждающими его картину мира. В результате усвоенные членами одной группы мнения усиливаются, а между разными группами возникают непреодолимые разрывы в мировоззрении. В современной теории медиа обращается внимание на то, что медиа склонны создавать своим потребителям эхокамеры, чтобы вызывать у них приятные эмоции. Так, социальные сети подстраивают предлагаемые нам материалы под наши предпочтения и тем самым сокращают разнообразие информации и оценок, с которыми мы встречаемся.


Публика приходит в середине третьего действия и уходит еще до занавеса, она остается ровно столько, сколько ей нужно, чтобы назначить себе героя и злодея*.

Уолтер Липпман


*

Lippman W. The Phantom Public. New Brunswick; London: Transaction Publishers, 1993. P. 55.

демократия нуждается в информированных экспертах, которые несопоставимо лучше публики осведомлены в государственных делах. Между специалистом, который знает все риски возможных решений, и простолюдином, который читает о них в своей любимой газете, лежит гигантская пропасть. Самое большое, на что способно общественное мнение, — это сказать да или нет уже выработанной и взвешенной тактике действий.


У Липпмана, конечно, были оппоненты. Наиболее влиятельным из них был знаменитый философ Джон Дьюи , который считал, что Липпман верно поставил проблему, но ошибся с решением. Ясно, что надежды на то, что общественное мнение будет основанным на всестороннем понимании политической ситуации, абсурдны. Эта модель больше подходит небольшим городам Античности или раннего Нового времени, но точно неприменима к крупным современным государствам.

Однако Дьюи полагает, что публике вовсе не обязательно знать все подробности дела. В конце концов, никто не чувствует проблему лучше, чем сообщества индивидов, которые с ней сталкиваются. Для того чтобы найти решение проблемы, требуются эксперты, которые знают о ее причинах и могут подсказать варианты, однако у самой публики достаточно компетенций для того, чтобы выбрать и реализовать решения, — это вовсе не требует специальных знаний.

 **Джон Дьюи** (1859–1952) — американский философ, представитель школы прагматизма, теоретик образования и демократии. Исходил из того, что любое познание возникает из-за появления проблем — рассогласования в человеческом опыте, которое нуждается в объяснении. Поскольку опыт человека целиком социален, научные проблемы ставят и решают человеческие сообщества.

Вслед за Аристотелем Дьюи повторяет старый демократический аргумент о том, что в конечном счете в качестве обуви лучше разбирается тот, кто ее носит, а не тот, кто ее делает. Сапожник и его компетенции — лишь инструмент для хозяина обуви; сапожник может дать умный совет, но не ему решать, нужна ли новая обувь и какой она должна быть¹. Власть экспертов приводит к тому, что между публикой и лидерами возникает разрыв, и последние забывают о том, в чем состоят интересы народа.

Спор между Липпманом и Дьюи стал ключевым для современной журналистики. Как ни странно, взгляд журналиста на свою работу зависит от его представлений о демократии. Если он верит в «демократию экспертов», то будет заботиться в первую очередь о том, чтобы разъяснять широкой публике решения экспертов, политических лидеров. В этой модели публике уготовано пассивное место зрителя, а общественное мнение формируется сверху. Те же, кто верит в «демократию участия», напротив, куда больше интересуются тем, какие проблемы публику в действительности заботят, и стараются предоставить ей информацию и экспертное знание, чтобы публика могла принимать решения. Здесь общественное мнение формируется снизу, в процессе решения проблем, а журналист выступает как слуга публики.

В том же 1922 году отец-основатель немецкой социологии Фердинанд Тённис , также впечатленный действием пропаганды во время Первой мировой, публикует книгу «Критика общественного мнения». Для него основной проблемой является противоречие между идеей общественного мнения как общей воли и множеством проявлений общественного мнения в публичной сфере. По духу руссоистской концепции, общественное мнение господствует в силу того, что оно выражает принципиальную волю народа. Однако это возможно только в случае, если народ действительно един.

Между тем разногласия мнений в публичной сфере, где каждая газета и каждый канал проводят собственную точку зрения, никак не свидетельствуют о единстве. В случае, когда

нет единства, вообще не имеет смысла говорить об «Общественном Мнении» (Тённис намеренно использует прописные буквы для руссоистского значения термина). В массовом обществе единство, существовавшее прежде в небольших сообществах, практически утеряно. Можно говорить о единой воле небольшого народа, скрепленного прочными кровнородственными связями, но как может обладать единой волей население крупной страны, где бóльшая часть проживает в крупных городах и общается друг с другом главным образом в силу коммерческих отношений?

Количественное соотношение не играет здесь никакой роли: даже если какая-то позиция поддерживается огромным большинством и лишь меньшинство противостоит ей, говорить о народном единстве уже не приходится. А значит, руссоистское Общественное Мнение попросту не существует. Именно поэтому большинство порой пытается представить меньшинство «изменниками», «предателями» или «агентами врага». Ведь если это удастся и меньшинство согласится с тем, что оно исключено из народа и не принадлежит к нему, то его взгляды можно игнорировать, и уже ничто не может помешать объявить о единстве Общественного Мнения.

Таким образом, всего за полтора века общественное мнение претерпевает впечатляющие изменения. В середине XVIII века общественного мнения еще




Dewey J. Public and its Problems. Chicago: Gateway Books, 1946. P. 207.



Фердинанд Тённис (1855–1936) — немецкий философ и социолог. В 1909 году стал сооснователем и первым президентом Немецкого социологического общества. В работе 1887 года «Общность и общество» противопоставил социальные связи старого типа, основанные на единстве общностей, связям нового типа, основанным на коммерческих контрактах между отдельными индивидами («общество»). Тённис нередко интерпретировали как консервативного социолога, желающего восстановления общности; он пользовался определенной популярностью у идеологов национал-социализма. Сам Тённис осудил национал-социализм и противостоял ему.

нет, а уже к началу XX века оно становится главным фактором политической жизни, решающим судьбы выборов, войн и реформ. Однако за тот же самый период оно проходит путь от главной надежды демократов, либералов, республиканцев до главного предмета беспокойства для самых разных идеологических течений.

Причем поражение терпят обе основные теории общественного мнения. Расцвет пропаганды и массовой манипуляции ставит под сомнение как веру в правление мудрой общей воли, так и надежды на вовлечение всего общества в разумную и открытую дискуссию.

Газеты, радио, а затем и телеканалы постепенно перестают выступать площадками для диалога между читателями и редакцией, становясь идеологическими инструментами для государств, партий и политических лидеров. И хотя элементы рационального обсуждения в средствах массовой коммуникации сохраняются, очевидно, что их функция радикально отходит от той, которую исполняли газеты революционной эпохи во Франции. Чтобы подчеркнуть это искажение идеи буржуазной публичной сферы, Юрген Хабермас  говорит о том, что сегодня господствует «непубличное мнение» — противоположность публичному (общественному) мнению.

Тревога по поводу опасных и разрушительных свойств общественного мнения достигает пика в период между мировыми войнами — как раз накануне появления опросов общественного мнения. Опросы полностью изменяют представления об общественном мнении и заставляют по-новому посмотреть на его отношение к демократии. Однако прежде чем мы выясним, как это случилось, остановимся на том, как наше понятие обосновалось в русском языке.

4 Отчаяние Пушкина

Когда мы сегодня произносим слова «общественное мнение», то обычно под этим подразумеваем, что:

- а) существует общество (обычно оно мыслится как совпадающее с границами государства);
- б) у этого общества есть мнение — в этом отношении оно подобно каждому человеку, у которого тоже имеется свое мнение.

Однако исходно это понятие имело в России совершенно другой смысл. В действительности, в русский язык концепция *opinion publique* проникла из французского под именем общего мнения, а вовсе не «общественного» и не «публичного».

В то время как во Франции возникала совершенно новая политика, а в ней — публичное мнение как новое действующее лицо, по всей Европе настороженно следили за происходящим. Российское дворянство, как известно, в значительной степени жило французской интеллектуальной и духовной жизнью: французский был основным языком общения, а Петербург и Москва обсуждали парижские новинки моды, литературы и искусства. Но внимательно следя за последними французскими веяниями, российский правящий класс пропускал их через фильтры, которые должны были нейтрализовать их подрывную силу.





Юрген Хабермас

(род. 1929) — немецкий философ и социолог, один из наиболее влиятельных современных мыслителей. Автор самой известной теории публичной сферы. Согласно Хабермасу, возникновение буржуазной публичной сферы и гражданского общества меняет современную политическую жизнь и делает ее более рациональной и одновременно более демократичной. В XX веке развитие публичной сферы сдерживается капитализмом и государственной бюрократией, которые не заинтересованы в установлении рациональной демократической коммуникации в обществе.

Общее мнение и народный дух

Екатерина Великая хорошо знала о том, насколько важную роль начала играть во Франции публичная сфера, и явно

желала быть ее частью. Переписываясь с Вольтером  и выписав в Россию на долгое время Дидро , императрица имела возможность оценить как перспективы, так и опасности, которые создает для абсолютизма публичная дискуссия. Политика Екатерины определялась двумя противоположными соображениями: с одной стороны, необходимостью развивать независимую публичную жизнь, а с другой — стремлением направлять ее и подчинить своей воле, чтобы не допустить ослабления монаршей власти. Начиная с 1760-х годов в России происходит взрывной рост числа публикаций, а тиражи столичных газет растут (оставаясь, впрочем, далеко позади газет немецких и французских).

В 1769 году Екатерина лично выходит на поле публичной дискуссии: под ее покровительством начинает издаваться еженедельник «Всякая всячина», куда она активно пишет и на страницах которого полемизирует с редакторами других изданий. Екатерина и ее оппоненты как бы надевают маски и благодаря этому получают возможность спорить друг с другом, ведь без масок критики гарантированно были бы наказаны за оскорбление величества.

Итак, сила публичного мнения в России была хорошо известна, а сами слова «публика», «публичный» закрепились в языке еще во времена Петра I. Почему же в таком случае понятие «публичное мнение» в русском так и не появилось?

В 1782 году в трехязычном словаре для перевода с русского на немецкий и французский, выпущенном И. И. Нордстетом, «публика» отождествляется с «обществом», с французским *le public* и немецким *das Publikum*^[1]. Хотя «публика» продолжает употребляться, «общество» становится более важным термином для России конца XVIII — начала XIX века^[2]. Именно «общество» позволяет противопоставить единичное (то есть отдельного человека с его интересами и частной жизнью) и всеобщее (то есть то, что больше индивида и несводимо к сумме отдельных индивидов — общее благо, общество как целое). Само слово «общество» возникает от сходных словоформ, которые в ранних переводах церковных текстов ис-


пользуются, чтобы передать древнегреческое κοινὴν (койнония) — политическая общность, сообществоⁱⁱⁱ.


Когда русские мыслители этого времени говорят об общем мнении, то подчеркивается именно формирование силы, которая позволяет преодолеть раздробленность и обратиться к созданию общего блага. В 1802 году М. М. Сперанскийⁱ пишет записку «О силе общего мнения» и определяет общее мнение как народный дух. Здесь он практически повторяет Руссо, указывая на то, что об общем мнении можно говорить лишь тогда, когда у народа есть единая воля. Вместе с тем Сперанский использует слова «публика» и «общество» взаимозаменяемо и иногда в рукописи записки даже вычеркивает первое и заменяет его вторым для усиления. Между


ⁱ Смит Д. Работа над диким камнем: Массонский орден и русское общество в XVIII веке. М.: Новое литературное обозрение, 2006. С. 58.

ⁱⁱ Kharkhordin O. Republicanism in Russia: Community Before and After Communism. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2018. P. 135–136.

ⁱⁱⁱ Калугин Д. История понятия «общество» от Средневековья к Новому времени: Русский опыт // От общественного к публичному / под ред. О. Хархордина. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2011. С. 329–330.

 **Вольтер** (1694–1778) — французский философ, писатель и публицист. Один из наиболее влиятельных деятелей французского Просвещения, чьи публикации в прессе и выступления в салонах стали образцом, вокруг которого в Европе выстраивалась публичная сфера.

 **Дени Дидро** (1713–1784) — французский философ, писатель и публицист. Организатор и редактор многотомной «Энциклопедии, или Толкового словаря наук, искусств и ремесел», ключевого просветительского проекта, благодаря которому идеи Просвещения проникли в различные области жизни. В 1773–74 годах по приглашению Екатерины II жил в России и активно общался с императрицей, пытаясь подтолкнуть ее к реформам.

 **Михаил Михайлович Сперанский** (1772–1839) — русский политик, государственный деятель и мыслитель. В царствование Александра I разработал и провел ряд реформ, в том числе реформу государственной службы. В 1810–12 годах находился в сане государственного секретаря.

Общее мнение или дух народный есть внутреннее убеждение большей части людей, в каком-либо политическом или гражданском предмете происходящее, или от долговременной привычки, или от предрассудка, или от постоянного действия климата, правительства и законов*.

М. М. Сперанский

* Сперанский М. М. О силе общего мнения // Сперанский М. М. Проекты и записки. Л.: Изд-во АН СССР, 1961. С. 77.

этими понятиями в тот момент нет существенной разницы, однако указание на общее позволяет подчеркнуть единство граждан.

Выдвижение общего (а не публичного) мнения на первый план связано с тем, что для русских мыслителей демократическая теория общественного мнения оказывается важнее буржуазной. Так, для Сперанского государства, где властью обладает общее мнение, противопоставляются деспотиям. В деспотиях люди не занимаются общественными делами, и потому народный дух там практически не проявляется. Там же, где формируется общее мнение, оно неизбежно начинает определять жизнь общества, и деспотия становится невозможной.

Конечно, буржуазный элемент публичной сферы здесь также присутствует: Сперанский верит, что устойчивый народный дух формируется при помощи просвещения — «под действием науки, внушениями великих писателей», благодаря которым «общественные разговоры, дружеские беседы, собрания» со временем приходят к осмыслению политического устройства общества. Однако Сперанский, как и Руссо, признает, что подчас общее мнение может выражать в себе предрассудки, оно вовсе не обязано быть просвещенным. Главным в нем является именно преодоление заикленности на частных и личных делах, устремление граждан к общему делу и развитие ориентации на служение обществу.

Этот образ мысли и жизни — установка на жизнь ради общего блага — развивается в течение XVIII века и становится весьма популярным среди образованного дворянства рубежа XVIII–XIX веков. В нем укрепляется ощущение себя не как части образованной группы (публики в узком смысле, «хорошего общества»), а как общества в целом, которому нужны самоотверженные, стремящиеся к общему благу гражданеⁱ. Мечтая о славе общественных деятелей, люди поколения А. Н. Радищева, отцы будущих декабристов, видят Просвещение как способ воспитать в себе гражданскую добродетель.

Однако у этого демократического мировоззрения возникает интересный побочный эффект. Поскольку русские мыслители рассматривают современную им Европу как образец могущества общего мнения и мечтают уйти от «восточного деспотизма», они все время пытаются определить, где на этой шкале развития общего мнения находится Россия. Это заставляет их постоянно сомневаться в полноценности общества. Трудно найти еще одну культуру, где бы так часто жаловались на то, что общего мнения не существует.

Правящие элиты как в царствование Екатерины II, так и при Александре I постоянно сетовали на неразвитость российского общего мнения. Причем зачастую это легко сочеталось с указаниями на необходимость с этим мнением всерьез считаться. Граф П. А. Строганов, побывавший во Франции членом Клуба якобинцев и по возвращении в Россию ставший близким другом нового императора Александра и членом его Негласного комитетаⁱⁱ, считал ориентацию на общее благо и общую пользу фундаментом для реформ, но при этом сам сетовал на то, что у русского дворянства отсутствует какой-либо общий дух (понимая под этим, как и Сперанский, общее мнение, способность заботиться не только о личных интересах)ⁱⁱⁱ.

Позже к сходным выводам привело выступление декабристов. Многие из них хорошо понимали образ действия французских революционеров, состоявший в том, чтобы создать общее мнение, предъявить его в качестве новой независимой политической силы и воздействовать на него. Фак-

тически эта стратегия стала основной для «Союза благоденствия», одной из тайных организаций будущих декабристов.


Разгром декабристов, установление в стране реакции и объявление сумасшедшим П. Я. Чаадаева после публикации его «Философического письма» в 1836 году вновь заставили сетовать на недоразвитость общего мнения. В письме к Чаадаеву сразу после выхода «Философического письма» А. С. Пушкин писал по-французски: «Нужно сказать, что многое в вашем послании глубоко верно. Следует признать, что наше социальное существование печально. Что это отсутствие общего мнения [*opinion publique*], это равнодушие ко всякому долгу, справедливости и истине, это циничное презрение к мысли и достоинству человека — все это по-настоящему огорчительно»ⁱⁱⁱ.

Впоследствии идея о том, что общего/общественного мнения в России нет, повторяется многократно. В начале XX века ее озвучит юрист А. Ф. Кони, сетуя на отсутствие общественного контроля за судьями. В советское время об этом порой рассуждают интеллектуалы, сравнивавшие СССР со странами Западной Европы и Северной Америки. В постсоветский период об этом

i Каплун В. «Жить Горацием или умереть Катонem»: Российская традиция гражданского республиканизма (конец XVIII — первая треть XIX века) // Неприкосновенный запас. 2007. № 5. С. 197–219.

ii Фреде В. Общественное мнение, его облик сверху: Негласный комитет Александра I // Новое литературное обозрение. 2018. № 3. С. 164–185.

iii Пушкин А. С. Письмо П. Я. Чаадаеву // Пушкин А. С. Собрание сочинений: В 10 т. Т. 10. М.: Государственное издательство художественной литературы, 1962. С. 308–309.

 **Негласный комитет** — неофициальный совещательный орган, созданный Александром I в 1801 году после восшествия на престол. Состоял из пяти человек — друзей молодого императора и его самого — и отличался демократизмом дискуссий. Ставил себе задачу подготовить существенное преобразование государственного управления с целью конституционного ограничения монархии. Комитет не добился результатов и вскоре прекратил свое существование.

Отличительная черта нынешнего столетия ознаменовывается явную борьбою между народами и феодальною аристокрациею, во время коей начинает возникать аристокрация богатств, гораздо вреднейшая аристокрации феодальной, ибо сия последняя общим мнением потрясена быть может и, следовательно, некоторым образом от общего мнения зависит, между тем как аристокрация богатств, владея богатствами, находит в них орудия для своих видов, противу коих общее мнение совершенно бессильно и посредством коих она приводит весь народ, как уже сказано, в совершенную от себя зависимость*.

П. И. Пестель

* Пестель П. Русская правда. II редакция // Восстание декабристов. Документы. Т. VII. М.: Госполитиздат, 1958. С. 152.

Когда обойдешь мир, везде найдешь много зла, притеснений, неправды, а в России, может быть, более, чем в других государствах. Не оттого, чтоб в России люди были хуже, чем в Западной Европе; напротив, я думаю, что русский человек лучше, добрее, шире душой, чем западный; но на Западе против зла есть лекарство: публичность, общественное мнение, наконец, свобода, облагораживающая и возвышающая всякого человека. Это лекарство не существует в России*.


М. А. Бакунин

* Бакунин М. Исповедь // Алексеевский равелин: Секретная государственная тюрьма в XIX веке: В 2 т. Л.: Лениздат, 1990. Т. 1. С. 296.

также говорят скептики, недовольные неспособностью России догнать страны Запада (такие как, например, Юрий Афанасьев).

Подозрения в отсутствии в России общественного мнения возникают в результате смешения демократической и буржуазной теорий. С одной стороны, согласно демократическому взгляду, для существования общего мнения достаточно, чтобы граждане заботились об общем благе. С другой стороны, согласно буржуазной теории, это может произойти лишь тогда, когда в обществе появится разумная дискуссия. А поскольку Россия изначально понималась как догоняющая другие страны в создании общественного мнения, единственным критерием становилось сравнение с другими обществами. Такое сравнение всегда давало достаточно поводов объявить общественную дискуссию недостаточно развитой и просвещенной, а следовательно, и само общее мнение несуществующим.

Игра с полицией


Между тем для полицейских органов империи после декабристского выступления уже не было никаких сомнений в реальности общественного мнения. Знаменитое Третье отделение  начало ежегодно готовить для Николая I «Краткие обзоры общественного мнения». Ближайший помощник А. Х. Бенкендорфа М. Я. фон Фок следил за полицейскими методами работы с общественным мнением во Франции и в письме к начальнику констатировал: «Общественное мнение не навязывается; за ним надо следить, так как оно никогда не останавливается. Можно уменьшить, ослабить свет озаряющего его пламени, но погасить это пламя — не во власти правительства»¹.


Если полиция и упустила инициативу в деле контроля, диагностики и направления общего мнения, то начиная с этого момента общее/общественное мнение становится предметом постоянного полицейского надзора. Прагматичные полицейские мыслители поняли, что борьба с общественным мнением бессмысленна и неэффективна; гораздо больше возможностей дает наблюдение за ним, постоянный контроль и сознательное


его формирование. Связь организаций, занятых изучением общественного мнения, с полицейскими службами не должна удивлять. Сила, выпущенная на арену Просвещением, превратилась в один из основных инструментов и предмет заботы полиции.

К этому времени выражение «общее мнение» постепенно уступает место термину «общественное мнение». Между этими вариантами изначально не было принципиальных смысловых различий, однако то, что «общественное мнение» в итоге начинает доминировать, может быть связано с формированием в России особой категории «общественность», аналог которой непросто найти в других языках. Слово «общественность» использовалось с конца XVIII века как синоним слова «всеобщность» — например, всеобщность каких-либо взглядов или действий (сегодня мы уже не говорим «общественность» в этом смысле). Однако для обозначения конкретного социального субъекта оно стало употребляться в середине XIX века.

В этот период формируется независимая литературная критика. Она существует как бы между «властью» и «народом» и обращается к некоторой неопределенной группе, которая вновь ориентируется на идею читающей публикиⁱⁱ. Возникшая после периода «заморозков» в России, эта новая группа, общественность, теснее связана с буржуазной концепцией общественного мнения. К ней обращаются такие влиятельные критики, как В. Г. Белинский или А. И. Герцен. С этого момента

 **Третье отделение Собственной Его Императорского Величества канцелярии** — созданный непосредственно после декабристского выступления орган политической полиции. Действовал в царствование Николая I и Александра II (1826–80) и радикально усовершенствовал систему политического сыска в России. Первым начальником Третьего отделения был граф А. Х. Бенкендорф.

 Цит. по: Лемке М. Николаевские жанры и литература 1826–1855 гг. СПб.: С. В. Бунин, 1909. С. 36.

 Волков В. Общественность: забытая практика гражданского общества // Pro et Contra. 1997. Осень. С. 77–91.

«общественное мнение» начинает означать еще и «мнение общественности». Здесь менее силен демократический элемент — общественность не претендует на репрезентацию всего общества, но скорее озвучивает позицию разумного, способного к рациональной критике образованного слоя.

Когда в России возобладала буржуазная концепция общественного мнения, на следующие пятьдесят лет политическая программа, связанная с этим термином, сфокусировалась на требованиях свободы печати, поскольку от этого зависела влияние общественности и само ее существование.

Либеральные мыслители вновь обратились к стратегии французских просветителей XVIII века — параллельно призывая монарха к расширению свободы печати и заверяя его в своей преданности, они рассчитывали укрепить положение общественности в имперской России. Задача состояла в том, чтобы убедить монархию в выгоде ослабления цензуры, — это позволило бы сделать общественную дискуссию более доступной для полицейского контроля и вместе с тем способствовало бы росту народного доверия к правительству¹. Буржуазный подход к общественному мнению предполагал постепенную трансформацию имперского режима в конституционное государство.

В той или иной форме требования свободы общественного мнения высказывали представители всех основных политических течений в России, и на протяжении полувека имперское правительство было вынуждено балансировать на пути расширения свобод. В то время как радикальное снятие цензуры было невозможным и, по мнению дворянства, нежелательным, политическая жизнь протекала вокруг появления, разрешения и последующего закрытия общественных журналов, где предлагались политические проекты. Имперские власти позволяли определенные мнения до того момента, когда они начинали претендовать на выражение всего общественного мнения и несли для монархии опасность, — тогда издание закрывалось. Для такой игры в кошки-мышки буржуазная концепция общественного мнения с ее верой в Просвещение

и отказом от революционных требований была наиболее удобной, и она сыграла значимую роль в формировании оппозиционных режиму течений.


Еще одно последствие этой концепции общественного мнения обнаружилось уже после революции в России. С приходом к власти большевиков существованию и пониманию общественного мнения перестали уделять внимание. Общественное мнение представлялось инструментом буржуазного класса, который с его помощью боролся против абсолютной монархии и аристократии, но для социалистического общества он выглядел опасным. В. Ленин полагал, что свобода печати нужна капиталистам для того, чтобы «покупать газеты, покупать писателей, подкупать и покупать и фабриковать “общественное мнение” в пользу буржуазии»ⁱⁱ.

Большевики совершенно иначе моделировали коллективное обсуждение политических вопросов и по-другому смотрели на роль прессы в социалистическом обществе. В том смысле, который закрепился за понятием «общественное мнение» до революции, оно обозначало феномен, в Советском Союзе ненужный и невозможный. Для того чтобы ситуация изменилась, потребовались десятилетия, но главное — потребовалось, чтобы появление опросов в других странах полностью изменило представление о природе и функциях общественного мнения.

i Чернуха В. Правительственная политика в отношении печати: 60–70-е годы XIX века. Л.: Наука, 1989. С. 11.

ii Ленин В. И. Письмо Г. Мясникову (1921) // Ленин В. И. Полное собрание сочинений: В 55 т. Т. 44. М.: Изд-во политической литературы, 1970. С. 79.

ii. репрезентация и репрезентативность

В 1936 году произошло событие, которому было суждено резко изменить значение понятия «общественное мнение». США продолжали приходить в себя после Великой депрессии , и избранный в 1932 году от Демократической партии президент Франклин Делано Рузвельт должен был впервые пройти испытание перевыборами. Рузвельт после избрания начал новую экономическую политику, получившую название «Новый курс». Она была призвана поддержать наиболее пострадавшие от кризиса бедные слои, повысить их платежеспособный спрос, увеличить объем государственных инвестиций и за счет этого восстановить рост экономики.


План Рузвельта был достаточно радикален — он опирался на те социальные слои, которые прежде считались скорее пассивными адресатами государственной политики. К первым перевыборам результаты новой стратегии уже были видны, однако столь же очевидно было и то, что она ударила по интересам многих бизнесменов и в целом более обеспеченных слоев, которые были встревожены усилением государства и расширением возможностей для коррупции. Интересы недовольных выражал кандидат от Республиканской партии, губернатор штата Канзас Альф Лэндон.


Выборы обещали быть определяющими для страны, и обе стороны желали знать, как настроено общественное мнение. К этому моменту в США уже длительное время существовала практика так называемых соломенных опросов

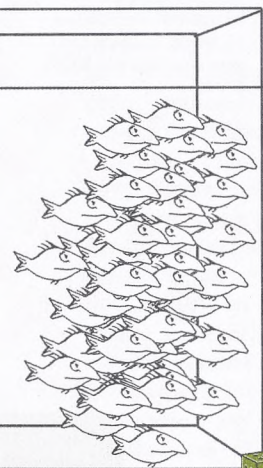
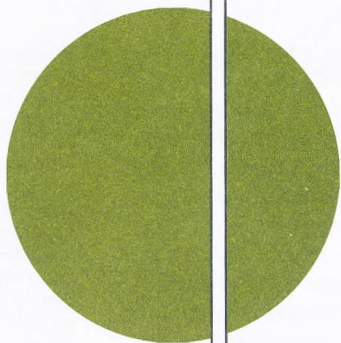
(*straw polls*) — быстрых голосований, которые позволяют понять, как в целом настроены люди по какому-либо вопросу. Такое название связано с тем, что метод похож на подбрасывание соломы вверх с целью определить, в какую сторону дует ветер и какой будет погода¹.

В первой половине XIX века соломенные опросы начали использоваться для предсказания результатов выборов, и главную роль здесь играла пресса, которая постоянно писала о том, как настроено общественное мнение. Газеты и журналы были прекрасно осведомлены о той роли, которую они играют в выработке общественного мнения, и пользовались этим для того, чтобы оценивать его состояние и сообщать публике о ее же собственных настроениях. Если во времена Французской революции газеты призывали читателей сообщать свои мнения, чтобы публиковать их, то во второй половине XIX века издания начали рассылать подписчикам по почте вопросники о том, за кого они собираются проголосовать. Читатели возвращали анкеты, и газеты могли определить, кто является фаворитом выборов.

Лидером в этом бизнесе долгое время являлось издание *The Literary Digest*, которое начиная с 1916 года с помощью опроса подписчиков раз за разом верно определяло будущего победителя. В 1936 году оно собрало 2,4 млн анкет и предсказало победу Лэндона с результатом 370 голосов выборщиков (для

 **Великая депрессия** (англ. *Great Depression*) — масштабный экономический кризис, который начался в США в 1929 году после краха котировок на бирже, продолжался до конца 1930-х и затронул множество стран мира. Великая депрессия существенно изменила представления об эффективной экономической политике и в ряде стран привела к смене власти и политического курса.

 **Докторов Б.**
Отцы-основатели:
История изучения общественного мнения.
М.: Центр социального прогнозирования, 2006.
С. 71.



победы требовалось 266 голосов)¹. Одно- временно политтехнолог, исследователь рекламы и профессор журналистики Джордж Гэллап объявил, что он провел по новой технологии опрос 50 тыс. человек и полагает, что победит Рузвельт — он наберет до 519 голосов. Однако это еще не все: задолго до того, как The Literary Digest опубликовал свой окончательный прогноз, Гэллап сообщил, что знает, каким этот прогноз будет. Когда кандидат от Демократической партии одержал сокрушительную победу, набрав 523 голоса выборщиков против 8 у Лэндона, все внимание было обращено к сенсационной технологии Гэллапа.

Гэллап воспользовался моментом и сообщил, что его технология позволит не просто дешево и надежно предсказывать исход выборов, но и в кратчайшее время узнавать общественное мнение американцев по любому вопросу. Его компания, Американский институт общественного мнения, была призвана обновить американскую демократию и дать общественному мнению настоящую власть. Отныне главным орудием общественного мнения должны были стать опросы. Заказы посыпались на Гэллапа, опросы прочно вошли в политику, и наше представление о демократии изменилось навсегда.

Как Гэллапу удалось переиграть опытного и гораздо более мощного конкурента? Ответ на этот вопрос даст данная глава. Удивительное изобретение Гэллапа состояло в том, что он создал

i В США президента избирают не прямым народным голосованием, а с помощью Коллегии выборщиков. Все штаты представлены в Коллегии в соответствии с численностью их населения и дополнительными показателями. По итогам народного голосования выборщики каждого штата получают мандат на голосование за определенного кандидата. Как правило, все выборщики штата голосуют за того кандидата, который набрал в данном штате больше голосов граждан, даже если его перевес совсем незначителен.

технология двойной репрезентации, которая одновременно выступает научной моделью общественного мнения и претендует на политическое представительство народа. Однако эта технология держится на достаточно спорных научных и политических предпосылках. Именно поэтому, как станет видно далее, опросы подвергаются активной критике со стороны социологии, которая не разделяет взгляд Гэллапа на общество. И по этой же причине опросы долгое время не могли закрепиться в некоторых политических системах, например в СССР 120–124 .

1 Что такое репрезентативная выборкаⁱ

Технология, которую Гэллап применил для предсказания, — статистически обоснованная выборка. О ней были хорошо осведомлены во многих отраслях, где использовалась прикладная статистика. Например, она позволяла оценить число бракованных изделий в общем выпуске фирмы на основании анализа лишь небольшой партии товара. На тот момент на статистику уже опирались и исследователи потребительского поведения, которые также успели убедиться в преимуществах выборочного методаⁱⁱ. Однако для предсказания электорального поведения до 1936 года статистически обоснованные выборки не использовались.

Основное достоинство такой выборки состоит в том, что она резко повышает репрезентативность. Сегодня это слово на слуху у всех — его можно найти рядом с результатами любого опроса. Оно приобрело почти магическое воздействие на аудиторию — одного этого слова бывает достаточно, чтобы убедить публику в истинности результатов. Разберемся, что оно значит, а вместе с этим увидим, в чем состояло изобретение Гэллапа.

Предполагается, что выборка (группа людей, отобранная для опроса) может репрезентировать (представлять) всю

генеральную совокупность. Именно так устроена любая научная модель объекта: когда мы изучаем какой-либо объект, мы всегда выбираем те его свойства и качества, которые представляют для нас интерес. Для этого мы строим модель, которая отражает интересующие нас стороны объекта. Выборка выступает именно такой моделью — в случае с социальными обследованиями выборка становится «народом в миниатюре».

Например, в случае общероссийских опросов генеральной совокупностью является все население страны. Но как обеспечить репрезентативность? Как, опросив 1,5 тыс. человек, можно делать выводы обо всех россиянах, которых более 140 млн (и даже избирателей более 110 млн)? Технология, которая стоит за репрезентативными опросами, основана на статистических законах. Ближайшим основанием служат Закон больших чисел и теорема Бернулли.

Упрощенно смысл Закона больших чисел можно передать так. Предположим, у нас имеется некоторый признак — например, количество осадков за день в Екатеринбурге в течение XX века. Выпишем все его значения вместе с их частотой: 1 мм выпадало А раз, 2 мм — В раз, 3 мм — С раз и т. д. (это называется распределением). Если мы затем случайно возьмем достаточно большое число дней (то есть не все дни в XX веке, но достаточно много), то увидим, что распределение в нашей выборке будет очень похожим на

i Часть материала этого раздела была ранее опубликована автором на портале «Постнаука».

ii *Converse J. Survey Research in the United States: Roots and Emergence.* Oxon; New York: Routledge, 2017. Опрос как метод сбора информации используется и далеко за пределами исследований общественного мнения. С точки зрения технологии сбор информации о потребителях продукта или о занятости населения может ничем не отличаться от сбора информации об общественном мнении. Впрочем, идея репрезентативности, о которой пойдет речь, накладывает серьезный отпечаток на то, как мы обычно воспринимаем результаты всех этих исследований.

распределение за весь XX век. Таким образом, если мы отбираем из совокупности некоторые единицы, они действительно могут представлять всю совокупность и нет необходимости собирать данные по всем случаям.

Представьте, что из 143,5 млн россиян (будем называть их генеральной совокупностью) вы случайным образом отбираете необходимые вам 1,5 тыс. человек (это и есть выборочная совокупность, или выборка). Тогда, например, доля менеджеров среднего звена среди них будет приблизительно равна доле менеджеров среднего звена в генеральной совокупности (что и показывает, что ваша выборка может представлять всю совокупность). Может ли так получиться, что эти два показателя будут сильно различаться? Например, среди россиян он составляет 14 %, а в выборке он составит только 1 %? Теоретически это возможно, однако вероятность этого настолько мала, что ей можно пренебречь.

Тем не менее имеется ключевое условие: это верно, только если производить отбор строго случайным образом. Единственной проблемой здесь может быть отклонение от случайности. Так, если мы возьмем только данные по осадкам за последние годы (например, потому что эти данные проще найти) или опросим 1,5 тыс. своих знакомых (потому что с ними проще связаться), то есть не случайных людей, то выборка, конечно, не будет репрезентативной. Таким образом, **случайная выборка — метод отбора единиц из генеральной совокупности, при котором все единицы имеют равную вероятность попасть в выборку.**

Именно в этом и состояла проблема с опросом The Literary Digest. Он вовсе не был случайным: **во-первых**, подписчики газеты заведомо представляли более богатые слои (вдобавок анкеты рассылались лишь тем, чьи данные были в телефонной базе); **во-вторых**, из 10 млн разосланных анкет вернулись лишь 24 %, и, как легко догадаться, их заполнили респонденты, владеющие грамотой. Выборка журнала была смещенной по классовому признаку — у богатых было гораздо больше шансов попасть в нее, чем у бедных.

В то же время выборы 1936 года в значительной степени были столкновением «кандидата богатых» и «кандидата бедных» — так бывает далеко не всегда. Кроме того, недовольные Рузвельтом избиратели были рады использовать опрос как способ продемонстрировать свой гнев, в отличие от сторонников Рузвельта, которые были настроены спокойнее и не испытывали большого желания участвовать в опросе. Эти и другие смещения были заложены в сам механизм выборки и привели к тому, что сторонники Лэндона были избыточно представлены в выборке, а избиратели Рузвельта — недопредставлены. И хотя редакция журнала подозревала о смещениях, магия предыдущих точных прогнозов оказалась слишком сильной, чтобы решиться изменить технологию¹.

Впрочем, метод Гэллапа был не только более точным, но и существенно более дешевым и менее энергозатратным. В целом все компании, которые в тот год верно предсказали победу Рузвельта (а это удалось не только Гэллапу, хотя его прогноз оказался самым точным), использовали небольшие выборки.



Докторов Б.
Отцы-основатели.
С. 195–197.

Как рассчитывается выборка

Если выборка случайна, то приятная новость состоит в том, что вероятность допустить серьезную ошибку можно заранее вычислить. Мы можем сказать, с какой вероятностью наше выборочное значение отклонится от значения в генеральной

совокупности на 13 % (как в примере с менеджерами выше), а с какой, скажем, на 2,5 %. Обычно, впрочем, делают наоборот: сначала определяют вероятность, с которой мы хотим, чтобы наше значение не отклонялось от значения в генеральной совокупности (чаще всего ее фиксируют на уровне 95 %), а потом уже смотрят, какова величина отклонения при том или ином размере выборки. Это отклонение называется доверительным интервалом, иногда его называют ошибкой выборки или статистической погрешностью — его часто приводят рядом с результатами опроса.

Итак, вероятность отклонения, величина отклонения (доверительный интервал) и размер выборки связаны между собой. Исходя из этого, формула для расчета размера выборки выглядит следующим образом:

$$n = \frac{z^2 \times 0.25}{\Delta^2} ,$$

где n — размер выборки, Δ — доверительный интервал, z — значение функции нормального распределения для данной вероятности отклонения (например, для вероятности 5 % это значение составляет 1,96)^[1].

Это упрощенная формула. В реальных опросах используются несколько более сложные формулы, поскольку в социальных обследованиях реализовать случайную выборку невозможно (ниже мы выясним почему)^[2]. Скажем, Гэллуп на самом деле использовал не случайную, а стратифицированную выборку, то есть он заведомо старался репрезентировать не электорат в целом, а отдельные его категории, чтобы затем сложить имеющиеся результаты по категориям и присвоить каждой категории тот вес, который она имеет в генеральной совокупности. За счет этого ему удалось избежать недопредставленности бедных слоев.

Однако для того, чтобы получить представление о принципе выборочной репрезентации, эта формула является ключевой. Вот что будет, если подставить в нее некоторые значения (см. таблицу):

Размер выборки и величина доверительного интервала

Вероятность попадания в доверительный интервал (ошибку выборки)	Величина доверительного интервала (ошибка выборки)	Размер выборки
95 %	$\pm 3,46$ %	800
95 %	$\pm 2,53$ %	1500
95 %	$\pm 2,45$ %	1600
99 %	$\pm 3,23$ %	1600

Иными словами, если мы взяли случайную выборку россиян размером в 1600 человек и оценили какой-то показатель (например, готовность голосовать за определенного политика), то с вероятностью 95 % наша оценка не будет отличаться от готовности проголосовать за него среди всех россиян более чем на 2,45 %.

Итак, чем больше размер выборки, тем больше вероятность того, что значение показателя по нашей выборке будет близко к значению в генеральной совокупности. Казалось бы, это значит, что нам нужно стараться приблизить выборку к 143,5 млн. Но на самом деле, как можно видеть из таблицы, природа случайных процессов такова, что начиная с определенного момента вероятность попасть в интервал повышается очень медленно (и этот момент наступает довольно скоро). После того как мы отбираем 1500 единиц, как бы сильно мы ни увеличивали объем выборки, вероятность, что значение в нашей выборке точно совпадет

i *Kalton G. Introduction to Survey Sampling. Newbury Park, CA: SAGE Publications, 1983. P. 82.*

ii На деле вместо случайной используют более сложные типы выборок, однако основной принцип построения выборки остается неизменным: должен быть способ рассчитать вероятность попасть в выборку для каждой единицы генеральной совокупности. Кроме того, эта формула также может давать сбой, если значение интересующего нас показателя сильно отличается от 50 %. Поэтому, например, она не подойдет для того, чтобы оценить долю больных редким заболеванием в стране.

со значением в генеральной совокупности, будет возрастать очень и очень медленно.

Фактически разницы между 1,5 тыс. и 10 тыс. опрошенных почти нет. Где-то к 1500 респондентам мы уже можем говорить о том, что наши оценки будут отличаться от доли в генеральной совокупности на 2–3 %. Если мы увеличиваем выборку дальше, то эта возможная ошибка будет уменьшаться, но очень незначительно. Иными словами, выборка в 100 тыс. лучше, чем выборка в 2,5 тыс., но разница настолько мала, что не играет роли, а в случае социальных обследований и экономически необоснованна. Обычно увеличение выборки стоит дорого, и поэтому ее не имеет смысла раздувать ради того, чтобы выиграть один процентный пункт в величине доверительного интервала.

Важно, что в формуле вообще не фигурирует размер генеральной совокупности. Дело в том, что когда генеральная совокупность велика (более 20 тыс.), размер генеральной совокупности практически не влияет на размер выборки. Таким образом, нам не нужно знать, сколько людей живет в России, чтобы построить репрезентативную выборку.

Понятно, что выбирать 1500 из 2000, скорее всего, не имеет смысла — проще обследовать 2000 и получить точную оценку. Но делая в случае необходимости выборку, мы получаем возможность обобщать ее результаты для генеральной совокупности. И по этой же причине размер выборки не будет отличаться для больших и маленьких стран — для России, США и Люксембурга он будет одинаковым. Однако если мы хотим репрезентировать каждый регион страны (например, в США из-за сложной системы избрания президента имеет смысл предсказывать результат в каждом штате), то размер выборки придется существенно увеличить.

Рассмотрим выборку в 15 человек. Как ни странно, если мы сделали ее случайно, она тоже репрезентативна. Более того, мы можем сделать выборку даже в одну единицу. Представим ящик с шарами, откуда мы случайным образом берем один шар. Если это случайно выбранный шар, то он тоже будет репрезентировать все шары, что есть в этом ящике. Просто он

будет репрезентировать их *неточно*. Почему? Потому что есть очень большая вероятность ошибиться. В следующий раз мы можем вытащить другой шар и получить другое представление о шарах в ящике. Репрезентировать неточно означает иметь большой разброс оценок.

Точно так же и 15 человек репрезентируют любую генеральную совокупность, но они репрезентируют ее неточно, потому что погрешность, то есть доверительный интервал, очень велика. Нам придется добавлять по $\pm 33\%$, чтобы получить 95 % вероятности, что мы попадем в интервал. Если мы готовы это допустить, то мы берем 15 случайных человек, выясняем, что 7 из них — это автовладельцы, а далее получаем оценку, что 7/15 от совокупности, то есть $47\% \pm 33\%$, — это и есть оценка доли автовладельцев в генеральной совокупности, и это абсолютно корректный вывод. Просто он не имеет никакой ценности: мы и без всякого обследования могли сказать, что автовладельцев в России не меньше 14 % и не больше 80 %. Поэтому, планируя выборку, имеет смысл достигать такого объема, который будет целесообразным с точки зрения соотношения затрат и эффективности.

Почему репрезентативность невозможна

Из сказанного выше следует принцип, который очень часто не осознается: **объем выборки не связан с ее**

репрезентативностью. Маленькая выборка неточна, но она все равно может быть репрезентативной. Объемы выборок, которые используются сегодня в массовых опросах в России, почти всегда обладают достаточно высокой точностью.

Угрожает же репрезентативности выборки не ее объем, а смещение, то есть отклонение от принципа случайности. Если мы начинаем выбирать единицы неслучайным образом, выборка становится нерепрезентативной. Например, если что-нибудь мешает нам отбирать их случайно.

Представим себе, что мы хотим отобрать шары из нашего ящика случайным образом, но тут оказывается, что часть шаров кусается. Механизм, при котором мы будем брать только те шарики, что даются нам в руки, — это механизм, нарушающий случайность и поэтому нарушающий репрезентативность. В этом случае, сколько бы шариков мы ни взяли из ящика (даже если мы возьмем все шарики, которые не кусаются), у нас будет нерепрезентативная выборка. Потому что мы не учтем ни одного из тех, что кусаются, они просто минуют нашу выборку.

Самая большая проблема с кусающимися шарами состоит в том, что они могут отличаться от тех, которые идут к нам в руки, и отличаться как раз по тому признаку, который нас интересует. Такая ситуация называется систематической ошибкой выборки. Таким образом, ошибка выборки бывает двух типов:

- случайная (ее можно рассчитать с помощью описанных выше формул);
- систематическая (ее оценить в рамках исследования практически невозможно, хотя иногда с помощью дополнительных данных можно высказать предположения о ее размере).

Нужно отличать ситуацию неточной репрезентации, которую мы описали выше, от ситуации нерепрезентативности. Это разные проблемы, и у них разные способы решения. Нельзя решить одну из них путем решения другой. Если выборке не хватает репрезентативности, бесполезно ее увеличивать. Более того, большие выборки в социальных обследованиях

имеют свойство накапливать ошибки, поэтому с помощью сильного увеличения выборки проблему репрезентации можно только усугубить.

Итак, репрезентативность — это не такое свойство, которое либо присутствует, либо отсутствует. Это параметр, который может принимать разные значения: выборки могут быть более или менее репрезентативными. Более того, выборка, которая хорошо репрезентирует генеральную совокупность по одному признаку, может вовсе не репрезентировать ее по какому-нибудь другому.

В примечаниях к таблицам с результатами опросов часто можно увидеть, что «объем выборки составляет 1600 человек, выборка репрезентативна по полу и возрасту». Из сказанного выше очевидно, что это два разных параметра — указание на репрезентативность не связано с объемом выборки. На самом деле здесь имеется в виду, что выполнялись определенные процедуры для того, чтобы обеспечить соответствие между выборкой и генеральной совокупностью. Например, чтобы обеспечить репрезентативность по полу, в выборку набирают мужчин и женщин в таких же соотношениях, какие существуют среди россиян по данным переписи населения¹¹. Но репрезентативность по полу не означает репрезентативности, например, по политическим взглядам. Гарантировать репрезентативность по всем признакам невозможно, если только не реализована строго случайная выборка.



Если интервьюерам поручают набирать заранее определенное число представителей тех или иных категорий (например, мужчин и женщин), то это называется квотным заданием.

Однако реализовать случайную выборку на практике невозможно по массе причин. Как только вы попытаетесь это сделать, вы столкнетесь с множеством проблем — неважно, каким методом вы захотите воспользоваться. Часть респондентов вообще окажется недоступной для вашего метода (скажем, для личных интервью большой проблемой являются дома с домофонами и охраной), еще часть будет отсутствовать, не отвечать или предпочтет заниматься своими делами. Есть люди, которые испытывают языковые проблемы, и они не могут с нами говорить. Есть люди, которые не понимают, зачем это нужно, и они не хотят с нами говорить. Все это серьезные нарушения случайности, которые делают ее реализацию невозможной. Более того, как мы увидим далее, эти нарушения со временем возникают все чаще.

Конечно, с тех пор, когда Гэллуп начал свои исследования, методы проведения опросов общественного мнения существенно изменились. Успех Гэллапа был во многом связан с тем, что он не стал полностью полагаться на рассылку анкет по почте, а задействовал интервьюеров, которые обращались к потенциальным респондентам по месту проживания. На долгие годы личное интервью стало основным методом проведения обследований, однако в последнее время его активно вытесняют телефонные опросы — с распространением мобильной связи стало гораздо проще контактировать с человеком по телефону. Сегодня в России для исследований общественного мнения используются оба метода — как личное интервью, так и телефонное (в этом случае, как правило, разрабатывается комбинированная выборка телефонов, домашних и мобильных). Параллельно во всем мире активно развиваются онлайн-опросы, однако пока им сложно претендовать на репрезентативность, так как реализовать случайную выборку в интернете чаще всего затруднительно.

2 Народ в миниатюре

Благодаря Джорджу Гэллапу «репрезентативность» стала ключевым термином в области опросов общественного мнения. Именно это понятие помогло ему объяснить свой феноменальный успех в 1936 году и убедить публику, что на его прогнозные модели можно положиться, поскольку они основаны на научном методе. Поэтому, когда в 1948 году Гэллап впервые ошибся с прогнозом, неверно предсказав республиканцу Томасу Дьюи победу над демократом Гарри Трумэном, ему удалось спасти ситуацию, указав на препятствия, из-за которых предсказание могло не учесть тех, кто изменил свой выбор в последний момент¹. Сама концепция репрезентативности, на которой был основан подход Гэллапа, не пострадала.

Впрочем, внимательный читатель этой книги наверняка заметил, что Гэллап совершил еще одну, куда более серьезную по своим последствиям революцию. Секрет успеха Гэллапа связан с тем, что ему удалось незаметно полностью изменить смысл понятия «общественное мнение».

Магия опросов

Если бы Гэллап ограничился новой техникой предсказания итогов выборов, его изобретение вряд ли стало бы настолько влиятельным. Однако он сразу заявил, что новая методология вовсе не ограничивается



Gallup G. The Gallup Poll and the 1950 Election // Public Opinion Quarterly. 1951. Vol. 15. Iss. 1. P. 16–22. Интересно, что в 1936 году The Literary Digest также пытался объяснить свой провал тем, что часть избирателей изменила свое решение буквально перед голосованием, однако сторонники репрезентативности раскритиковали эту гипотезу.

выборами и должна стать одним из основных институтов американской политической жизни: «По сути, опросное агентство делает следующее: оно отправляет представителей, чтобы говорить с людьми», и при этом «внимательно заботится о том, чтобы удостовериться, что все классы людей опрошены во всех частях страны в правильных пропорциях»¹. Опросы должны были обеспечить постоянное выявление общественного мнения по всем ключевым вопросам.

Подобно фокуснику, который обескуражил зрителей и потом открыл им тайну фокуса, Гэллап убедил публику: секрет его успешного прогноза состоит в том, что он получил доступ к невидимой, но твердой реальности под названием «общественное мнение». Если проследить за маневром Гэллапа, то он состоял из нескольких шагов, каждый из которых отвечал на возникающие у впечатленной аудитории вопросы:

1. Как объяснить неожиданный успех предсказания результатов выборов? Согласно Гэллапу, успех связан с тем, что существует некоторый исключительно важный объект, который его научная технология выборки способна качественно репрезентировать еще до того, как этот объект обнаруживает себя в ходе голосования.
2. Что это за объект? Гэллап назвал его общественным мнением, имея в виду некую реальность, которая существует постоянно и может быть адекватно репрезентирована благодаря научной технологии.
3. Как мы можем получить доступ к этому объекту? С помощью опросов: они берут на себя функцию репрезентировать эту реальность постоянно. На свет появляется совершенно новое «общественное мнение» — такое, которое не мыслится отдельно от цифр репрезентирующих его опросов (или выборов). Общественное мнение — это результат опросов.

Это было совершенно новое употребление термина «общественное мнение». Еще за десять лет до Гэллапа такие

критики, как Липпман и Теннис, жаловались, что общественное мнение слишком неопределенно — никогда нельзя наверняка сказать, есть оно или нет. Благодаря Гэллапу мы стали исходить из того, что раз есть цифры процентов опрошенных, то есть и общественное мнение, которое они репрезентируютⁱ.

Потребность в том, чтобы выразить настроения избирателей на языке цифр, появилась в Америке начиная с середины XIX века, когда журналисты ходили по вагонам поездов и спрашивали пассажиров, за кого они собираются голосоватьⁱⁱ. Газеты пестрели письмами читателей о проведенных ими самостоятельно опросах нескольких десятков человек тут и там. Однако эта пресса обычно носила ангажированный характер и с помощью таких импровизированных опросов пыталась убедить читателя в неминуемой победе близкого ей кандидата. Гэллап вывел опросы на совершенно иной уровень: теперь цифры — это знак научной технологии. За ними стоит объективная реальность общественного мнения, которую эти цифры описывают.

Двойная репрезентация


Однако это было еще не все. Гэллап никогда не смотрел на свое изобретение как на чисто научное предприятие. С его точки зрения, постоянное измерение общественного мнения должно было принести непосредственную пользу американскому


i Gallup G. A Guide to Public Opinion Polls. Princeton: Princeton University Press, 1948. P. 12.

ii Osborne T., Rose N. Do the Social Sciences Create Phenomena? The Example of Public Opinion Research // British Journal of Sociology. 1999. Vol. 50. No. 3. P. 367–396.

iii Herbst S. Numbered Voices: How Opinion Polling Has Shaped American Politics. Chicago; London: The University of Chicago Press, 1995. P. 80–82.

обществу, потому что оно позволяло усилить американскую демократию.

В период между двумя мировыми войнами в США особенно расцвела «политика Таммани-холла»  — власть узких элитных групп и политических технологов, которые в прокуренных комнатах решали между собой судьбы страны, не особенно оглядываясь на рядового избирателя. Американская система была демократией лишь по видимости, в действительности политика определялась узкими группами. Гэллуп был в числе тех, кто считал, что американскую демократию необходимо спасти, а власть — возвращать народу.

Образ демократии Гэллуп позаимствовал у британца Джеймса Брайса , чей анализ американской политической системы пользовался огромной популярностью в начале XX века. Сам Брайс не был сторонником демократии, однако наблюдения за США с их растущим влиянием в мире заставили его задуматься о тенденциях развития демократии. В противовес британской системе, где от имени народа правит парламент, американцы, с точки зрения Брайса, испытывают тягу к прямому народному правлению, то есть к системе, в которой верховной властью обладает мнение простых людей. Поэтому идеал демократии для американцев — ситуация, когда мнение простонародья по всем вопросам выясняется в любой момент и тут же претворяется в жизнь.


Брайс выделял несколько этапов развития демократии: все начинается с беспрекословного подчинения единоличному правителю, потом наиболее независимые начинают ему сопротивляться, и устанавливается власть «суверенного множества», которое время от времени выражает свою волю путем голосования и дает наказания своим представителям. Именно такое репрезентативное правление выбрала для себя Британия. По логике, дальше должен следовать этап, на котором воля масс будет выражаться не периодически, а постоянно.


Легко заметить, что Брайс следует здесь за демократической теорией общественного мнения Руссо: незамутненная воля масс должна стать верховной властью. И хотя сам Брайс

этого бы не желал, он все же полагал, что Америка движется именно в этом направлении. Впрочем, он не верил в то, что технологию для такого непрерывного изменения народной воли в принципе можно изобрести.

Гэллуп был горд тем, что изобрел именно такую технологию. Он полагал, что необходимо «ускорение демократии», чтобы она могла стать более эффективной: если появляется возможность узнавать волю народа почти немедленно, без лишних затрат времени, то у представителей и политиков не остается возможности игнорировать желания масс и злоупотреблять своими должностями. Именно эту задачу были призваны решить научно обоснованные опросы.

Итак, опросы общественного мнения с самого начала своего существования мыслились вовсе не как отвлеченное научное исследование, а как политическая технология, призванная радикально изменить судьбу демократии. Сегодня выражение «политическая технология» имеет не слишком хорошую репутацию,

 **Общество Таммани** — политическая ассоциация в Нью-Йорке, возникшая в конце XVIII века и базировавшаяся в Нижнем Манхэттене в здании, получившем название «Таммани-холл». В начале XX века общество фактически полностью определяло политику и подбор кандидатов от Демократической партии, а его название стало символом непрозрачных решений, коррупции и организованной преступности. Влияние Таммани резко пошло на спад в 1932 году после конфликта с президентом Рузвельтом, который добился отставки подконтрольного Таммани-холлу мэра Нью-Йорка Джимми Уокера и поддержал кандидата в мэры от Республиканской партии Фьорелло Ла Гуардиа.

 **Джеймс Брайс** (1838–1922) — британский аристократ (виконт), либеральный политик, историк и политический мыслитель. В 1888 году по итогам своих поездок по США выпустил книгу «Американская республика» ("American Commonwealth"), которая перекликалась и полемизировала с наблюдениями другого знаменитого путешественника по США, французского политического деятеля и философа Алексиса де Токвиля (1805–1859). В 1907–13 годах был послом Великобритании в США.

Заключительного этапа развития демократии можно было бы достичь, если бы волю большинства граждан можно было определить в любой момент без того, чтобы обращаться к представительному органу, а может быть, даже без механизмов голосования... Тогда было бы ощущение, что власть все время остается у гражданских масс... Этот неформальный, но прямой контроль со стороны большинства если и не вытеснил бы полностью, то во всяком случае резко сократил бы значение формальных, но редких случаев волеизъявления во время выборов представителей. Выражение «правление общественного мнения» в наибольшей степени соответствовало бы такому положению вещей, поскольку это означало бы, что общественное мнение не только царствует, но и правит*.

Джеймс Брайс

* *Bryce J. The American Commonwealth. Indianapolis: Liberty Fund, 1995. Vol. II. P. 919.*

особенно в русском языке — политические технологии связывают с манипулированием и моральной индифферентностью. Однако они могут, наоборот, работать на осуществление определенных политических идеалов, и для Гэллапа таким идеалом была демократия.

Впрочем, нельзя сказать, что речь идет о прямой демократии в противовес демократии представительной. Гэллп действительно как будто бы стремится снизить роль коррумпированных народных представителей, однако по сути он скорее пытается сменить способ репрезентации. Президенты, а также конгрессмены и другие выборные депутаты осуществляют формальную репрезентацию: мы исходим из того, что выбираем их и тем самым наделяем формальными полномочиями представлять наши интересы, то есть определять, что является для нас благом.

Опросы общественного мнения работают иначе: они каждый раз случайным образом отбирают тех, чье мнение в данный момент будет представлять волю народа в целом. Иными словами, вместо представителей-депутатов на сцену выходят представители-респонденты. Это называется дескриптивной репрезентацией¹ — точно так же капля из сосуда с равномерно распределенной жидкостью будет адекватно представлять химическую структуру этой жидкости.

Дескриптивная репрезентация во многом прямо противоположна прямой



Pitkin H. The Concept of Representation. Berkeley: University of California Press, 1967. P. 75.

демократии. В самом деле, в рамках прямой демократии граждане лично (без посредников) и вместе принимают управленческие решения. Напротив, при дескриптивной репрезентации с помощью опросов я могу вообще ни разу не принять участия в принятии решений, если не попаду в выборку (это вопрос статистической вероятности). Более того, поскольку граждан опрашивают по отдельности, они могут даже ни разу не встретиться друг с другом!

Таким образом, Гэллап создает модель двойной репрезентации: с одной стороны, научной, а с другой — политической. За счет успеха своего прогноза ему удастся показать, что его выборка является отличной научной репрезентацией объекта под названием «общественное мнение». Вслед за этим Гэллап предлагает использовать этот механизм дескриптивной репрезентации в качестве замены старым формальным механизмам представительства через депутатов.

Эти элементы репрезентации поддерживают друг друга: за новым механизмом политической репрезентации стоит авторитет науки, подтвержденный правильностью электоральных прогнозов, а научная репрезентация обретает общественную важность, поскольку она призвана спасти демократию. Гэллапу вряд ли удалось бы убедить американское общество в значении научной выборки, если бы он не наделил ее политической функцией. И наоборот, предложенный Гэллапом механизм политической репрезентации едва ли получил бы популярность, если бы не основывался на научной технологии. Благодаря этой комбинации Американский институт общественного мнения стал ключевым агентом научного усовершенствования демократии.

Впрочем, и Брайс и Гэллап не торопились следовать до конца за Руссо и его демократической концепцией общественного мнения. В одном отношении подход Гэллапа существенно отличается от взглядов Руссо. В то время как для женековского мыслителя за общественным мнением стоит единая народная воля, Гэллап отрицает существование мистического «народа», который никогда не ошибается.

Для Гэллапа, человека с опытом исследований рекламы и потребительского поведения, общественное мнение явно имеет сходство с потребительскими предпочтениями. Точно так же, как у нас есть любимые продукты и слоганы, которые определяют наш выбор в магазине, в области политических решений у нас есть мнения, от которых зависит наше поведение. Определение общественного мнения во многом сходно с суммированием потребительских предпочтений: выигрывает та позиция (или кандидат), которая привлекает наибольшее число покупателей (наибольшую долю политического рынка).

Здесь в гэллаповской концепции общественного мнения возникает интересное противоречие. С одной стороны, общественное мнение отсылает к народу, а опросы как эффективный метод его измерения должны увеличивать власть народа. С другой стороны, если за «народом» не стоит никакой самостоятельной силы и он сводится к агрегату, простой сумме индивидов, почему вообще следует ориентироваться на большинство? Гэллапа здесь настигает конфликт между двумя концепциями общественного мнения, буржуазной и демократической. И хотя он пытается сгладить его, указывая, что в обеих доктринах есть доля правды, это напряжение оказывается слишком сильным. Именно из-за него, как мы сейчас увидим, опросы начинают подвергаться систематической критике уже вскоре после возникновения.

3 Социология против опросов общественного мнения

Когда индустрия исследований общественного мнения только формировалась, резкую критику опросов начали высказывать социологи. Как уже ясно из сказанного выше, опросы опирались отнюдь не на социологическое знание. Довольно быстро стало очевидно, что опросы представляют собой скорее конкурирующий подход к получению знания об обществе, а главное — они основаны на другом взгляде на организацию общества. Именно идея общества как агрегата, состоящего из изолированных голосующих индивидов, стала предметом атаки социологов.

Еще в 1947 году Герберт Блумер, бывший тогда президентом Американской социологической ассоциации, обратил внимание на то, что в индустрии опросов нет никакого внятного определения ее ключевого термина «общественное мнение». Как заметил Блумер, фактически считается, что «общественное мнение есть то, что изучают опросы общественного мнения»¹. Когда есть цифры опроса, мы автоматически исходим из того, что они описывают некое стоящее за ними «общественное мнение», хотя принципы научного исследования явно требуют сначала определить объект изучения, а потом уже его измерять. Измерительный прибор покажет нам какой-нибудь результат, даже если просто размахивать им наугад, но откуда мы знаем, что именно мы измеряем?

Опросы выдают за общественное мнение сумму индивидуальных высказываний. Однако образ мнения, складывающегося из агрегирования высказываний отдельных индивидов, противоречит всему, что социология говорит нам об устройстве современного общества. Реальными единицами общественной жизни являются организованные группы: сообщества, организации, клубы, семьи, партии, банды, компании, классы — именно эти образования формируют и выражают мнение по тем или иным вопросам.

В зависимости от ситуации мнение одних из них важно и влияет на направление изменений в обществе, а мнение других несущественно или вовсе отсутствует. Аналогично, внутри этих групп одни индивиды оказывают определяющее влияние на принимаемые решения и действия, а другие — не оказывают никакого и вообще могут не иметь по множеству вопросов собственного мнения. Путем суммирования мнений случайно отобранных индивидов об этих реальных общественных тенденциях ничего узнать нельзя.

Атака Блумера на опросы общественного мнения обозначила размежевание академической социологии с исследованиями общественного мнения. У самих поллстеров аргументы Блумера не вызвали большого интереса. Отчасти это связано с тем, что они никогда не сомневались в объективном существовании общественного мнения. Поэтому простой опрос индивидов вполне может сгодиться для оценки общественного мнения, даже если Блумер и прав в том, что общественное мнение формируется группами, а не отдельными людьми.

Но еще важнее то, что политическая реальность либеральной демократии в XX веке быстро менялась, и не в последнюю очередь благодаря опросам. Тот образ общественного мнения, который защищал Блумер, постепенно исчезал из американской политики. Структурированные группы и сообщества, которыми всегда была сильна Америка, медленно


i Блумер Г. Общественное мнение и опросы общественного мнения // Блумер Г. Символический интеракционизм: перспектива и метод. М.: Элементарные формы, 2017. С. 299.

Принципиальный недостаток опросов общественного мнения — особенно в их нынешнем виде — заключается в процедуре построения выборки. Применяемая в них сегодня процедура построения выборки вынуждает рассматривать общество, как если бы оно было собранием разрозненных индивидов. Общественное мнение, в свою очередь, считается количественным распределением индивидуальных мнений. Такой подход к обществу и такой взгляд на общественное мнение следует признать откровенно нереалистичными... Тот простой факт, что опрашиваемый либо высказывает, либо не высказывает мнение, совершенно не говорит о том, участвует ли он в формировании общественного мнения, функционально выстраиваемого в обществе. И что важнее, даже если выборка содержит индивидов, участвующих в формировании общественного мнения, это не дает никакой информации об их роли в этом процессе*.

Герберт Блумер

* Блумер Г. Общественное мнение и опросы общественного мнения. С. 306–307.

теряли свою силу, и вместо них на политическую сцену вышел тот самый агрегат индивидов, который имеется в виду в опросах. В результате аргумент Блумера начал работать против себя: ровно по тем причинам, по которым он отказывался считать цифры опросов «общественным мнением», теперь стало невозможно спорить, что общественное мнение превратилось именно в цифры опросов¹. Почему опросы так удачно почувствовали ветер перемен демократической политики и куда этот ветер дует — на этот вопрос я отвечу позже, в главе III.

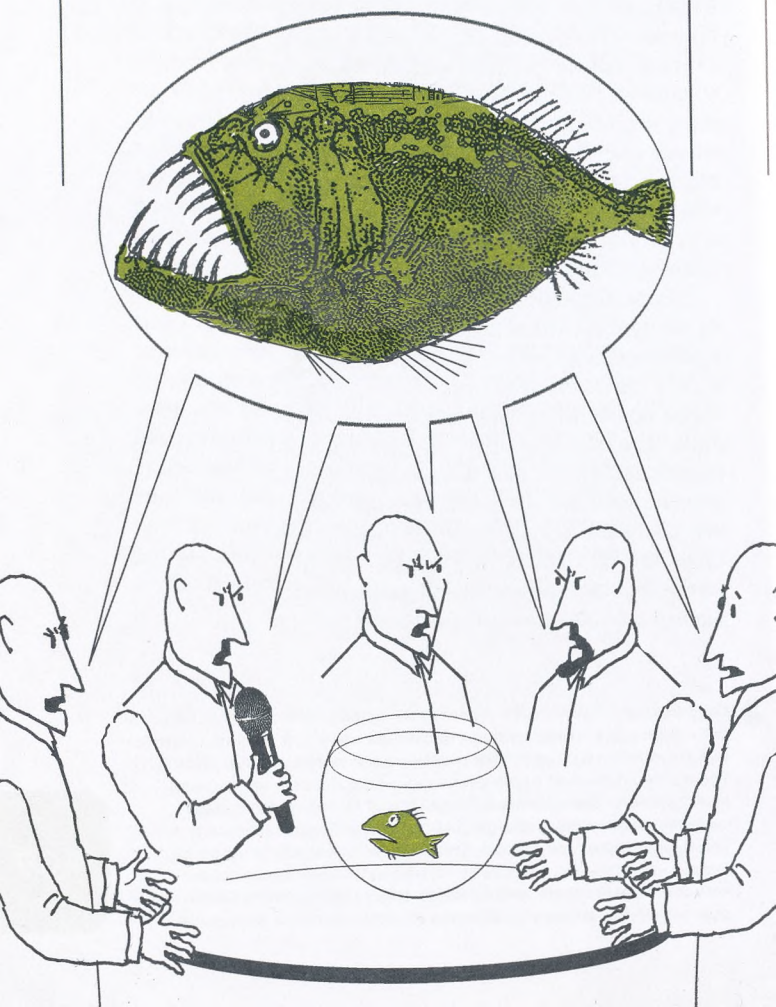
Если Блумер обрушил свою критику на опросы, когда они только входили в политическую жизнь, то Пьер Бурдьё  в 1972 году имел дело с практикой, без которой общество стало уже трудно помыслить. Свое возражение он сформулировал еще более резко, чем американский социолог: знаменитый доклад Бурдьё получил название «Общественное мнение не существует». Опросы претендуют на отражение некой объективной реальности, однако этой реальности просто нет.



Converse P. Changing Conceptions of Public Opinion in the Political Process // The Public Opinion Quarterly. 1987. Vol. 51. Part 2. P. S14–S15.



Пьер Бурдьё (1930–2002) — знаменитый французский социолог, антрополог и философ, ставший автором множества ключевых понятий современной социологии и существенно расширивший ее предметную область. Радикально применяя социологический метод, показал, что социальные структуры принудительно воздействуют на индивида гораздо сильнее, чем считалось прежде. Благодаря своей идее габитуса, то есть социальной структуры, которая буквально встроена в тело человека, Бурдьё часто считается наиболее последовательным выразителем «социологизма» в современной науке, то есть тотального объяснения всех элементов человеческой жизни социологическими факторами.



Здесь стоит обратить внимание на то, чему именно Бурдьё отказывает в существовании. Смотря на результаты опросов, мы обычно исходим из того, что все опрошенные как-то размещают себя в пространстве возможных ответов на тот или иной вопрос — что у каждого из них имеется мнение, которое ждет того, чтобы быть высказанным. В худшем случае тот, у кого нет мнения, честно выберет вариант «затрудняюсь ответить».


Бурдьё, впрочем, обращает внимание на то, что далеко не у всех индивидов есть мнение по заданному вопросу — хотя у них может быть ясное мнение по вопросам, которые не задаются. Далее, люди могут совершенно по-разному понимать одни и те же вопросы в зависимости от своего положения на социальной лестнице. К примеру, высшие классы обычно лучше разбираются в политике и яснее понимают, что интересует опросную компанию. Низшие классы те же самые вопросы могут интерпретировать по-своему, не подозревая об их политическом смысле и последствияхⁱ.

Иными словами, «электоральная философия», которой мы руководствуемся при восприятии опросов общественного мнения, не имеет ничего общего с тем, как мнение устроено в действительностиⁱⁱ. Выборы — крайне неудачная метафора для описания общества. Люди вовсе не являются избирателями, которые по всякому вопросу имеют сложившееся мнение (или хотя бы имеют мнение, что они

i В методологии социальных исследований такие явления входят в более общие понятия «систематическая ошибка измерения» и «нарушение внутренней валидности инструмента». Проще говоря, мы либо измеряем не то, что хотели бы измерить, либо полученное в результате измерения значение отличается от истинного значения.



ii Бурдьё П. Общественное мнение не существует // Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993. С. 159–177.

не имеют мнения). Сам по себе факт задавания вопроса (и последующей публикации результатов опроса) существенно меняет представления о том, что является общественно значимой проблемой, а что нет. Опрос отнюдь не нейтральный инструмент, он сам производит общественное мнение самым фактом своего появления.

Таким образом, Бурдьё вовсе не хочет сказать, что общественное мнение — это какая-то химера, которая не имеет никакого значения. Смысл его утверждения состоит в том, что общественное мнение сегодня не существует *до опросов и независимо от них*. Оно появляется как *артефакт*, порожденный опросами, и после этого начинает играть ключевую роль в политике. Можно сказать, что результаты опросов общественного мнения обладают *перформативной*  силой.

Социологическая критика обращена против той модели общества, которая предполагается в опросах общественного мнения — модели изолированных индивидов, обладающих мнениями. Социология оперирует более сложными моделями человеческой социальности. Поэтому вплоть до сегодняшнего дня в социологической литературе понятие «общественное мнение» встречается редко, а цифры опросов общественного мнения если и используются, то для иллюстрации — им обычно предпочитают данные специализированных исследований. Социология и исследования общественного мнения существуют параллельно друг другу, практически не встречаясь.

Социологическая критика ориентирована преимущественно на опросы, основной метод исследователей общественного мнения. Однако в индустрии общественного мнения используются и другие методы. После опросов второй по известности среди них — фокус-группы, коллективные беседы, которые позволяют смоделировать формирование позиций в ходе обычного обсуждения между людьми (дискуссию направляет исследователь-модератор). Фокус-группы также изначально имели политические цели — они возникли для оценки эффективности пропаганды, но достаточно быстро вызвали интерес у социологов.

В 1941 году исследователь коммуникаций Пол Лазарсфельд  позвал к себе домой в Нью-Йорке для знакомства теоретика Роберта Мертон  — будучи уже известными в науке фигурами, они работали в одном университете, но никогда не встречались. Однако еще до того, как Мертон с супругой вошли в дом четы Лазарсфельдов, там раздался звонок — хозяина срочно вызвали в Бюро военной информации, для которого он тестировал пропагандистские материалы. Лазарсфельд не нашел ничего лучше, как взять Мертон с собой и показать ему технологию собственного изобретения.

Небольшая тестовая группа смотрела ролик, нажимала на кнопки «нравится» или «не нравится», а потом интервьюер уточнял с людьми их реакцию. Разговор был довольно формальным и напоминал обычный опрос, производившийся с несколькими респондентами в одном помещении. Мертон тут же понял, что можно



Перформатив — в соответствии с теорией речевых актов, один из типов высказываний. Если констатиры просто констатируют положение дел, которое существует независимо от них, то перформативы сами создают то положение дел, которое описывают. Классический пример — фраза «Теперь вы муж и жена», произносимая официальным лицом при регистрации брака. Индивиды превращаются в мужа и жену во время произнесения этой фразы и благодаря ей; той реальности, которую эта фраза описывает, не существует до ее произнесения.



Пол Лазарсфельд (1901–1976) — австрийско-американский социолог и методолог науки. Часто называется отцом-основателем современной эмпирической социологии. Обосновался в США после аншлюса Австрии и быстро ввел в использование целый ряд новых методов сбора и анализа социологической информации. Во многом благодаря Лазарсфельду в социологии получили развитие статистические методы.



Роберт Кинг Мертон (1910–2003) — американский социолог-теоретик, автор ряда влиятельных в социологии и за ее пределами понятий: «теории среднего уровня», «ролевая модель», «самосбывающееся пророчество», «непреднамеренные последствия социальных действий».

получить гораздо больше информации, если начать спрашивать людей о мотивах их реакций и пытаться понять их причины^I. Так появилось «фокусированное интервью», получившее значительное распространение как метод в социологии. Позже пришла мысль усилить взаимодействие между членами мини-группы, и возник термин «фокус-группа», а в 1970-е годы метод стал популярным в исследованиях потребителей и общественного мнения.

За фокус-группами и опросами стоят несколько разные взгляды на общественное мнение. Если опросы подходят к общественному мнению как к заранее определенным мнениям индивидов, которые в сумме дают народную волю (та самая «электоральная философия», которую критикует Бурдье), то в фокус-группах сильнее элемент буржуазной теории общественного мнения. Представление о том, что общественное мнение вырабатывается в рамках дискуссии, в некоторой степени отсылает к идеалам философов Просвещения. Впрочем, уже тот факт, что фокус-группы были придуманы для разработки и тестирования пропаганды, показывает ограниченность такого взгляда. Для исследователей общественного мнения оно чаще выступает скорее пассивным зрителем, который просто принимает посылаемые ему сверху сигналы.

Существуют и иные подходы к использованию фокус-групп. Американский политический теоретик Джеймс Фишкин предложил для выяснения и, что очень важно, формирования общественного мнения заменить привычные опросы группами, где будет осуществляться делиберация^{II} по значимым общественным проблемам. Такие группы тоже фактически представляют собой фокусированное групповое интервью. Таким образом, Фишкин отказывается от того, чтобы полагаться на «сырое» общественное мнение, и предполагает сделать его «очищенным» — повысить осведомленность людей о проблеме и вариантах ее решения^{III}. Кроме того, в отличие от модели Гэллапа здесь общественное мнение не формируется как сумма индивидуальных мнений, а является свойством коммуникации в группе.

Впрочем, модели Фишкина пользуются интересом не в социологии, а в политической теории и политической науке. Нельзя сказать, что общественное мнение не представляет для социологии интереса. Просто социология общественного мнения не относится к нему как к чему-то объективно существующему заранее, что нуждается только в измерении, а наоборот — исследует механизмы его производства. Главным механизмом такого рода являются именно опросы.

4 Возможны ли опросы в тоталитарном обществе?

Модель общества, которая предлагалась опросами общественного мнения, встретила не только научные возражения у социологов, но и сопротивление в мире политики. В некоторых политических системах у исследований общественного мнения была непростая судьба. Хотя крах *The Literary Digest* поначалу вызвал среди американских политиков панику (некоторые из них даже требовали провести расследование организации опросов, подозревая здесь мошенничество), все же в США опросы достаточно быстро и крепко вошли в политическую жизнь. В других странах не все было столь гладко.

i *Merton R., Fiske A., Kendall P. The Focused Interview: A Manual of Problems and Procedures. New York; London: The Free Press, 1990. P. xvii.*

Делиберация — подробное групповое обсуждение проблемы с целью коллективной выработки решения, подчиненное принципам рациональной аргументации. Принцип делиберации лежит в основе теории делиберативной демократии, разработанной Хабермасом.

ii *Fishkin J. When the People Speak: Deliberative Democracy and Public Consultation. Oxford: Oxford University Press, 2009.*



Германия

В Германии на опросы обратили внимание рано — уже в конце 1930-х годов имперское Министерство народного просвещения и пропаганды внимательно изучало американские опросы с двумя целями. **Во-первых**, нацистскому правительству было интересно, как американцы оценивают международное положение и реагируют на действия Германии. **Во-вторых**, возникал вопрос о том, следует ли опыт американских опросов перенести на немецкую почву.

Нацисты решили, что опросы общественного мнения не соответствуют немецкому общественному строю. Причина была в том, как в Германии видели американскую демократию: считалось, что США стали обществом масс, состоящим из разрозненных индивидов, каждый из которых обладает «психологией мелкого лавочника». В противовес этому немецкая демократия при Гитлере представлялась как реальное общественное единство, где «народ» — это не просто слово, но народное тело, головой которого выступает вождь (фюрер). Фюреру нет необходимости узнавать общественное мнение путем суммирования мнений индивидов, ведь он находится в постоянном контакте с народным организмом и чувствует его лучше всех.


Нацистов раздражал именно тот образ демократии, который был основой для философии Гэллапа. Множество

Боязнь изоляции представляется движущей силой, раскручивающей спираль молчания. «Выть с волками» не совсем приятное состояние, но если оно не под силу человеку, не желающему разделять распространенное убеждение, то ведь можно и молчать — это вторая возможность смягчить страдания*.


Элизабет Нозль-Нойман


* Нозль-Нойман Э. Общественное мнение: открытие спирали молчания. М.: Прогресс-Академия, 1996. С. 40.

отдельных индивидов, высказывая свои мнения, дают представление о «народе», который при этом является всего лишь фикцией. Такой подход выглядел чересчур индивидуалистичным. Под атакой вновь оказывается логика суммирования, агрегирования: как будто народ можно получить, просто сложив индивидов друг с другом.

Интересно, что отрицательное заключение для Министерства пропаганды по вопросу о перспективах внедрения опросов в Германии дала Элизабет Нозль-Нойман , которой уже после войны предстояло стать основательницей опросной индустрии в Германии. Высоко оценивая технологию научной выборки, использованную Гэллапом, Нозль-Нойман в своей диссертации в 1940 году утверждала, что опросы не соответствуют духу немецкой демократии и могут использоваться только для оценки эффективности пропаганды¹. Йозеф Геббельс в 1942 году собирался именно для этих целей начать в Германии регулярные опросы, однако затее не суждено было реализоваться.

Гораздо позже Нозль-Нойман ввела в оборот термин «спираль молчания», который означает, что из-за страха получить общественное порицание мы предпочитаем не высказывать свое мнение, если считаем, что в обществе оно непопулярно. Из-за этого молчания впечатление преобладания мнения в обществе дополнительно усиливается, и на следующем витке спирали еще больше людей

 **Элизабет Нозль-Нойман** (1916–2010) — немецкая исследовательница коммуникации. В период Второй мировой войны работала в немецких газетах *Das Reich*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* и других, сотрудничала с министерством Геббельса. В 1948 году в Алленсбахе основала совместно со своим мужем Эрихом Петером Нойманом Институт демоскопии — первую немецкую организацию по исследованию общественного мнения. В бытность Гельмута Коля канцлером Германии была его советником. Автор известной книги «Спираль молчания. Общественное мнение — наша социальная кожа» (1980).

 *Becker J. Elisabeth Noelle-Neumann: Demoskopie zwischen NS-Ideologie und Konservatismus. Paderborn: Ferdinand Schöningh, 2013. S. 29–33.*

будут склонны молчать, если их мнение отличается от мнения предположительного большинства. Так в итоге устанавливается жесткая нормативная позиция, которую никто не смеет оспаривать.

Если Гэллап смотрел на демократию как на сумму мнений отдельных индивидов, то Ноэль-Нойман не могла с этим согласиться. Она слишком хорошо знала на своем опыте, как люди подчиняются власти общего мнения. Напротив, мы боимся попасть в изоляцию, и потому наши мнения подстраиваются под мнения большинства, а если это не так, то мы предпочтем промолчать. Там, где Гэллап видел радужные перспективы свободы и демократии, Ноэль-Нойман видела зачатки тоталитаризма, которые есть в любом обществе уже потому, что мы боимся оказаться «не как все».

СССР

Судьба опросов общественного мнения в Советском Союзе была в чем-то похожей на их путь в нацистской Германии. Сам термин «общественное мнение» не мог не вызывать подозрений ввиду его очевидной связи с буржуазно-демократической традицией. Большевики изначально мыслили свой демократический проект совершенно иначе — в ранней фазе как управляемый на всех уровнях советами, а позднее как воплощающий нерушимое народное единство.

В то время, когда в других странах уже развилась мощная индустрия исследований общественного мнения, в СССР социальные ученые стали предпринимать первые попытки вновь ввести в оборот это понятие окольным путем. Одним из догматических принципов государственной идеологии была формула «Бытие определяет сознание». В вульгарном прочтении она означала, что любое содержание нашего сознания (мысли, идеи, верования, теории) полностью определяется нашим материальным бытием и, в первую очередь,

нашей принадлежностью к тому или иному общественному классу. Путем несложной комбинации это трансформировалось в «общественное бытие определяет общественное сознание», так что «общественное сознание» превращалось в дозволенный предмет для изучения. А уже следующим шагом общественное мнение стали описывать как одно из состояний или выражений общественного сознания.

Обращение к «общественному мнению» оправдывалось необходимостью вести идеологическую работу по убеждению масс, по изменению их сознания в нужном Коммунистической партии направлении. Однако здесь возникал непростой вопрос о том, возможен ли в принципе плюрализм мнений. В самом деле, если общественное мнение необходимо изучать и направлять, то очевидно, в какие-то моменты оно представляет собой многоголосицу, единство в нем отсутствует. Это опасно приближало советских мыслителей к буржуазной концепции. Поэтому Александр Уледов, автор первой в 1960-е годы книги о советском общественном мнении, описывал общественное мнение похожим на Руссо образом: «Носителем общественного мнения являются те классы, интересы которых совпадают с общественным интересом, те классы, которые заинтересованы в общественном прогрессе. Другими словами, общественное мнение связано с народом»¹.



Уледов А. Общественное мнение советского общества. М.: Соцэкгиз, 1963. С. 77.


Конечно, европейское понятие публичного мнения, описанное в главе I, исторически не имеет ничего общего с «общественным бытием», от которого отталкивались советские ученые. Да и русское понятие возникло не из представления о том, что у единого общества есть некое единое мнение (так что общество становится похожим на человека), а из категории «общественность». Однако в советские годы изменился и смысл понятия «общественность»: вместо образованной среды литературных критиков в СССР общественностью стали называть коллективы (например, трудовые коллективы), причем, как правило, в моменты выражения ими единогласной поддержки или осуждения чего-либо. В результате возникло такое понятие общественного мнения, которое, с одной стороны, позволяло держаться подальше от буржуазной традиции, а с другой — открывало возможности для освоения исследований, появившихся в эпоху опросов.

Возникновение опросов, как мы видели, существенно переформатировало все мышление об общественном мнении, но при этом вряд ли сделало его более приемлемым для советской власти. Вместо буржуазии, претендовавшей на выражение народного духа, «общественное мнение» стало означать разногласицу отдельных, частных мнений и позиций, которая сводится вместе в процентные соотношения. Такой акцент на индивиде несовместим со взглядом на общество как реальное единство или как на борьбу надындивидуальных образований — классов. Карл Маркс писал, что буржуазное понимание человека и его прав приводит к «обособлению человека от человека», производит «ограниченного, замкнутого в себе индивида»¹.

Тем не менее попытки запустить систематические исследования общественного мнения в СССР и странах «социалистического лагеря» были. Почти везде они возникали при средствах массовой информации, повторяя историю американских соломенных опросов.

В Советском Союзе в 1960 году возникла инициатива, вызвавшая большое удивление за рубежом: при газете «Комсо-

мольская правда» был основан Институт общественного мнения, который провел первый опрос советских граждан на тему «Удастся ли человечеству предотвратить мировую войну?». Выборка не претендовала на репрезентацию всего населения страны, так как опрос проводился только в десяти населенных пунктах, расположенных вдоль 30-го меридиана. 19 мая результаты опроса были опубликованы в газете: советские граждане верили в то, что войны получится избежать.

Борис Грушин , стоявший у истоков этой неожиданной инициативы, позднее признавал, что она появилась главным образом благодаря своему пропагандистскому потенциалу. В то же время сам Грушин и его команда думали об опросах как о потенциальном элементе гражданского обществаⁱⁱ. Эта разница во взглядах привела к тому, что часть получаемых

i *Маркс К. К еврейскому вопросу // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения: В 50 т. Т. 1. М.: Госполитиздат, 1955. С. 400.*

ii *Грушин Б. Институт общественного мнения «Комсомольской правды» // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2003. № 1. С. 63.*



Борис Андреевич Грушин (1929–2007) — советский и российский философ и социолог, известный как родоначальник опросов общественного мнения в СССР. После того как кандидатская диссертация Грушина по философии была признана антимарксистской, работал в журналистике и социальных исследованиях. Несколько раз в разных формах пытался запускать регулярные опросы общественного мнения, и в конце концов благодаря его усилиям в 1987 году был основан Всесоюзный центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Возникавшие впоследствии институты исследования общественного мнения во многом опирались на структуры, созданные Грушиным.


Институтом результатов вообще нельзя было публиковать. В 1967 году был проведен скандальный опрос, который выявил критичное отношение членов комсомола к своей организации, после чего Институт был закрыт, а часть собранных им материалов — уничтожена. Сходная судьба постигала последующие инициативы по организации опросов общественного мнения в СССР. Грушин впоследствии пытался начать систематические опросы в газетах и научных организациях и также после кратковременного успеха сталкивался с политической цензурой. Всякий раз опросы приносили своим основателям репрессии, опалу и серьезные жизненные трудности.

Как и в случае с нацистами, советские идеологи испытывали двойственное отношение к опросам. С одной стороны, ни буржуазная идея общественного мнения, ни агрегативная модель общества, состоящего из индивидов, не были им близки — все это выглядело как часть капиталистического общества, не подходящая Советскому Союзу. С другой стороны, они не могли не заметить потенциала опросов в том, что касается, **во-первых**, наблюдения за обществом, а **во-вторых**, пропаганды. Поэтому, например, книга все той же Ноэль-Нойман о методологии проведения опросов была переведена и издана в СССРⁱ.

Существовало большое искушение встроить в советскую систему научную технологию, которая позволяет следить за процессами в обществе и помогать в планированииⁱⁱ. Однако для этого результаты опросов не было нужды делать открытыми. В то же время при должной подаче результатов в средствах массовой информации опросы позволяли бы представлять советское общество в нужном свете внутри страны и за ее пределами. Поэтому идея контролируемых опросов не могла не привлекать советских пропагандистов.

Когда в 1977 году в СССР появилась новая конституция, то ее статья 9 гласила: «Основным направлением развития политической системы советского общества является дальнейшее развертывание социалистической демократии: все более широкое участие граждан в управлении делами государства

и общества, совершенствование государственного аппарата, повышение активности общественных организаций, усиление народного контроля, укрепление правовой основы государственной и общественной жизни, расширение гласности, постоянный учет общественного мнения».

Однако укрепить опросы на российской почве все же удалось только во время перестройки. Именно тогда был создан ВЦИОМ, который сначала возглавила экономист Татьяна Заславская при поддержке Грушина, а позже — Юрий Левада . Основание ВЦИОМ тесно связано с идеологией гласности, то есть проектом формирования публичной сферы, в которой открыто обсуждалась бы жизнь общества. Опросы должны были стать частью новой публичной сферы, и именно с этим связан огромный энтузиазм и интерес, который они вызвали на рубеже 1980–90-х годов.

История развития опросов в СССР показывает, откуда взялось широко распространенное ошибочное убеждение в том, что опросы общественного мнения — это и есть социология. Как социология, так и опросы в советский период встречали ожесточенное идеологическое сопротивление, поскольку по своим политическим предпосылкам и то и другое прямо противоречило официальной доктрине. Чтобы избежать репрессий, советские исследователи (многие из них имели математическое и статистическое образование) обосновывали свою деятельность тем, что социология — это прежде всего полезная

i *Нозль Э.* Массовые опросы: Введение в методику демоσκοпии. М.: Прогресс, 1978.

ii *Филиппов А.* Советская социология как полицейская наука // Политическая концептология. 2014. № 3. С. 102.



Юрий Александрович Левада (1930–2006) — советский и российский социолог, основатель одной из наиболее влиятельных школ в отечественной социальной науке. В советское время активно работал над интеграцией идей американских социологов в исследования советского общества. В 1969 году опубликовал «Лекции по социологии», за которые был подвергнут репрессиям. Впоследствии включился в деятельность ВЦИОМ и возглавлял этот центр до 2003 года, когда организация раскололась и практически весь коллектив во главе с Левадой основал новую исследовательскую компанию, известную сегодня как Левада-Центр.

научная технология сбора информации. Так в русском языке появилось устойчивое словосочетание «социологические опросы», которое трудно найти в других языках¹¹.

История показала, что опросы общественного мнения плохо совместимы с тоталитарными системами — не потому, что тоталитаризм несовместим с наукой (это не так), но потому, что политическая модель общества, стоящая за опросами, противоречит идее общества как тотальности. После краха тоталитаризма в Германии и постсоветских странах опросы быстро расцвели. В 1990-е годы это интерпретировалось так, что опросы невозможны в недемократических обществах и, наоборот, служат делу демократии и являются ее необходимым атрибутом. Но уже в XXI веке опросы стали преподносить сюрпризы: выяснилось, что они вполне совместимы с политическими системами, которые мало похожи на демократию.

Значит ли это, что опросы на самом деле вовсе не демократичны? Как мы видели, идея опросов содержит в себе много элементов — она сложным образом связана с доктриной власти общественного мнения. Опросы могут сочетаться с одними взглядами на демократию и быть совершенно несовместимыми с другими. Прежде всего, стоит хорошо понимать, какой именно взгляд на демократию стоит за технологией опросов. На этот вопрос будет дан ответ в следующей главе.



В других языках речь обычно идет о «социологических исследованиях» (например, по-французски — *recherche/étude sociologique*) или «социальных обследованиях» (например, по-английски — *social survey*), что никак не связано с «опросами общественного мнения».

iii. плебисцитарная демократия

Сегодня опросы общественного мнения прочно ассоциируются с демократией. Мы склонны думать, что лучший способ узнать волю народа — честно провести опрос. Но почему мы так верим в опросы как демократический инструмент? История знает множество форм и институтов демократии: дебаты, жребий, ротация, публичные слушания, демонстрации, местное самоуправление, федерализм и, наконец, революция — все это и многое другое составляет арсенал демократической политики. Так почему же из всего этого богатства мы такой значимостью наделяем опросы?

Ответ прост: потому что мы привыкли считать, что демократия — это, в первую очередь, выборы. Если поинтересоваться, что отличает демократическую страну от недемократической, то почти каждый скажет, что для демократии характерны честные и конкурентные выборы. Однако здесь логично задать новый вопрос: а почему, собственно, выборы? Как вышло, что при слове «демократия» мы немедленно думаем о выборах?

Идея, что народ должен являть себя в политике именно через голосование, возникла относительно недавно. Выборы, опросы и другие формы электоральной политики оказались в центре наших представлений о демократии меньше ста лет назад. Когда сегодня мы отождествляем демократию с голосованием, то мы мыслим в категориях, которые были предложены теоретиками плебисцитарной демократии. Но самое интересное, что задача этих мыслителей состояла вовсе не

в том, чтобы усилить власть народа. Напротив, они ставили себе цель ее по возможности сократить, но так, чтобы массы все же оставались в политике.


Опросы общественного мнения Гэллапа вырастают именно из этой теоретической традиции. Когда Гэллап рассчитывает спасти американскую демократию с помощью регулярных опросов, которые мгновенно будут сообщать о мнении граждан по важным политическим проблемам, то он исходит из того, что для усиления народа необходимо усилить голосование. Опросы, как и другие плебисцитарные технологии, постепенно приводят к тому, что в нашем сознании возникает прочная связь между серией понятий: «демократия», «общественное мнение», «выборы», «опросы».

Впрочем, доктрина электоральной демократии сегодня сталкивается с серьезными проблемами и переживает кризис. Дело в том, что условием ее существования является готовность людей участвовать в электоральной политике — проще говоря, готовность голосовать. Однако желание участвовать в голосовании неуклонно снижается в большинстве стран с электорально-демократическим порядком. Уровень явки на выборы достигает тревожно низких значений, и вместе с ним пропадает и готовность граждан участвовать в опросах общественного мнения: сегодня она уже нередко ниже 10 %.

Это приводит к неожиданным последствиям. Политика первых двух десятилетий



См. книгу
«История»
серии «Азбука
понятий»



XXI века развивается под знаком подъема антисистемных движений и политиков-популистов , разрушения традиционных партийных систем, стремительных народных мобилизаций. Массы ведут себя непредсказуемо и вызывающе, и это сказывается на опросах общественного мнения.

За последние годы основанные на опросах прогнозы не раз ошиблись в предсказании результатов важных голосований в Великобритании, США, Германии, Италии, России и многих других странах. Учитывая, что опросы заработали свой авторитет на умении прогнозировать результаты выборов, такие провалы вызывают закономерную тревогу. Что происходит с общественным мнением? Почему оно перестает поддаваться прогнозированию?

В этой главе мы увидим, что проблемы опросов связаны с изъянами плебисцитарной доктрины, на которой они основаны. Опросы промахиваются с прогнозированием выборов не потому, что их некачественно проводят или фальсифицируют, а как раз потому, что их предсказательная сила ограничена плебисцитарной традицией. Для этого мы сначала выясним, в чем заключается концепция общественного мнения, которая опирается на модель плебисцита, в чем состоят ее сильные и слабые места и почему сегодня она сталкивается с трудностями. После этого мы зададимся вопросом о том, как общественное мнение изменится под воздействием новых информационных и коммуникационных технологий и потребуется ли в ближайшем будущем трансформация нашего понятия.

1 Перманентный референдум

Весной 1918 года в кафе «Ландтманн» в Вене произошел скандал. Посетители могли наблюдать, как в жарком споре сошлись два профессора. В конце концов тот, что постарше, заорал на своего более молодого собеседника: «Это уже невыносимо!», сорвался с места и выбежал из кафе. Они обсуждали положение дел в послевоенной Европе, и младший коллега

рассуждал о том, что революции и смены режимов — отличный материал для научного наблюдения. Его оппонента взбесил такой цинизм. Старшего из них звали Макс Вебер , а младшего — Йозеф Шумпетер , и им было суждено перевернуть наши представления о демократии.

Период между мировыми войнами, когда опросы впервые заявили о себе, был временем бурного экспериментирования с массовой демократией. К этому моменту расширение избирательного права во многих странах достигло практически тех пределов, к которым мы привыкли сегодня: право голоса получили женщины и бедные слои населения. В сравнении с XIX веком, когда, например, в Британии голосовать могли менее 10 % населения, это было радикальным изменением. Для всех стало очевидным, что массы вышли на сцену политической жизни и заняли в ней центральную роль — повернуть вспять этот процесс невозможно.



Популизм (от лат. *populus* — народ) — политическая логика и демократическая стратегия, основанная на противопоставлении «народа» («большинства», «99 %», «бедноты») политическому противнику, который лишает его власти (это может быть «властвующая элита», «чужаки» или «олигархи»). Хотя термин нередко используется в уничижительном смысле, в политической теории он обозначает демократическую мобилизацию народа лидером-популистом или популистским движением.



Макс Вебер (1864–1920) — немецкий юрист, историк, социолог, философ. В 1918–19 годах принимал участие в разработке Веймарской конституции для Германии (вступила в силу 14 августа 1919 года). В публичных речах и статьях этого периода настаивал на введении в новую конституцию поста всенародно избранного президента с широкими полномочиями, в том числе с полномочиями объявлять чрезвычайное положение и во время чрезвычайного положения единолично управлять страной. Такие полномочия были закреплены в статье 48 Веймарской конституции и впоследствии многократно использовались немецкими президентами, в том числе при захвате власти национал-социалистами.



Йозеф Алоиз Шумпетер (1883–1950) — австрийский экономист, классик теории предпринимательства и истории экономической мысли. В 1919 году был председателем Центрального банка Австрии.

Однако это вовсе не означало, что народу суждено было получить реальную власть. Многие политические теоретики этого времени всерьез сомневались, что массам следует давать возможность рулить страной. **Во-первых**, вновь пробудился платоновский страх пещеры — разве общественное мнение, мнение необразованного и некомпетентного простонародья, может быть ответственным за страну? **Во-вторых**, как вообще народ в целом может чем-то управлять, не имея никого, кто принимал бы решения и брал на себя ответственность?


Задача состояла в том, чтобы разработать такую политическую систему, в которой массы верили бы, что управляют страной, но в то же время реальные судьбоносные решения принимались бы лидерами.

Решение этой задачи предложил Вебер, которого считают основоположником теории плебисцитарной демократии. В условиях послевоенной Германии, которая требовала скорейшего восстановления, Вебер не верил в парламентскую демократию, где партийные интересы явно преобладают над интересом национальным. На немецкую бюрократию можно положиться в рутинных делах, но она никогда не будет в состоянии предпринять решительные меры и повести страну вперед. Для этого необходим лидер, вождь, который будет напрямую опираться на поддержку народа и обладать исключительными полномочиями.

Эта модель сразу однозначно определяет место для масс: их функция состоит в том, чтобы наделять лидера легитимностью, которая была бы выше легитимности депутатов парламента. Голосование по кандидатуре лидера приобретает характер плебисцита **9**, и точно так же лидер может объявлять плебисциты, обращаясь за поддержкой народа по конкретным решениям. Задача народа сводится к тому, чтобы выражать лидеру поддержку в момент голосования — все остальное управление берет на себя политическая машина во главе с президентом.


Вебер сознательно наделяет президента максимальными полномочиями и минимизирует роль народа. Он не верит в способность масс управлять собой и полагает, что в современных

демократических условиях лучшее, на что массы могут быть годны, — это стать базой для сильного правителя. Вебер называет плебисцитарного президента «диктатором на демократическом основании».

Хотя в плебисцитарном режиме граждане формально ходят на выборы и опускают бюллетени в урны, в действительности никакого выбора они не производят. Голосование представляет собой по сути не сравнение альтернатив, а аккламацию . Конечно, в современных условиях реальная аккламация, требующая физического присутствия масс людей рядом с лидером, встречается редко. Ее роль выполняют выборы, плебисциты и референдумы, на которых в наиболее ясной форме проявляется общественное мнение.

Взлет плебисцитарных теорий пришелся на межвоенный период. В 1942 году Шумпетер дал свое знаменитое определение демократии, которое сегодня используется, чтобы отличать демократические режимы от недемократических. Согласно этому определению, демократия — это режим, в котором массы только голосуют на выборах, в то время как все правление осуществляют элиты. Шумпетер назвал такое определение «минимальным», потому что оно отводит массам минимальное место в политической системе.

Шумпетер перенял идею Вебера, с которым схлестнулся когда-то в венском кафе. Как и его старший коллега, он категорически не верил в способность масс чем-то управлять и считал, что демократия

 **Аккламация** (от лат. *acclamo* — выкрикивать в знак поддержки или неодобрения) — форма демократической политики, при которой народ посредством голоса коллективно (и, как правило, единогласно) заявляет одобрение или несогласие с предложенным решением. В Древнем Риме аккламации использовались для того, чтобы зафиксировать народную поддержку издаваемых императорами указов — указы зачитывались на улицах, и возгласы одобрения считались доказательством того, что указы приняты от имени народа.

Термин «демократизация» может вводить в заблуждение. Сам демос как бесформенная масса никогда не «правит» большими союзами, это им управляют. Меняется только способ отбора предводителей, а также мера влияния, которое демос, а точнее социальные круги из его числа, способны оказывать на содержание и направление административных действий за счет расширения «общественного мнения». «Демократизация» в этом смысле необязательно означает более широкое участие подданных в правлении*.

Макс Вебер

Кажется оправданным обозначение демократии как господства общественного мнения, *government by public opinion*. Путем тайного индивидуального голосования и посредством сложения мнений изолированных частных лиц не может возникнуть общественное мнение. Все эти методы регистрации суть лишь вспомогательные методы, как таковые полезные и ценные, но они ни в коем случае не поглощают и не потребляют общественное мнение. Общественное мнение есть современный вид аккламации**.

Карл Шмитт

* Weber M. *Wirtschaft und Gesellschaft*. Tübingen: Mohr/Siebeck, 1922. S. 667.

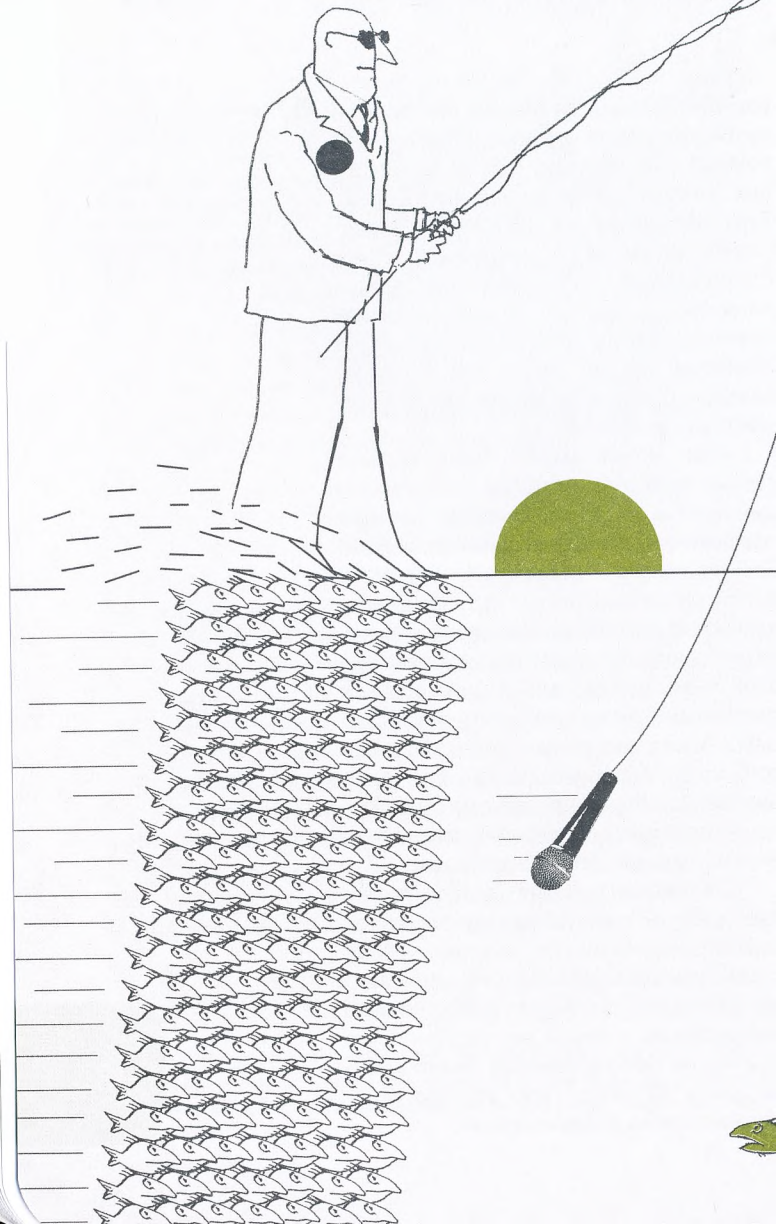
** Шмитт К. Учение о конституции (фрагмент) // Шмитт К. Государство и политическая форма. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2010. С. 101–102.

возможна только как влияние масс на конкуренцию между элитами. Впрочем, как показал уже инцидент в кафе, Шумпетер был хладнокровнее и циничнее Вебера. Ему совершенно не требовалось всенародное единение в аккламации — достаточно было, чтобы избиратели ходили на выборы и одобряли лидеров. Важным преимуществом своей теории демократии Шумпетер считает то, что она позволяет «воздать должное жизненно важному феномену лидерства»¹.



Итак, можно сказать, что у истоков господствующего сегодня понимания демократии стояли теоретики, которые преследовали антидемократические цели. Электоральные процедуры, принцип плебисцита стали для них способом радикально ограничить демократию в условиях всеобщей демократизации политической жизни. Народ в этой модели остается пассивным зрителем политического процесса и появляется на сцене лишь для того, чтобы обозначить свою волю, — общественное мнение предсказуемо и всегда уже заранее существует, его нужно лишь измерить, сделать очевидным.

Технология опросов Гэллапа позволяет решить главную задачу плебисцитарной демократии — измерять общественное мнение практически мгновенно, не дожидаясь выборов. Народ можно активировать в любой момент, узнав его мнение по любому вопросу. Гэллап именно так и называет свою технологию — перманентным референдумом.

i Шумпетер Й. Капитализм, социализм, демократия // Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М.: Эксмо, 2008. С. 668.



Плебисцитарную демократию и опросы общественного мнения объединяет убежденность в том, что власть общественного мнения сводится к измерению суммы индивидуальных голосов в любой необходимый момент. Поскольку народ здесь не представляет собой никакого реального самостоятельного субъекта, а является всего лишь суммой, агрегатом отдельных индивидов, он не может обладать реальной властью. Власть сосредоточивается в руках лидера. Однако это не монархия в привычном смысле: лидер здесь обладает властью именно в силу того, что он всегда может предъявить цифры поддержки со стороны общественного мнения.

Цифры оказываются решающим компонентом плебисцитарной власти не случайно. Благодаря цифрам власть приобретает ауру научной объективности, ведь способность посчитать, измерить, квантифицировать  является одним из главных принципов современного научного познания . Современный человек, живущий в сформированной наукой культуре, бессознательно воспринимает цифру как свидетельство чего-то объективного. Волю народа в целом сложно опознать — каждый может интерпретировать ее со своей субъективной точки зрения. Однако стоит свести волю народа к цифре, к сумме отдельных индивидов, как она получает конкретное содержание.

Цифры обладают для нас совершенно особой магией. В рекламе достаточно заявить, что «80 % докторов рекомендуют»



Квантификация

(от лат. *quantum* — сколько) — исчисление или измерение какого-либо явления, перевод его в числовые показатели.



Дастон Л.,
Галисон П. Объективность. М.: Новое литературное обозрение, 2018. С. 539.

Современные опросные процедуры позволяют провести общенациональный референдум или плебисцит в течение нескольких часов. На самом деле, во многих случаях (особенно когда значительная часть населения не дает себе труда сходить проголосовать) результаты опросов могут быть даже более точными для измерения настроения публики, чем официальные результаты выборов*.

Джордж Гэллп

* *Gallup G. A Guide to Public Opinion Polls. P. x.*

или «что-то становится на 65 % чище», и аудитория склонна воспринимать эти цифры как удостоверенные авторитетом науки факты — хотя за ними порой может практически ничего не стоять.

Наука в значительной степени построена на способности измерить, ответить на вопрос «сколько?». Поэтому выражения «подавляющее большинство», «незначительное меньшинство», «86 %» автоматически заставляют нас полагать, что за ними стоит совершенно объективная общественная реальность. Плебисцитарная власть — это власть лидера, которая скрывается за властью безличных, нейтральных цифр.

2 Чего не видят опросы

Опросы и другие плебисцитарные механизмы могут выполнять свою политическую функцию при одном условии — если они действительно производят впечатление, что отражают заранее существующее общественное мнение, общую волю. А для этого необходимо, чтобы люди хотели участвовать в опросах, ведь именно через суммирование их отдельных мнений можно узнать общее мнение.

Молчаливое большинство

Когда Джордж Гэллап только начинал проводить опросы, уровень готовности респондентов участвовать в них был весьма высоким. Поэтому Гэллап даже полагал,

что опросы более точны, чем выборы: избиратель может поленился пойти на выборы, но уж в опросе он точно поучаствует.

Однако сегодня реальность полностью опровергает это убеждение. Коэффициенты результативности опросов (они показывают, какую долю удалось опросить от числа тех, кого собирались опросить) падают до поразительно низких значений — в некоторых типах опросов они снижаются до 5–7 %. В 2017 году Роджер Туранжо, президент Американской ассоциации исследователей общественного мнения, заявил, что неответы ⁱ стали основной проблемой, из-за которой индустрия опросов погрузилась в кризисⁱ. В России ситуация немногим лучше, хотя данные по неответам, увы, почти никогда не публикуются. Редкие методические эксперименты показывают, что результативность может составлять 10–25 %, кооперация — 15–30 % в зависимости от метода исследованияⁱⁱ.

Низкие показатели ответов опасны тем, что ставят под угрозу репрезентативность. Ведь идея о том, что опросы могут репрезентировать народ политически, основывается на принципе случайной выборки (см. главу II). Конечно, можно предположить, что среди тех, кто не участвует в опросах, мнения распределены так же, как и среди тех, кто участвует, — тогда бы принцип случайности не нарушался и выборка оставалась репрезентативной. Но насколько обоснованно такое предположение?

Точно узнать это трудно, однако есть серьезные основания полагать, что отвечающее меньшинство и неответчающее большинство серьезно отличаются друг от друга. Что, если у первых одни политические предпочтения, а у вторых — другие? Если так, то из опроса мы никогда не узнаем «общественное мнение» в том смысле, который вкладывали в это понятие Руссо, Брайс и Гэллап.

Конечно, поллстеры не сидят сложа руки и совершенствуют техники повышения результативности, однако уровни неотвентов продолжают расти. Причина этого становится очевидной, если поставить опросы в один ряд с выборами и другими формами политической репрезентации. Средний уровень явки на выборах в странах Европы и Америки не-

уклонно падает, доверие политикам постоянно снижается, и люди вообще все менее склонны надеяться на политическое представительство в существующих системахⁱⁱⁱ. Неудивительно, что кризис репрезентации затронул и опросы, основанные на идее репрезентативности.


Сегодня исследования показывают, что разные общественные классы и группы представлены в политике в разной мере. Существующие системы репрезентации лучше отражают интересы и предпочтения более обеспеченных и более компетентных и гораздо хуже — интересы тех, у кого недостаточно ресурсов и мало понимания политики, а также различных меньшинств (национальных, расовых)^{iv}. Разумеется, тот, чьи интересы лучше учитываются в политической системе, получает возможность заставить ее работать в свою пользу. А те группы, которые оказываются среди проигравших, еще сильнее теряют интерес к политике.

i Tourangeau R. Presidential Address: Paradoxes of Nonresponse // *Public Opinion Quarterly*. 2017. Vol. 81. Iss. 3. P. 803–814.

ii См., например: Османов Т. Репрезентативность телефонных опросов / Конференция «Продолжая Грушина», 2014 (<https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2014/s3/Osmanov.pdf>).

iii Rosanvallon P. *La contre-démocratie. La politique à l'âge de la défiance*. Paris: Seuil, 2006.

iv Schlozman K., Verba S., Brady H. *The Unheavenly Chorus: Unequal Political Voice and the Broken Promise of American Democracy*. Princeton; Oxford: Princeton University Press, 2012.

 **Неответ** (англ. *nonresponse*) — в методологии массовых обследований невозможность взять интервью у запланированного по выборке индивида. О неответах можно говорить в узком смысле — под этим имеется в виду прямой отказ от участия в опросе или обрыв интервью. Их доля отражается в коэффициентах кооперации (какая часть индивидов, с которыми удалось выйти на контакт, заполнила анкету). В менее строгом смысле неответ — это любая форма непопадания отобранной единицы в итоговую выборку (иногда люди могут более или менее сознательно не брать трубку, не открывать дверь, быть недоступны для разговоров, которые им неинтересны). В этом случае неответы отражаются в коэффициентах результативности.

Как и в случае с другими формами политической репрезентации, опросы сегодня неодинаково представляют разные группы. Те, у кого меньше власти, представлены намного хуже, и чем дальше, тем меньше они склонны участвовать в опросах¹. А значит, «общественное мнение» сегодня сводится к мнению достаточно узких групп. Это явно не соответствует демократической теории общественного мнения (она предполагает, что общее мнение выражает волю народа), но также не соответствует и буржуазной теории — опросы мало похожи на рациональную дискуссию с участием образованной публики.

В этих условиях опросы успешно предсказывают результаты выборов, потому что и опросы, и выборы репрезентируют приблизительно одни и те же группы. Опросы узнают предпочтения тех, кто готов быть репрезентированным, и впоследствии те же социальные группы приходят на выборы, подтверждая результат опросов. Здесь ключевым является вопрос: можно ли называть то, что таким образом репрезентируется, «общественным мнением»? Ведь если это не общественное мнение, а что-то другое, то притязания на власть тех групп, чьи мнения стоят за цифрами, ни на чем не основаны.

Когда опросы ошибаются

Если в опросах и выборах склонны участвовать одни и те же люди, то почему, в таком случае, в последнее время опросы все чаще ошибаются в предсказании результатов выборов? Чтобы ответить на этот вопрос, нужно обратить внимание на важное противоречие, которое кроется внутри доктрины плебисцитарной демократии. С одной стороны, идея плебисцитарной власти основывается на всенародном одобрении лидера, который ведет народ за собой. С другой стороны, функция народа состоит только в том, чтобы в нужный момент проявляться в поддержке лидера, а в остальное время быть пассивным.

В результате появляются большие сегменты населения, которые теряют интерес к такого рода политике. Они не верят в то, что могут реализовать свои интересы в политической системе,

и в то же время не желают участвовать в процедурах аккламации. Из-за отказа от участия в системе они становятся не видны для нее, но при этом в них зреет разочарование и недовольство. Парадокс состоит в том, что в современных политических режимах таких людей нередко большинство — так что хотя плебисцитарные лидеры заявляют, что опираются на поддержку всего народа, на деле они обычно не имеют даже половины населения за собой.

В этих «серых зонах» плебисцитарной политики накапливается потенциал для демократической политики совсем иного рода — популистских движений. Если плебисцитаризм основан на пассивности народа, то популизм, напротив, на подъеме активности и мобилизации групп, которые еще недавно не проявляли интереса к политикеⁱ. Популистская политика построена на противопоставлении «народа» и «элит» («истеблишмента»), которые угнетают народ, узурпируют власть и пользуются ей для своих корыстных целейⁱⁱ. Поскольку плебисцитарные режимы сознательно стремятся отодвинуть народ от принятия реальных решений и оставить за ним только функцию аккламации, они становятся хорошей добычей для популизма.

Популизм обнажает проблему репрезентации, от которой страдает плебисцитаризм: лидеры говорят от лица народа, но в действительности народ к ним безразличен или даже враждебен. Этот изъян особенно очевиден в опросах общественного

ⁱ *Berinsky A. Silent Voices: Opinion Polls and Political Representation in America. Princeton: Princeton University Press, 2004.* При этом точно оценить различия между теми, кто попал в итоговую выборку, и теми, кто в нее не попал, сложно, ведь для этого потребовалось бы опросить тех, кого опросить не удалось.

ⁱⁱ *Урбинати Н. Искаженная демократия. С. 326.*

ⁱⁱⁱ *Mouffe C. For a Left Populism. London: Verso, 2018. P. 14.*

мнения. Популисты бросают опросам упрек в том, что те не представляют общественное мнение и только производят его ложный образ.

Когда возникает популистское движение, те группы, которые чувствуют себя отчужденными от политической системы, получают надежду, что если они проголосуют, то их протест против системы будет услышан. Из-за этого у них может возникнуть желание принять участие в выборах, где они могут выразить свое недовольство — однако интереса к опросам у них по-прежнему не возникает. В результате опросы и выборы репрезентируют несколько разные социальные группы, и построенные на основании опросов прогнозы недооценивают голоса, которые получают кандидаты-популисты.

Те же причины объясняют и общую неспособность опросов предсказывать поворотные политические события — массовые протесты, революции, восхождение несистемных политиков. То, что опросы репрезентируют и выдают за общественное мнение, — всегда та часть общественной жизни, которая укладывается в рамки статус-кво. Общественные тенденции, которые несут радикальные политические изменения, ускользают от опросов, поскольку носители таких тенденций вообще не заинтересованы в том, чтобы получить репрезентацию в текущей политической системе.

Когда в 2016 году на выборах президента США победил кандидат от Республиканской партии Дональд Трамп, это стало сюрпризом для подавляющего большинства тех, кто строил свои прогнозы на опросах. Опросы показывали превосходство Хиллари Клинтон, кандидата от Демократической партии. Однако в драматургии предвыборной гонки Клинтон олицетворяла американскую элиту (жена экс-президента, бывший Государственный секретарь, сенатор и опытный политик), а Трамп представлялся дерзким выскочкой, популистом с нулевым политическим опытом, говорящим неудобную правду даже тогда, когда это нарушает нормы приличия.

На ситуацию выбора между двумя малопривлекательными кандидатами американцы отреагировали без энтузиазма:


явка на выборы, которые многократно объявлялись главными в истории страны, составила всего 56 %. Часть избирателей, раздраженных всей американской политикой, просто отказалась от участия в предвыборных опросах, однако затем пришла на избирательные участки, чтобы выразить свое недовольство и проголосовать за протестного кандидата Трампа. Другая часть, напротив, заявила о намерении голосовать за Клинтон, но в итоге все же не нашла в себе мотивации пойти на выборы. Наконец, третья часть, хотя и приняла в опросах участие, скрыла свое намерение голосовать за эксцентричного, невежливого и неpolitкорректного кандидата. В условиях небольшого разрыва между кандидатами этого оказалось достаточно, чтобы кандидат-популист победил вопреки прогнозам опросов.



Эффект присоединения к большинству

(англ. *bandwagon effect*, буквально — эффект оркестрового вагона) отмечается, когда объявление о том, что определенные убеждения популярны или быстро распространяются, увеличивает число людей, которые принимают эти убеждения. Английский термин появился в США в 1848 году, когда популярный цирковой клоун Дэн Райс колесил во время представлений на вагоне с оркестром и политики жаждали заполучить место рядом с ним, запрыгнуть на его оркестровый вагон, чтобы приобщиться к его популярности.

Технология контроля

Все это, однако, совсем не означает, что результаты опросов не играют никакой роли для соотношения сил в политике. В тех случаях, когда популистских движений нет, опросы позволяют элитам контролировать положение дел. Благодаря тому, что опросы отсылают к демократической идее власти общественного мнения, публикация нужных элитам результатов создает у тех, кто видит результаты опросов, ощущение, что такова демократическая воля народа. Это может создавать «эффект присоединения к большинству» .

Мы уже говорили ранее о перформативной силе опросов, — о том, что они не столько описывают реальность, сколько создают ее 112. Цифры обладают такой властью, что каждый видящий результаты опроса автоматически начинает спрашивать себя: «К какой позиции отношусь я сам? Я вместе с меньшинством или с большинством?» В результате сама публикация данных опроса позволяет создать разделение людей по тому признаку, который заложен в вопрос, хотя вполне может быть, что до вопроса общество не делилось по этому признаку. Но после того, как опрос опубликован, нам начинает казаться, что сформированное им различие (вроде «75 % за, 14 % против, 11 % затруднились с ответом») существовало еще до его проведения.

Классик исследований коммуникации Джон Цаллер показывает, что с помощью опросов общественного мнения элитам удастся манипулировать политической повесткой. В самом деле, как и на ассамблее в модели Руссо, граждане только отвечают на заданные вопросы, в то время как элиты определяют, какие вопросы будут задаваться. У масс в этой модели не может быть никакой инициативы, они не имеют возможности ни поставить вопрос, ни переформулировать его. Им остается только согласиться или нет; наиболее смелые и изобретательные могут отказаться отвечать.

У нас в голове нет архива с мнениями по любым вопросам, к которому мы бы обращались, когда нас о чем-то спрашивают. С точки зрения психологии гораздо логичнее предположить, что, получая вопрос, мы мгновенно начинаем сканировать доступное нам информационное поле, чтобы понять, как на него ответить. Однако информация, которая нам доступна, формируется именно элитами — это они формулируют вопросы и оправданно рассчитывают на то, что отвечающие вспомнят, что по этому поводу говорилось во вчерашнем выпуске новостей, в утренней газете или на любимом интернет-ресурсе респондента.

По справедливому замечанию Цаллера, именно по этой причине нередко получается так, что ответы одних и тех же людей непоследовательны и могут меняться под воздействи-

ем обстоятельств. Дело не в том, что респонденты глупы или лишены логического мышления, — просто информационное поле в разные моменты подсовывает им разные ответы. Исследования показывают, что в тех случаях, когда результаты опросов по какой-либо проблеме резко меняются в короткий период времени, это обычно можно объяснить мощным воздействием медиаⁱ. Можно выделить три основных способа, с помощью которых медиа конструируют общественное мнение.

1. **Фрейминг** (от англ. *frame* — рамка) — то, как некая проблема описывается в новостях, оказывает ключевое воздействие на выработку нашего мнения. Скажем, одну и ту же военную операцию можно обозначить как «оказание военной поддержки правительству Сирии» и как «нанесение ударов по позициям Исламского государстваⁱⁱ». В зависимости от того, какую рамку для интерпретации событий нам предлагают СМИ, меняется наша оценка и меняются результаты опросов. Именно это произошло с цифрами опросов в упомянутом примере с вопросом о Сирииⁱⁱⁱ в 2015 году.

2. **Повестка дня** — то, какие проблемы или вопросы предлагаются к обсуждению в медиа, существенно формирует нашу картину мира. Ошибочно считается, что пропаганда работает, навязывая нам, что думать. В действительности куда важнее, что она

i Page B., Shapiro R., Dempsey G. What Moves Public Opinion? // American Political Science Review. 1987. Vol. 81. P. 23–43.

ii Исламское государство — организация, запрещенная в РФ.

iii <http://www.levada.ru/28-09-2015/voina-v-sirii-vnimanie-otsenki-igil> (дата обращения: 28.12.2016) и <http://www.levada.ru/08-10-2015/uchastie-rossii-v-siriiskom-konflikte> (дата обращения: 09.11.2016).

Когда у элит есть ясная картина того, что следует делать, публика склонна рассматривать события именно с их точки зрения, и наиболее интересующиеся политикой люди сильнее всех готовы принимать позицию элит. Когда же элиты разделяются, граждане склонны принимать позицию тех элитных групп, с которыми у них общие идеологические и партийные установки*.

Джон Цаллер

* Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения. М.: Фонд общественного мнения, 2004. С. 43 (перевод изменен. — Г. Ю.).

рассказывает нам, о чем думать. Воздействие повестки дня на наше восприятие мира гораздо труднее заметить: если мы не узнаем о чем-то, то мы исходим из того, что этого вовсе не существует. Такие убеждения гораздо труднее изменить, чем просто переубедить нас в отношении той или иной проблемы. Различия политических позиций — это обычно не различие ответов на одни и те же вопросы, но в гораздо большей степени различие вопросов, которые стороны считают важными. Это оказывает исключительно большое воздействие и на опросы: когда мы видим цифры опросов, то гораздо большее влияние на нас оказывает не то, как ответили люди, а то, на какие вопросы они отвечали. Именно эти вопросы нам кажутся главными для политической повестки в стране, и мы обычно даже не подвергаем это сомнению. Если бы мы получили данные по каким-то другим вопросам, наше восприятие повестки изменилось бы.

3. **Прайминг** (от англ. *prime* — начало) — то, как мы оцениваем политические события или политических лидеров, зависит от критериев, которые мы для этого выбираем. Эти критерии, в свою очередь, подсказывают нам медиа. Скажем, тем, кто проводит опросы в России, хорошо известно, что когда респондентов спрашивают:

«Одобряете ли Вы деятельность президента Путина на своем посту?», они нередко отвечают: «В каком смысле — во внешней политике или во внутренней?» У интервьюера нет инструкций по этому поводу, и респондент вынужден сам выбирать критерий для ответа. В целом россияне выше оценивают внешнеполитические успехи Путина, чем его внутривластные достижения. Поэтому если потребляемые им медиа подсказывают ему, что главное — это внешняя политика, то он скорее поймет вопрос так, что выразит одобрение, а если медиа отдают приоритет внутренней повестке, то выразит неодобрение^I.

Есть и еще одна важная причина, по которой респонденты могут быть склонны угадывать те варианты ответа, которых от них ждет задающий вопрос. Ранее мы уже не раз отмечали, что исторически категория общественного мнения была интересна органам надзора не меньше, чем демократическим политикам. Появление опросов стало для спецслужб еще одним инструментом наблюдения за обществом.

Опросы быстро вошли в число инструментов статистики — науки, которая, как следует из самого названия^{II}, служит интересам государства. Как показал Мишель Фуко^{III}, статистика возникает в XVI веке из потребностей органов полицейского надзора. Именно для полиции характерно стремление преобразовать «народ» как большое политическое единство в «население», состоящее из отдельных индивидов, ведь по отдельности за индивидами проще наблюдать, а их потребности, их действия и мнения проще учитывать. Статистика — инструмент полицейского государства^{IV}, и поскольку опросы также построены на идее суммирования индивидов, они становятся для полицейских органов удобным инструментом отслеживания настроений в обществе.

Эта возможная функция «опросов населения» не укрывается от граждан. И хотя современные опросы проводятся анонимно (профессиональные стандарты требуют от исследовате-

лей скрывать любую информацию, которая позволила бы идентифицировать респондента), люди нередко чувствуют, что опросы нужны для целей государства. Государство порой не особенно скрывает, что это так: например, в России в 2014 году общероссийский опрос по следам событий в Крыму фактически выполнял функцию референдума о поддержке присоединения Крыма к России. Каждый такой эпизод в восприятии людей особенно тесно связывает опросы с государством, и государственные элиты безошибочно опознаются как конечный заказчик.

Некоторые исследователи считают, что в таких случаях респонденты начинают испытывать страх и сознательно искажать свои ответыⁱⁱⁱ. Однако если мы видим в интервьюере представителя государственной власти, необязательно испытывать страх, чтобы подстраивать свои ответы под эту ситуацию. Мы далеко не всегда испытываем страх при общении

i *Scheufele D., Tewksbury D. Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models // Journal of Communication. 2007. Vol. 57. P. 9–20.*

ii Слово «государство» в большинстве европейских языков происходит от итальянского *lo stato*.

iii *Kuran T. Private Truth, Public Lies: The Social Consequences of Preference Falsification. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1997.*



Мишель Фуко (1926–1984) — французский философ и политический историк. Известен своими исследованиями взаимосвязей между властью и знанием. С точки зрения Фуко, изменение способа правления всегда связано с изменением способа познания общества. Современные тактики управления возникают благодаря социальным наукам, которые создают новые объекты правления, а вместе с тем и новые политические технологии.



Полицейское государство — тип государственного устройства, распространенный в Европе в XVI–XVIII веках. В полицейском государстве впервые возникают разветвленные технологии заботы об общественном порядке и благополучии граждан. Основным институтом заботы является полиция, которая опирается на полицейскую науку. Многие технологии полицейского государства функционируют и в современных государствах. В XX веке термин приобрел другое, эмоционально нагруженное отрицательное значение.

с государственным чиновником, но мы обычно понимаем, зачем нам нужно это взаимодействие и что нужно ему говорить для достижения наших целей.

От респондента, который считает, что его ответы станут доступны верховной власти, логично ожидать, что он станет высказывать жалобы в надежде на то, что власти предпримут меры. Легко видеть, что смысл ответа будет в этом случае совсем иным, чем то, на что надеялся Гэллуп под воздействием теории власти общественного мнения.

Есть ли какой-то способ избежать этой манипуляции общественным мнением со стороны элит? Ключом к этому является один из базовых демократических принципов — плюрализм. Для плебисцитаризма принципиально наличие в обществе одного взгляда на политику (причем один и тот же взгляд могут выражать даже конкурирующие между собой элитные группы). Однако ситуация меняется, если политических позиций становится больше. Каждая из таких позиций способна формировать собственную политическую повестку, ставить собственные вопросы и предлагать их для опросов общественного мнения.

Конкуренция за общественное мнение — это не столько конкуренция за то, какая позиция получит больше процентов, сколько за то, какие вопросы и какие разделения в обществе будут считаться наиболее важными. Иными словами, это конкуренция за язык общественного мнения, за язык опросов. Абсурдно предполагать, что кто-то может получить такие результаты, которые захочет, просто задав любой выгодный себе вопрос. В текущей политической ситуации всегда существуют определенные тенденции, и они всегда противоречивы. Политическое искусство заключается в умении сформулировать вопросы так, чтобы поймать ту или иную тенденцию и сделать ее темой опроса. В результате опросы усиливают уже существующие тенденции и сами меняют общество.

Сегодня ключевое различие между опросами в России и в странах Западной Европы и Северной Америки, где зародилась и развивалась традиция опросов, состоит вовсе не

Население — это, с одной стороны, человеческий род, а с другой — то, что называют «публикой»... Публика, главное понятие XVIII века — это население, рассмотренное с точки зрения его мнений, способов действия, поведения, привычек, страхов, предрассудков, требований. Это то, на что можно повлиять с помощью образования, кампаний, убеждения*.

Мишель Фуко

* Foucault M. Sécurité, territoire, population. Paris: Gallimard; Seuil, 2004. P. 77.

в том, что в одном случае они проводятся «честно», а в другом — нет. Главная разница заключена в числе опросных организаций и, что еще более важно, в разнообразии политических языков опроса. Ситуация, когда несколько политических сил формулируют свои вопросы на основании тех социальных проблем, которые их волнуют, и предлагают эти вопросы вместе с процентным распределением полученных ответов публичной сфере, радикально отличается от ситуации, когда существует только одна политическая повестка. Конечно, наличие всего двух альтернативных повесток нельзя назвать демократией. Однако чем больше существует таких повесток, тем больше имеется шансов нейтрализовать плебисцитарные тенденции, заложенные в технологии опросов.

3 После опросов

Кризис опросов общественного мнения, их неспособность адекватно репрезентировать народ, порождает разговоры о том, не приходит ли эре опросов конец, и о том, что может прийти им на смену. Следует обратить внимание на то, что весь период существования этой технологии опросы совершенствовались и справлялись с вызовами времени. Однако вместе с опросами кризис испытывает и современная модель либеральной демократии. И чтобы ответить на вопрос о том, что будет с опросами дальше, следует задуматься о том, как будет эволюционировать демократия. Существует несколько основных сценариев, которые могут повлиять на будущее опросов.

1. Хотя современные либеральные демократии во многом построены вокруг процедуры выборов, разочарование в функционировании демократий нередко ведет к требованиям расширить электоральные технологии. За этими призывами стоит вера в то, что вернуть власть народу можно, если больше вопросов вносить на прямое народное голосование — на плебисцит¹. Власть общественного мнения понимается в духе прямой демократии по Брайсу: вместо того чтобы

решение принимали народные избранники, действующие в собственных интересах, следует дать голос самому народу.

Опросы общественного мнения в этом случае выглядят готовым решением. Гэллуп предлагал рассматривать результаты опросов как важную информацию для избранных политиков, теперь же речь идет о том, чтобы воспринимать их как прямое руководство к действию. Современные коммуникационные технологии как будто бы сами подталкивают к такому развитию событий: если Гэллуп говорил о том, что опрос можно провести в течение нескольких часов, то сегодня с помощью интернет-технологий это стало делом нескольких минут. С точки зрения оптимистов, «модель электронной прямой демократии предполагает регулярное участие каждого избирателя в решении тех или иных вопросов в удаленном режиме, со своего домашнего компьютера или мобильного устройства»ⁱⁱ.

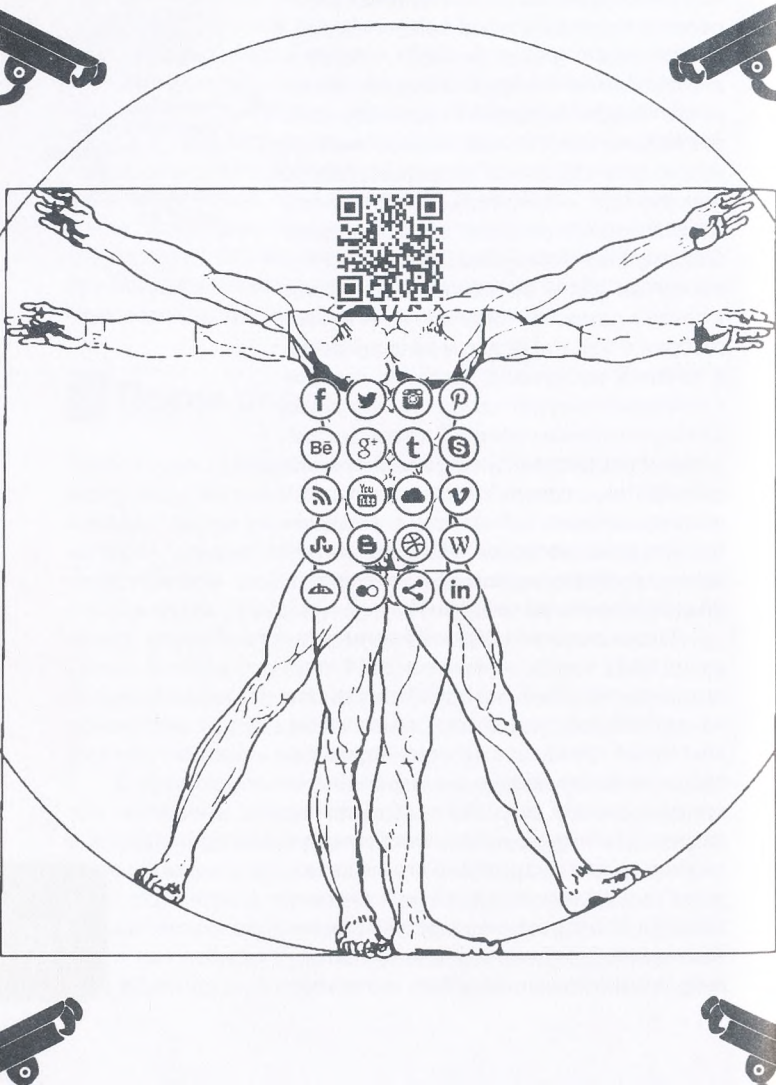
Такого рода технологии быстро входят в нашу жизнь: начиная с 2014 года москвичи получили возможность скачать на мобильное устройство приложение «Активный гражданин» и отвечать на вопросы, которые задает им мэрия. В некоторых случаях речь идет о достаточно важных проблемах — например, следует ли сносить дом и строить на его месте новый. Пока подключение к такой системе является добровольным, а результаты голосования — необязательными к исполнению. Однако вполне вероятно, что вскоре

i Altman D. *Citizenship and Contemporary Direct Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2018.

ii Волков Л., Крашенинников Ф. *Облачная демократия*. М.: Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2013. С. 88.

101101001001100110010011011001100001001001101000001100
01101001001100110010011010011000010010011001001010100001100
110100100110011001100110110011000010010011001001010100001100

11010010011001100100110110011000010010011001001010100001100
011010010011001100100110110011000010010011001001010100001100



каждый гражданин будет обязан установить приложение для взаимодействия с органами власти, так что опросы будут получать все граждане. Если законодательно закрепить обязанность исполнительных органов следовать результатам опросов, то утопия тотального голосования станет реальностью.

Возражения против этого проекта со стороны сторонников представительной демократии понятны. Полномочия принимать важные решения передаются людям, которые могут быть некомпетентны, не интересоваться связанными с решением рисками, а также ни за что не отвечать (в отличие от представителей). Однако это вряд ли может смутить сторонников расширения голосований. Более важное возражение указывает на то, что главную роль в такой системе неизбежно будет играть тот, кто задает вопросы, — как это всегда и бывает в плебисцитарных режимах. Именно у него концентрируется огромная власть определять повестку, а заодно и способность производить цифры поддержки так, чтобы никто не мог эту повестку оспорить.

Тем не менее это вполне реалистичный вариант эволюции современных режимов, а вместе с ними и опросов. Поскольку представление о том, что демократия — это голосование, по-прежнему является доминирующим, вполне вероятно, что текущий недостаток демократии будет восполняться с помощью введения все новых форм прямого определения

общественного мнения. Опросы могут в ближайшее время приобретать статус полуофициальных референдумов и сливаться с ними до неразличимости. Самая современная политическая история уже знает ряд такого рода примеров.

2. Другое возможное направление изменения можно назвать демократическим технократизмом. Оно также вдохновляется демократической теорией общественного мнения Руссо, но иначе видит ее реализацию. Напомним, что для Руссо процедура голосования была способом измерить общую волю, которая звучит внутри каждого члена общества, но к которой нет прямого доступа. Если бы можно было забраться внутрь каждого человека и узнать содержание его сознания, определенное общей волей, в голосованиях не было бы необходимости.

То, что выглядело немыслимым для Руссо, сегодня постепенно становится реальным. Современные нейротехнологии обещают нам возможность прямого доступа к сознанию человека, а большие данные порой могут рассказать о поведении и предпочтениях человека гораздо больше, чем можно узнать из опросов. Что, если с помощью этих технологий можно выяснить общую волю гораздо надежнее, чем с помощью голосования? Это позволило бы избежать целого ряда искажений, которые вносит вопросно-ответная коммуникация.

Поллстеры уже сегодня активно экспериментируют с большими данными, что объяснимо. Ведь это обещает решить проблему репрезентативности: если люди больше не хотят участвовать в опросах, то, возможно, куда проще собрать о них данные, не задавая им никаких вопросов. Если создавать большие базы данных, в которых ответы респондентов будут совмещаться с объективными данными об их поведении, собранными без задавания вопросов, то можно многое узнать о том, как поведение людей определяется их предпочтениями, и наоборот. Это открывает широкие возможности для влияния на человеческое поведение, целенаправленной подачи информации с целью вызвать то или иное действие или, например, подтолкнуть к голосованию за определенного кандидата.

Сегодня мы регистрируемся на порталах вроде Госуслуг или Google, проводим через них все больше разнообразных операций (оставляем «цифровой след»). Достаточно интегрировать эти данные с данными опросов (или, например, с данными голосования на выборах, когда голосование станет электронным), чтобы получить полноценный и многомерный профиль каждого человека. В этих условиях уже не будет необходимости задавать всем вопросы — мнение человека будет известно по его фактическому поведению.

Кто будет сводить эти данные воедино и иметь контроль над всеми базами одновременно? Сегодня на эту роль только один претендент — государство, которое должно взять на себя функции сбора информации и эффективного управления. Другой важный игрок — крупные корпорации, однако им придется взять на себя функции государства, чтобы соединить все данные вместе.

Фуко писал о том, что развитие полицейской логики современного государства приводит его к идее паноптизма (всевидения) — превращает его во всевидящее око, которое с помощью бесконечного множества механизмов слежения и учета собирает все более исчерпывающие данные о каждом индивиде¹. Паноптикон придумал в XVIII веке английский философ Иеремия Бентам, который разработал проект круглой тюрьмы со сторожевой башней в центре, так что

i Фуко М. Надзирать и наказывать: рождение тюрьмы. М.: Ad Marginem, 1999.

В действительности большинство граждан государства, отвечающих в ходе тайного индивидуального голосования, не является ни реакционным, ни прогрессивным, а просто аполитично и потому пытается уклониться от предметного решения, неизбежно давая ответ, означающий минимум решения. «За», посредством которого французские граждане отвечали на наполеоновских плебисцитах, совершенно независимо от влияния на выборы правительства объясняется тем, что в действительности имелся свершившийся факт, и решение уже было принято. «Против» означало бы новое политическое решение, и потому большинство сказало «за»^{*}.

Карл Шмитт

^{*} Шмитт К. Учение о конституции. С. 154.

каждая камера видна из башни и любой заключенный думает, что в данный момент за ним наблюдают. Паноптикон стал моделью для эволюции политической жизни, и сегодня мы уже не удивляемся присутствию тысяч камер, которые снимают каждый наш шаг. Мы с готовностью пользуемся универсальными картами, которые регистрируют каждое наше действие.

Вопрос, который возникает при обсуждении этого варианта, состоит в том, можно ли назвать его демократическим. В его основании лежит руссоистская вера в то, что объективно существует общественное мнение, которое должно стать законом. Однако в действительности он приводит к усилению централизованной власти, которая получает неограниченные возможности для контроля и манипуляции индивидами.

3. Еще один вариант связан с возрождением публичной сферы благодаря социальным сетям. В XX веке буржуазная теория общественного мнения явно потеряла позиции из-за общего кризиса публичной жизни — мы живем в мире, где каждый занят собственной карьерой, семьей или хобби, и места для публичных обсуждений важных общественных дел у нас почти нет. Мы лишь пассивные потребители новостей и мнений, которые предлагают нам медиа, сами мы в их производстве практически не участвуем.

Впрочем, с появлением социальных сетей ситуация начала меняться.

Внезапно каждый получил возможность почувствовать себя участником обсуждения общественных проблем, высказать свое мнение, услышать ответ на него и даже совершить небольшое политическое действие (например, выразив одобрение, подписав петицию или отметившись на политической демонстрации). XXI век уже показал, что такая публичная коммуникация в сетях способна координировать большие массы людей и даже заканчиваться революциями. Почти все революционные смены режимов последнего времени так или иначе вырастали из дискуссий и самоорганизации пользователей социальных сетей¹.

Если предыдущие сценарии исходили из того, что государство будет усиливаться, то в рамках данного подхода предполагается, что оно, напротив, будет ослабевать. Публичная сфера и общественное мнение традиционно были лимитированы государственными границами. Сегодня же эти границы во многом стали проницаемы, интернет позволяет взаимодействовать поверх границ, и многие обсуждаемые в социальных сетях проблемы относятся не к одному конкретному государству, а к их пересечению или даже ко всему миру. Американский философ Нэнси Фрэйзер рассчитывает на возникновение «транснациональной публичной сферы» и, соответственно, транснационального общественного мнения².

Впрочем, как справедливо отмечает Фрэйзер, буржуазная теория публичной сферы изначально была построена на исключении тех, кто не имел достаточных ресурсов для участия в дискуссии. Велик риск, что ситуация повторится и с транснациональной публичной сферой, — нет сомнений, что представители наиболее богатых и сильных стран будут иметь в ней колоссальное преимущество.

Вместе с тем социальные сети также обнаруживают тенденцию к оукливанию. Нам зачастую проще общаться с теми, кто уже разделяет наши мнения, а остальных игнорировать и блокировать, и сами компании-владельцы сетей подталкивают нас к этому. Этот сценарий может не увеличить, а сократить демократичность общественного мнения.

4. Наконец, четвертый сценарий исходит из того, что наступает время пострепрезентативной политики. В условиях общего кризиса репрезентации все меньше уверенности в том, что общественное мнение представляет собой объективную реальность, которую можно однозначным образом репрезентировать. Репрезентаций может быть множество, и все они могут обоснованно претендовать на адекватность.

В сфере опросов сомнения в том, что можно хоть сколько-нибудь приблизиться к репрезентативности, привели к распространению нерепрезентативных опросов. Так, онлайн-опросы в интернете сегодня, как правило, не в состоянии обеспечить репрезентативность, однако их популярность растет, поскольку в целом ряде случаев они могут быть полезными практически. Параллельно размывается монополия поллстеров на проведение опросов: становится все больше опросов в стиле «сделай сам», которые каждый может провести у себя на сайте или среди своей аудитории, просто запустив голосование.

В второй главе мы уже упоминали о проекте делиберативных групп Джеймса Фишкина 114, который предлагает заменить опросы содержательными дискуссиями, в результате которых должно возникать «очищенное», то есть качественное общественное мнение. Фишкин стремится возродить буржуазную теорию общественного мнения, предлагая

i Shirky C. The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere, and Political Change // Foreign Affairs. 2011. Vol. 90. No. 1. P. 28–41.

ii Fraser N. Transnationalizing the Public Sphere: On the Legitimacy and Efficacy of Public Opinion in a Post-Westphalian World // Theory, Culture & Society. 2007. Vol. 24. No. 4. P. 7–30.

механизм групповой дискуссии, который позволит сделать взгляды участников более рациональными. Конечно, применительно к этой модели возникает тот же вопрос, что и в случае с плебисцитарными технологиями: кто будет формулировать вопросы, задавать их и интерпретировать решения делиберативных групп? Однако более важно, что подход Фишкина указывает на возможность членов разных групп и сообществ формировать свои собственные мнения в непосредственном групповом взаимодействии, в прямом контакте друг с другом.

Поскольку все больше людей стремится проводить свою жизнь, не соприкасаясь с государством, они образуют относительно автономные сообщества, каждое из которых может формировать собственное мнение, не особенно заботясь о мнениях других сообществ. Это, конечно, станет ударом как по руссоистской теории общественного мнения (Руссо больше всего заботился о том, чтобы в государстве царила полная однородность и не было групп интересов), так и по буржуазной (вряд ли между всеми этими группами можно ожидать разумного диалога и консенсуса). Миф о консолидированном общественном мнении разобьется о свои внутренние противоречия, и наше понятие придется пересобирать заново. Однако это позволит реализовать ключевые для демократии принципы множественности и плодотворной конфликтности.

Аргентинский философ Эрнесто Лаклау отмечал, что ни одна репрезентация не способна претендовать на полноту, все они неизбежно будут только частичными¹. У нас могут быть разные представления о том, чего хочет народ и каковы его предпочтения, и ни одно из них не может быть «подлинным» отражением общей воли уже потому, что как только политики озвучивают эти представления, народ меняется под воздействием их слов. Поэтому демократическая политика — это не столько реализация одного «общественного мнения», сколько противостояние разных «общественных мнений», разных представлений о том, каково общество и чего оно хочет. По мере того как монополия на производство и контроль общественного мнения исчезает, мы приближаемся к полити-

ке, в которой будут конкурировать между собой разные образы общества.



Laclau E. Emancipation(s).
London: Verso, 2007. P. 12.

Разумеется, можно ожидать, что на практике мы увидим комбинацию всех этих сценариев в некоторых соотношениях. Сегодня во всем мире существует заметный запрос на усиление демократии и соперничают разные взгляды на то, как на этот запрос следует отвечать. Демократическая политика будет меняться, и вместе с ней будут меняться формы существования общественного мнения — они наверняка не останутся точно такими, к каким привыкли сегодня. Однако само понятие «общественное мнение» плотно встроилось в наше демократическое воображение, от него не получится отказаться, и путь к обновлению демократии будет лежать через его переосмысление.

закключение

Мы подошли к разрешению вопросов, которые были поставлены в начале книги. Сегодня понятие «общественное мнение» занимает центральное место в политике, потому что в нем соединились две главные политические надежды современности: надежда на то, что народ способен править, и надежда на то, что он способен делать это разумно. Когда появились технологии, превращающие общественное мнение в числа, исчезло сомнение в том, что общественное мнение объективно существует и может быть точно измерено. Поэтому, глядя сегодня на цифры опросов, мы уверены в том, что за ними стоит реальная демократическая воля — нравится она нам или нет.

Общественное мнение превратилось в цифры опросов благодаря той же теории, которая свела демократию к цифрам голосования. Задача плебисцитарной доктрины состояла в том, чтобы сократить политическую роль масс до минимума и разработать систему с авторитарной лидерской властью, которая будет являться массам в демократическом обличье — в виде власти холодных и безжалостных цифр, с которыми невозможно поспорить. Несмотря на жесткую критику со стороны социологов, опросы закрепились в современной политике как ключевая научная и политическая технология репрезентации.

Однако сегодня претензии опросов на репрезентацию народа выглядят все менее обоснованными. Люди дезертируют из политики, теряя интерес к плебисцитарным системам, в опросах участвует все меньше людей, и все сложнее утверж-

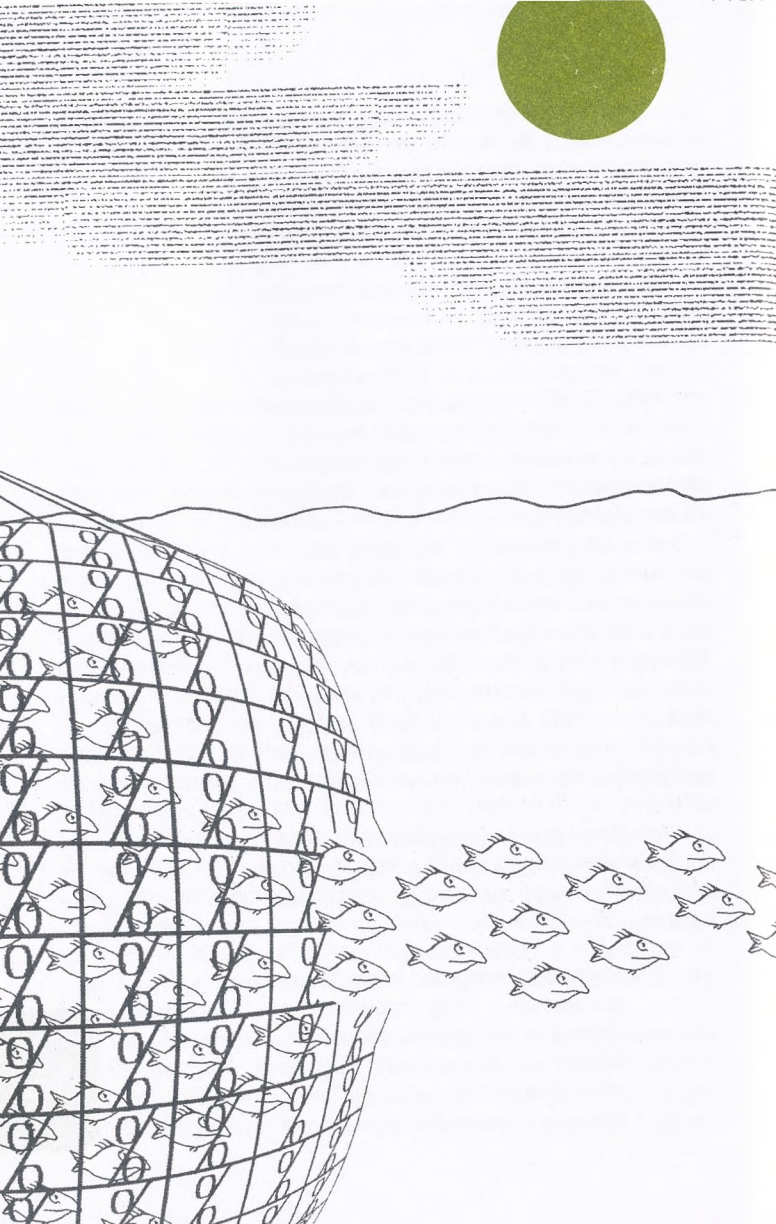
дать, что они отражают общественное мнение. Как правило, они воспроизводят ту картину мира, которая комфортна элитам, и потому резкие политические изменения оказываются для опросов сюрпризом.

Значит ли это, что опросам нельзя доверять? Существует множество подозрений, что опросы фальсифицируются, цифры «рисуются», а в действительности существуют «настоящие», секретные опросы с другими результатами. Все это — мифы, и устойчивость этих мифов лишний раз показывает, каким влиянием обладают опросы сегодня.

В то же время если спросить, можно ли считать, что опросы дают объективную информацию о том, какова сущность народа и чего хочет общество, то правильный ответ — нет, нельзя. Категория «общественное мнение» была введена для того, чтобы получить доступ к воле народа, однако на деле инструменты измерения общественного мнения сами конструируют его.

Поэтому при интерпретации цифр опросов стоит проявлять осторожность и иметь в виду несколько полезных правил.

1. В первую очередь, стоит интересоваться результативностью опроса — тем, сколько людей ответили на него из числа тех, кто планировался в выборку. Точно так же в результатах выборов



главный показатель — уровень явки. Если результативность опроса неизвестна, имеет смысл предполагать, что она очень низка — 10–30 % в зависимости от метода его проведения.

2. Опрос общественного мнения — элемент публичной сферы, а значит, вся информация о технологии и результатах должна быть публичной, доступной и открытой. Это в особенности важно, когда опрос проводится на деньги налогоплательщиков. К сожалению, на практике это зачастую не так, и поэтому всегда стоит обращать внимание не только на те результаты, которые опубликованы, но и задумываться о том, какие могли быть не опубликованы. Чем меньше результатов и сведений публикуется, тем больше оснований относиться к тому, что нам предлагают, с недоверием.
3. Распределение ответов на любой вопрос зачастую само создает то разделение общества, которое в нем фиксируется. При чтении результатов опроса, перед тем как спрашивать себя, к какому варианту вы склоняетесь, полезно задать себе вопрос: «А думал ли я когда-либо об этом в таких терминах? Думают

ли об этом в таких терминах люди вокруг меня?» Если ответ «нет», то за пределами опроса описываемая им реальность не существует.

4. Итоговые проценты ответов создают ощущение простоты и однородности общества. К сожалению, поллстеры редко публикуют результаты статистического анализа, который помог бы понять, например, как склонность отвечать «да» на определенный вопрос меняется с возрастом. Тем не менее всегда полезно смотреть на то, как отвечают на вопрос разные группы, как отличаются их ответы и какие позиции могут присутствовать.
5. Мы не последовательны и не рациональны в своих ответах на опросы. Одна формулировка вопроса может вызвать у нас одни ассоциации, а другая — совершенно другие. Поэтому полезно сравнивать друг с другом вопросы, за которыми стоят разные политические повестки. Чем больше разных групп предлагают разные повестки, тем больше шансов, что удастся увидеть разнообразие общественных мнений.

Эффективность опросов как политической технологии компенсировалась в последние десятилетия сокращением их способности репрезентировать все общество. Сегодня индустрия опросов находится на пороге больших изменений, а вместе с ней будет меняться и наше понимание того, что такое «общественное мнение». Этому понятию два с половиной века, и лишь в последние восемьдесят лет оно было подчинено опросной технологии. Сейчас наступает время переосмыслить его и вспомнить о той идее общественного мнения, которая оказалась в тени опросов.

Общественное мнение — это образ народа, который используется в политике для обоснования притязаний на демократическую легитимность. В последнее время он производится преимущественно с помощью цифр опросов, которые

наделяют общественное мнение аурой объективности. Демократическая политика строится как конкуренция между теми, кто имеет смелость интерпретировать общественное мнение и говорить от лица народа, — чего желает народ и в чем состоит его благо. Сегодня монополизация общественного мнения опросами привела к усилению плебисцитарной власти, которая с помощью цифр подавляет общественную дискуссию и блокирует понимание тенденций, существующих в обществе. Будущее демократии связано с высвобождением способности видеть общественное мнение за пределами опросов, улавливать зреющие в обществе устремления и опираться на них, не подпадая под гипноз цифр.

Что читать по теме?

- Джордж Гэллан, Сол Рэй.* Пульс демократии. М.: ВЦИОМ, 2017.
- Борис Докторов.* Отцы-основатели: История изучения общественного мнения. М.: Центр социального прогнозирования, 2006.
- Уолтер Липпман.* Общественное мнение. М.: Фонд общественного мнения, 2004.
- Элизабет Нозль-Нойман.* Общественное мнение: открытие спирали молчания. М.: Прогресс-Академия, 1996.
- От общественного к публичному / под ред. О. Хархордина. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2011.
- Жан-Жак Руссо.* Об общественном договоре. М.: КАНОН-пресс; Кучково поле, 1998.
- Надя Урбинати.* Искаженная демократия. Мнение, истина и народ. М.: Изд-во Института Гайдара, 2016.
- Джон Цаллер.* Происхождение и природа общественного мнения. М.: ФОМ, 2004.
- Патрик Шампань.* Делать мнение: Новая политическая игра. М.: Socio-Logos, 1997.
- Карл Шмитт.* Учение о конституции (фрагмент) // Шмитт К. Государство и политическая форма. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2010. С. 33–236.
- Keith Michael Baker.* Inventing the French Revolution. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
- James Fishkin.* The Voice of the People: Public Opinion and Democracy. New Haven: Yale University Press, 1995.
- John Goyder.* The Silent Minority: Nonrespondents on Sample Surveys. Boulder: Westview Press, 1987.

- Jeffrey Edward Green.* The Eyes of the People: Democracy in an Age of Spectatorship. New York; Oxford: Oxford University Press, 2010.
- Robert Groves.* Survey Errors and Survey Costs. Hoboken: John Wiley & Sons, 2004.
- Jürgen Habermas.* Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1962.
- Susan Herbst.* Numbered Voices: How Opinion Polling Has Shaped American Politics. Chicago; London: The University of Chicago Press, 1993.
- Sarah Igo.* The Averaged American: Surveys, Citizens, and the Making of a Mass Public. Cambridge, MA; London: Harvard University Press, 2007.
- Thomas Osborne, Nicholas Rose.* Do the Social Sciences Create Phenomena? The Example of Public Opinion Research // British Journal of Sociology. 1999. Vol. 50. No. 3. P. 367–396.
- Pierre Rosanvallon.* Le bon gouvernement. Paris: Seuil, 2015.
- Slavko Splichal.* Public Opinion: Developments and Controversies in the Twentieth Century. Lanham; Boulder; New York; Oxford: Rowman & Littlefield, 1999.

Greg Yudin

public opinion

The Power of Numbers



EUSP Press, 2020. — 174 p., ill.

ISBN 978-5-94380-294-2

Results of public opinion polls confront us every day, being the main source of information about the society we live in. The significance of public opinion for contemporary politics is constantly growing. However, people often wonder if the results of opinion polls can be trusted. What is the right way to read them? What is behind these numbers and what are they actually telling us? Are public opinion polls a contribution or an obstacle for the development of democracy? What are they — science, political technology, or something else? Greg Yudin's "Public Opinion, or The Power of Numbers" answers these and other questions about the nature and operation of public opinion.

Greg Yudin

Senior Researcher at Higher School of Economics (Moscow), Professor of Political Theory at Moscow School of Social and Economic Sciences. His research focuses on political theory, economic anthropology, philosophy of science.

азбука понятий

общественное мнение

Григорий Юдин

или

власть цифр

Санкт-Петербург 2020

Научно-популярное издание

Григорий Юдин

Общественное мнение, или Власть цифр

Серия «Азбука понятий»

Выпуск 11

Научный редактор серии *Д. Я. Калугин*

Редактор, корректор *Е. А. Богач*

Иллюстрации *В. Б. Богорад*

Дизайн, оригинал-макет *А. Ю. Ходот*

Выпускающий редактор *М. Ю. Кондратьева*

Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге

191187, Санкт-Петербург, ул. Гагаринская, 6/1А

e-mail: books@eu.spb.ru

тел.: +7 812 386 76 27

факс: +7 812 386 76 39

Сайт и Интернет-магазин Издательства

WWW.EUPRESS.RU

Подписано в печать 10.02.2020. Формат 70×108^{1/32}.

Усл. печ. л. 7,7. Печать офсетная.

Тираж 2000 экз.

Заказ № 1048.

Отпечатано в типографии ООО «Аллегро»

196084, Санкт-Петербург, ул. Коли Томчака, д. 28

тел./факс (812) 388-9000



Каждый день мы сталкиваемся с результатами опросов общественного мнения — из них мы получаем основную информацию об обществе, в котором живем. Общественное мнение играет все бóльшую роль в современной политике. Но можно ли доверять результатам опросов? Как их правильно интерпретировать? О чем на самом деле говорят эти цифры? Помогают ли опросы общественного мнения развитию демократии? Являются ли опросы наукой, политической технологией или чем-то еще? Разобраться в этом поможет книга Григория Юдина «Общественное мнение, или Власть цифр».

