

О ПРЕДВЫБОРНЫХ РЕЙТИНГАХ, "ПРАЙМЭРИЗ" И НАСТОЯЩЕЙ СОЦИОЛОГИИ. ТРАНСКРИПТ ИНТЕРВЬЮ

Восемь лет назад, 13 февраля 2002 года в прямом эфире Телерадиокомпании РИАК прошла программа "Ко времени". В ней автору этого материала и ведущей (С. Фабрикант) удалось за неполных сорок минут достаточно подробно обсудить на нормальном русском языке (а не на профессиональном жаргоне) важнейшие предпосылки и слагаемые настоящего, профессионально подготовленного и проведенного социологического исследования. На выходе которого мы получаем качественную, достоверную информацию. Много внимания уделялось в программе и другим проблемам. В том числе:

- почему и как делаются в предвыборный (и не только) период псевдосоциологические опросы;
- как их отличить от настоящих, честно и профессионально проведенных социологических исследований.

Предварял нашу беседу небольшой сюжет, в котором, в частности, репортёры ТРК РИАК на улицах Одессы спрашивали прохожих о том, кто такие социологи.

С. Фабрикант (далее С. Ф.): ...что же такое вообще за наука "социология" ... давайте посмотрим, что говорят об этом жители нашего города...

Репортер: Кто такие социологи?

Девушка: Изучают общественное мнение. Если проводят такое, действительно научное социологическое исследование, то, я думаю, оно эффективно процентов на восемьдесят, восемьдесят пять.

Пожилая женщина: Не знаю я никого... Не знаю...нет, не знаю.

Репортер: И не слышали?

Женщина: Нет, и не слышала.

Молодой мужчина: опросы ведут...

Немолодой мужчина: Ведущие учет каких-то событий.

Др. молодой мужчина: Люди, которые проводят опросы социологические на разные темы.

По результатам опросов делают выводы соответствующие...

2-й немолодой мужчина: При коммунистах были самые большие обманщики.

Репортер: А сейчас?

Тот же мужчина: А сейчас тем более. Да, потому что им опросы заказывает власть. Они сами для себя необходимы, чтобы наживаться.

С. Ф.: Михаил Борисович, вот таким образом увидели одесситы социологию "от народа", так скажем. Ваш комментарий по этому поводу. Не совсем правильно? – Я так вижу, что вы машете головой, значит вы со многим не согласны.

М. Кунявский (далее М. К.): И правильно, и неправильно. Правильно, потому что, действительно, социологи, сейчас особенно, больше всего занимаются опросами, опросы больше всего требуются, и заказчики больше всего заказывают, извините за тавтологию, опросы, потому что, вообще, в общественном мнении социология – это опросы. Но на самом деле это не так. На самом деле методы сбора информации в социологии гораздо богаче. Тут есть и наблюдение, но научным образом организованное, систематическое, по всем правилам, по программе определенной. Ну, т. е. научно организованное, научно обоснованное наблюдение, система наблюдений, их совокупность. Раз. Во-вторых, есть так называемый анализ документов. Вот у меня газета, я могу её проанализировать с точки зрения её содержания. Причём проанализировать так, таким образом, что это будет, скажем, принято на суде. Ну, не у нас, конечно, а, скажем, в так называемых

“цивилизованных странах”, если это будет определенным образом формализовано, по определенным правилам сделано.

...

М. К.: Но самое главное не это. Самое главное то, что социология, как и всякая работа, как и всякая профессия, – это сочетание:

– во-первых, науки, – она базируется на определённых научных теориях, на каких-то фактах, которые уже добыты, накоплены;

– это ремесло, – как во всяком деле, есть свои секреты, маленькие, большие, всякие;

– и это искусство – настоящий социолог, настоящий профессионал, – это человек, который ещё искусный и творческий в своем деле человек, с творческой какой-то “изюминкой”. Который умеет изобрести что-то новое, чего другие не делают. Другие не умеют, другие не знают. В общем и целом, да, социология – это, повторяю, – наука, ремесло и искусство. И цель всего этого, этого комплекса заключается в том, чтобы служить правильным, хорошим, точным зеркалом для общества.

С.Ф.: Того, что происходит, да?

М. К.: Да, того, что происходит. И объективных процессов, и того, что происходит в умах людей. Вот если социолог искусный, если группа социологическая грамотно работает, правильно работает, по науке и соблюдая некоторые приёмы нужные, то зеркало получается правильное, плоское и отражается общество, отражается часть общества, ну, скажем, город наш, общественное мнение нашего города отражается точно. А если зеркало получается кривое, потому что “мастер”, очень такой, скажем мягко, либо не искусный, либо специально сделал кривое зеркало, что получилось отражение такое, какое нужно, значит получится и соответствующее отображение. Вот...

С. Ф.: Я так понимаю, что мы сегодня приведем примеры таких опросов.

М. К.: Да, к сожалению...

С. Ф.: Чтобы не говорить витиевато “...вот, вопросы, которые публикуются сегодня в средствах массовой информации... Давайте говорить о конкретном виде опроса, который в последние несколько недель довольно заметен был не только в средствах массовой информации, но и на улицах города... Так называемый праймериз. Что вообще это изначально такое, и насколько можно доверять вот тем результатам, которые появились в прессе.

М. К.: Ну, то, что называется, то, что происходило, вот буквально прошлую субботу-воскресенье на улицах Одессы, причём далеко не на всех улицах Одессы, а только на тех, которые, так сказать, видные, ну, вот, на Дерибасовской, в центре города, значит, ну, что я вам скажу. – Это от начала и до конца это был просто спектакль. Спектакль очень нехороший. Я бы сказал, – подлый. Я не стесняюсь этого слова. Я не стесняюсь своих эмоций. Потому что, ну, вот я выписал что такое “подлое дело” по Далю. Это “бесчестное, и заведомо безнравственное”. Человек может ошибаться. Нечаянно. Неумышленно. Это одно. Но когда люди пытаются “надуть”, во-первых, город, во-вторых, надуть своего заказчика.

С. Ф.: Даже так!

М. К.: Да! Я считаю, что это подлое, безнравственное, ну по всем линиям дело. ... и, конечно же, это задело меня как социолога. ... меня возмутило, что люди спекулируют на, в общем-то, уважаемом для меня слове “социология”, “социологические исследования”. Знаете, я уже слышал, были такие... нечто вроде этого праймериз, ... и в девяносто девятом году, в эпоху, так сказать, президентской кампании, и ... сейчас слышал я об этом, но как-то пропускал мимо своего сознания...

С. Ф.: Т. е. это проводилось в городе у нас не одесскими социологами... вот сейчас... то, что было...

М. К.: Сейчас, я полагаю, судя по косвенным признакам, это, во-первых, не социологами проводилось. И, во-вторых, не одесскими работниками. ...это, скорее всего десант из России. Так называемых пиарщиков... Т. е. людей, которые специализируются на, скажем так, пропагандистско-манипулятивной работе, т. е. которые норовят использовать свои знания психологии людей для того, чтобы сделать то, что вроде бы нужно их заказчику. Но, опять таки, есть пиарщики и есть пиарщики. Есть пиарщики специалисты... которые работают нормально, ... соблюдая, что очень важно в любом деле... этические нормы. ... существует кодекс работников пиара, американский кодекс. Даже в книжке, которая посвящена пиару, библия, так сказать пиарщиков, там есть такой раздел, называется он "Основы". В этих основах одна из... самых больших по объему глав как раз "Этика работника публич рилейшнз". Этика. И там приводится на двух страницах... кодекс Американской ассоциации этих пиарщиков. Во главу угла поставлена честность. Честность перед публикой, честность перед заказчиком и честность перед своими коллегами. Это номер один. Потому что если нет честности, если нет внутреннего вот этого какого-то стержня, то любое дело превращается в профанацию, ... получается в итоге вот то самое кривое зеркало, о котором я говорил.

С. Ф.: Это зависит от государства, в котором проводится эти..?

М. К.: Нет, ни в коем случае. Это не зависит ни от государства, ... ни...

С. Ф.: Ну почему же. Если мы говорим, что у нас долгие годы попирались всякие моральные устои, может быть сегодня и социологам... если всем можно, чего ж нам нельзя пририсовать чего-нибудь...

М. К.: Ну, во-первых, это не так, потому что профессиональные социологи Украины объединены в так называемую Социологическую ассоциацию Украины, которая как раз и выработала... тоже свой... Кодекс этики. Там эти вопросы поставлены, опять-таки на самые главные места... Потому что если человек бесчестный, то как можно ему верить? Как можно верить результатам исследований, которые проведены бесчестными людьми? Как можно верить результатам работы, которая делается бесчестными людьми? Ну нельзя же. Ну это понятно. Вот у меня в руках (берет в руки листовку оранжевого цвета)... Почему я так возмутился... Я столкнулся с этим... Я шёл домой...

С. Ф.: ... Так вы не понаслышке? Вы стали непосредственным участником этого?

М. К.: ... я согласился на ваше приглашение, потому что меня возмутило всё это действие, скажем так.

Начнем с того, что тут не просто попытка надуть, а попытка манипулировать. Начиная с заголовка (демонстрируя листовку) "ПрайМЭРиз"... это попытка внушить тем, кто будет... читать результаты этих исследований, якобы исследований... что человек, который заказал эту работу, он достоин не только того поста, на который он на самом деле претендует, ... этого человека очень легко вычислить. Я не буду говорить, кто это. Это не имеет значения ... в данном случае. Это просто пример того, как делается якобы социологическое исследование, приводятся какие-то рейтинги, которые высосаны из пальца...

С. Ф.: А почему в таких вещах, Михаил Борисович, заведомо исключаются те люди, которые уже регистрируются быть мэром?

М. К.: Ну, сейчас трудно сказать... Дело вот в чём. Если мы знаем точно...

С. Ф.: Это такая технология специальная? Или нет?

М. К.: Это специальная технология и я сейчас об этом скажу. Но дело в том, что сейчас трудно просто узнать, пожалуй, даже специалистам, кто на самом деле, кроме двух, уже известных, скажем, персонажей, хочет баллотироваться, хочет побороться за кресло мэра... то, что Руслан Борисович Боделан и Эдуард Иосифович Гурвиц собираются – это известно. Все остальные – пока список неизвестен. Список не предъявлен, но он будет предъявлен где-то в начале марта. Поэтому тут возможны предположения... И это можно делать. Но включите тех, кто точно будет за это бороться. Не включили. ... Т. е. заведомо исключили тех, кто ... реальные кандидаты, реальные претенденты. Для чего? Для того, чтобы получить те результаты, которые нужны. Для того, чтобы эти результаты не внушали особенного такого недоверия. ... есть такое понятие в социологии – репрезентативность. Это способность маленькой модели... – 400-500 человек, скажем, опросить одесситов, и мы получаем возможность – если правильно отобрать этих одесситов и задать правильно вопросы, грамотно, то мы можем получить...

С. Ф.: Сейчас, я прошу прощения, нас сейчас одесситы не поймут, – скажут: что значит “правильно отобрать”? Это каких-то специальных людей отбирать?

М. К.: Нет, ни в коем случае. ... Закон номер ноль ... при отборе в выборочную совокупность (так это называется) заключается в следующем. Каждому, любому одесситу должна быть предоставлена процессом отбора равная возможность попасть в выборку. Т. е. каждый из нас должен иметь такую возможность. Так должна быть разработана вот эта процедура отбора, чтобы это правило соблюдалось стопроцентно. Если оно соблюдается, – сама выборочная совокупность получается уменьшенной, но достоверной моделью. Плюс-минус определенная погрешность, но это неизбежно в нашей деле.

Но даже не это самое главное. Самое главное то, чтобы были представлены в инструменте, т. е. в анкете были представлены все наиболее вероятные ... точки зрения, которые существуют в обществе. ... У нас существует какой-то слой людей, который хочет ... на этих выборах выбрать Боделана? Существует. – Дайте им возможность ответить – “Да, я выбираю Боделана”. Существуют приверженцы Эдуарда Иосифовича? Да, существуют. Дайте им возможность тоже поставить птичку соответствующую.

Этого сейчас сделано не было. Т. е. общественное мнение, ... Одессу ... положили в так называемое прокрустово ложе. Был такой персонаж в древнегреческой мифологии. Который путников ловил, “приглашал” к себе. У него было специальное ложе определенной длины. У кого ноги длиннее, он их отрубал, кто был короче, тех он растягивал. Понятно, что такое прокрустово ложе, если оно есть, в инструменте ...

С. Ф.: Здесь отрублены голова и ноги...

М. К.: (продолжая) все отрублено, и здравый смысл тоже... Если такое искажение с самого начала задается, то мы заведомо не получим правильную информацию. Заведомо. Мы получим ту, которую хочет заказчик. Но заказчика тоже пиарщики обманывают. Они ему объяснили, что если он получит высокий рейтинг, он как бы переманит людей на свою сторону. Он получит больше голосов на выборах. ... Это попытка использовать так называемый эффект “фургона с оркестром”. Есть такой термин в американской социологии. Предполагает этот эффект следующее. Если публикуются рейтинги, если у кого-то рейтинг высокий, то люди, поскольку они не любят находиться в стане проигравших, то большинство людей ... колеблющихся, ... и даже не колеблющихся, переходят к этому кандидату. Т. е. публикация высоких рейтингов якобы увеличивает в итоге шансы на победу на ... выборах.

С. Ф.: То есть это как-то опосредованно воздействует на...

М. К.: Да, да, да. Я должен сказать, что мэтры социологии, я имею в виду американской, да и наш опыт указывают, что такого эффекта не существует. Этот эффект существует только среди определённой группы людей. Эта группа людей называется “политики”.

С. Ф.: Так они, получается, публикуют рейтинги сами для себя?! Если они воздействуют только на них?

М. К.: Нет, они искренне убеждены в существовании этого эффекта. Искренне убеждены, потому что этот эффект для них действителен. Действительно, ... действующий политик, он не стремится, и это показали исследования, ... оказаться в оппозиции ... Если он долго будет находиться в оппозиции, он рано или поздно уйдет из вообще из команды. Это ... такой карьерный механизм. Он работает и действительно существует среди политиков. Этот психологический механизм характерен для политиков, но не для избирателей рядовых. Рядовой избиратель, когда он выбирает этого или того, эту партию или ту партию, он руководствуется гораздо более сложным комплексом мотивов. Стимулов у него определённая система целая действует. Это не так всё просто.

...

С. Ф.: Сейчас, в продолжение нашего разговора, мне хотелось бы, Михаил Борисович, ... чтобы мы попытались поставить все точки над "и". Каким же рейтингам, всё-таки, можно доверять? И как определить, это тот рейтинг, которому можно доверять, или нет?

М. К.: Во-первых, я повторяю, можно доверять тем рейтингам, которые получены в результате грамотной, профессиональной работы ответственных фирм, ответственных коллективов социологических. В принципе, можно с уверенностью до 95% судить об этом по некоторым очень простым признакам. Эти, кстати, признаки обозначены уже официально, уже узаконены в нашем Законе Украины про выборы народных депутатов... есть такая статья..., пункт ... Между прочим, далеко не все средства массовой информации исполняют этот пункт.

С. Ф.: Может быть они не совсем ознакомлены?

М. К.: Должны бы, в принципе... Звучат эти требования так: ... средства массовой информации в случае опубликования результатов опросов общественного мнения, связанного с выборами депутатов, обязаны ... обозначить организацию, которая проводила опрос,... время его проведения, т. е. дату проведения (это важно), количество опрошенных, метод сбора информации, ... точные формулировки вопросов, которые приводились, которые использовались при самом опросе... статистическую оценку возможной ошибки.

Имеется в виду фактическую* погрешность.

Не ту, которая может быть теоретически рассчитана, зная объем выборки, а фактическую. Существуют методы расчёта этой ошибки, этой погрешности, которая реально получается. Потому что при одном и том же объеме выборки сегодня может получиться такая ошибка выборки, а завтра другая.

* Примечание 2010 г.: Восемь лет тому назад требования законодательства были неправильно истолкованы мною. Формально говоря, оно требовало и требует по сей день указывать именно возможную (априорно рассчитываемую по формулам теории математической статистики) величину ошибки, а не её фактическую величину. Дело в том, что с самого начала работы "Пульса" мы, напротив, привыкли рассчитывать и приводить в своих отчётах, информационно-аналитических справках и публикациях фактическую величину погрешности исследования (по т. наз. контрольным характеристикам), а не теоретически возможную. Поскольку в реальной жизни разумнее принимать решения, учитывая в расчетах именно фактическую погрешность.

Для чего важно это знать, для чего важно, чтобы это публиковалось? Начну с конца. Потому что когда социолог пишет, что ошибка выборки такая-то, – он же не просто так пишет. Он пишет для

того, чтобы заказчик и публика знали, что если у какого-то кандидата рейтинг, скажем, пятнадцать процентов, а ошибка или погрешность выборки фактическая плюс-минус три процента, то это значит, что реально...

С. Ф.: у него либо двенадцать, либо восемнадцать.

М. К.: у него [рейтинг] вот в этом диапазоне лежит. И вполне может быть, что человек, у которого рейтинг в двенадцать процентов, ... по существу тот же самый рейтинг имеет. Поэтому это очень важный показатель. Это раз.

Во-вторых. Ну, о том, что важно точно приводить вопрос, который использовался, это понятно. Вот я приводил до этого пример, как неправильно сформулированный вопрос может повлиять (и существенно) на результаты. Сам Гэллуп, ... мэтр из мэтров, он говорит, что при массовых опросах ... ничто не является столь трудным и столь важным, как выбор и формулировка вопросов. Поэтому очень важно, чтобы люди представляли – что на самом деле спрашивали у респондентов так называемых. Т. е. у людей, которые отвечают на вопросы. Далеко не всегда ... это правило соблюдается. А просто уже приводят как бы аналитические выводы, аналитические резюме вопроса. Это неправильно.

С. Ф.: В последнее время рейтинги звучат именно таким образом: “Если бы мэра выбирали в это воскресенье, то мы бы проголосовали вот так”.

М. К.: Если ...так задавался вопрос, и так и публикуется, ... это правильно. Если же задается вопрос “За кого вы проголосовали бы в ближайшее воскресенье?”, а пишется, публикуется что “рейтинг ... Боделана такой-то, рейтинг Костусева такой-то”, то вот это уже неправильно. Нужно при этих рейтингах ... публиковать – как же задавался сам вопрос. И набор вариантов тоже, соответственно, – так, как предлагалось респондентам.

Метод сбора информации. ... Этим тоже часто злоупотребляют. Не называют в точности – что за метод использовался. Одно дело – опрос на улицах. Кстати, опрос на улицах (мы тоже им широко пользуемся), если его грамотно организовать, правильно, по всем правилам науки, – это очень сложно, кстати говоря, сложнее, чем опрос по телефону или на дому. ... Я не буду сейчас вдаваться в технику...

С. Ф.: А как без этого определить, это тот опрос, который проводите вы как профессионалы, или же это опять какая-то шарашкина контора?

М. К.: Во-первых, в отличие от шарашкиной конторы, которая организовала вот этот (снова демонстрируется оранжевого цвета листовка “ПрайМЭРиз”) опрос, ... в наших анкетах всегда сверху пишется ... “Социологический информационно-исследовательский центр “Пульс”, адрес такой-то, телефон такой-то. При желании – бывает, что нам звонят, кстати говоря, проверяют, таки-да мы это опрашивали или просто какие-то самозванцы. Во-вторых, в публикации эти все вещи соблюдаются, требования закона, закон по существу повторяет те требования, которые выработали профессиональные социологи, те требования к публикациям результатов социологических исследований, которые мы выработали. Это с нашей подачи их включили в закон. И правильно, потому что иначе ни публика, ни коллеги, никто не может проверить, насколько достоверна та информация, которая получилась.

И ещё одно обстоятельство. Любой желающий – и заказчик, и любой желающий, из, скажем, политической партии, ... может прийти и проверить наши, так называемые полевые документы. Мы храним как минимум год анкеты, мы храним как минимум год информацию. по которой нас можно пойти и проверить, опрашивали мы этих людей, не опрашивали. Так ли мы их опросили, так ли мы перенесли информацию на компьютер, так ли мы обсчитали. Т. е. настоящий социолог не боится проверки.

Попробуйте проверить этих людей (демонстрируется оранжевого цвета листовка “ПрайМЭРиз”). Я гарантирую на сто процентов, что их проверить невозможно. Потому что это просто какой-то

фантом. Вот он был, и вот его уже нет. И я уверен, что результаты, которые опубликованы ...высосаны из пальца. Это просто был повод выставить на два дня девочек и мальчиков... Кстати, к ним у меня никаких претензий. Ребята получили возможность заработать. Они, вероятно, даже не подозревали, что они ввязались в грязное дело. Их пригласили, они заработали, какие-то небольшие деньги и всё... Т. е. к ним, как к исполнителям, никаких претензий нет. У меня претензии к вот этим вот, очевидно заезжим, пиарщикам. Претензии, потому что, повторяю, они попытались ... обмануть одесситов ...

...

М. К.: Кстати... вот я сказал, что не существует... “фургон с оркестром”. Вы знаете, социологам было бы крайне выгодно, если бы он существовал. Т. е. мы изготавливаем рейтинги, эти рейтинги влияют на процесс, ну, естественно, что у нас было бы больше...

С. Ф.: Значит вы наиболее влиятельная сила в этом государстве! Конечно, конечно, с вами считаются.

М. К.: ...мы влиятельные люди, уважаемые люди, нам было бы больше заказов, больше платили и т. д. На самом деле нет этого, нет этого. Вот тот же Гэллуп писал, что он работал, его Институт Гэллупа работал уже десятилетия, десятилетия, но никогда он не наблюдал влияния этого. Я не склонен ему не доверять. Повторяю. – Это в нашу бы пользу в принципе было бы. ... Вот такие признаки очень простые: если фирма ответственная, и это по каким-то...

С. Ф.: Т. е. любой из людей, к которым подходят на улице, либо же звонят по телефону и спрашивают, просят принять участие в опросе, он должен, он имеет право поинтересоваться – кто проводит этот опрос

М. К.: Конечно. Во-первых, у нас просто это на анкете... Вот у нас буквально завтра начинается уличный опрос. На анкете сверху пишется и с одной и с другой стороны, что есть такой Социологический центр, наш телефон, наш адрес. Любой может позвонить, проверить. Наши люди имеют такой, ну, бейджик это называется, такое ... удостоверение, с печатью... Там тоже обозначено, что это наш интервьюер. Т. е. это не какие-то анонимы... Мы уже больше десяти лет, двенадцать лет работаем в Одессе. И отчасти поэтому нам ужасно обидно и досадно, когда приезжают какие-то ... халтурщики и ликвидируют то не очень-то большое доверие, которое существует по отношению к нам.