А. Ослон

Общественное мнение
в контексте социальной реальности

Благодарность. Прежде всего позвольте мне поблагодарить любезных хозяев клуба “Bilingua”. Я согласился прочитать эту лекцию не только для них, не только для вас, но и для себя. Поскольку поговорить о социальной реальности в контексте общественного мнения или, наоборот, об общественном мнении в контексте социальной реальности – это редкая, очень важная для меня возможность. За это большое спасибо.

О себе. Поскольку речь пойдет об основаниях, я хотел бы начать с самого начала – то есть... с себя. По образованию я не социолог, не философ, а инженер, и много лет занимался методами анализа данных и программированием. К социологии я имел отношение только в том смысле, что в этой сфере применялись мои программы, – например в Новосибирске, у Татьяны Ивановны Заславской, где ее сотрудники считали с их помощью свои массивы данных. Я в принципе знал, что социология – это там, где проводятся опросы, поскольку данные возникали из опросов, но у меня была своя жизнь: формулы, алгоритмы и программы. В конце 87-го года, когда создавался ВЦИОМ, Заславская пригласила меня в Москву (я жил в Туле). И я оказался среди социологов.

В 92-м году группа сотрудников ВЦИОМа вышла из этой государственной организации и образовала Фонд “Общественное мнение”. Точнее, с 92-го года Фонд “Общественное мнение” стал действовать самостоятельно и пустился в свободное плавание.

В первые годы вопросы о смысле того, что мы делали, не возникали, поскольку надо было проводить опросы и выживать. Но со временем, когда мы научились делать опросы и по всей стране, и по отдельным регионам, и по разным группам, стали актуальными вопросы: что же мы изучаем? Что означают наши результаты? Как их интерпретировать? Время упоения самим фактом возможности проведения опросов стало проходить, и в нашей работе надо было искать какие-то новые смыслы. Если первая часть моей жизни, техническая и компьютерная, закончилась в 1988 году книжкой “Функциональное шкалирование” (с соавторами), то нынешний этап зафиксирован в статье “Эпоха охвата в мире теорий”, опубликованной в журнале “Отечественные записки” (2003 год, № 4). Там я в первый раз попытался изложить на бумаге то, к чему стал приходить за последние, пожалуй, десять лет.

Реальность – это то, что люди считают реальностью. Люди могут понимать друг друга, то есть координировать свои действия и коммуницировать, только тогда, когда считают реальностью примерно одно и то же

Я начал сегодняшний разговор со своей персоны, чтобы прояснить собственную мотивацию:

Лекция была прочитана 24 мая 2006 года в клубе – литературном кафе “Bilingua” в рамках проекта “Публичные лекции «Полит.ру»”.

полтора десятка лет практики проведения опросов привели меня к мысли, что суть этого занятия не исчерпывается получением процентных распределений, а также к иным мыслям, которые я попробую изложить.

Структура лекции. Лекция будет разбита на четыре части. И каждая часть будет включать слова, использованные в заглавии, то есть "общественное мнение" и "социальная реальность", а еще – слова "Фонд" и "журнал". Первая, основная часть будет связана непосредственно с темой "Общественное мнение в контексте социальной реальности". Вторая: "Фонд «Общественное мнение» в контексте социальной реальности". Третья: "Общественное мнение в контексте журнала «Социальная реальность»". И четвертая: "Фонд «Общественное мнение» в контексте журнала «Социальная реальность»".

Общественное мнение в контексте социальной реальности

Социальная реальность. Исходный вопрос, на который нужно ответить прежде всего, – что такое реальность? Я здесь не оригинален, и тем не менее с нахальством неофита попытаюсь сказать, что это. Реальность – это то, что люди считают реальностью. И исходя из этого они говорят, действуют или ничего не делают. Если человек считает, что в его доме поселился домовой, – для него это реальность. Он слышит, как тот стучит, ходит, ворует на кухне мелкие предметы, – и это *его* реальность, но другому человеку ее трудно объяснить. Хотя есть вероятность, что он встретит того, кто с ним согласится, и у них возникнет совместное понимание того, что домовой – реальность. Тогда у них будет общая, разделяемая обоими реальность. Вообще, люди могут понимать друг друга, то есть координировать свои действия и коммуницировать, только тогда, когда считают реальностью примерно одно и то же. В этом смысле их общая реальность является социальной, то есть со-вместной, общественной, и именно в ней и относительно нее могут разворачиваться социальные процессы с ее участниками – то есть с теми, кто разделяет мнение, что эта реальность реальна. Чтобы взаимодействовать, нам надо исходить из хотя бы в чем-то совпадающих определений и хотя бы как-то синхронизированного понимания предмета взаимодействия, того, на что направлено наше внимание. Это могут быть материальные или воображаемые объекты, воспринимаемые или никогда не виданные явления, а также идеи, понятия, категории, символы и т. д. Очевидно, что язык, которым владеют участники социальных процессов, – фундамент их социальной реальности. При этом каждый участник социальной реальности имеет собственные специфические представления о ней, но эта специфика "прячется" где-то глубоко в индивидуальных представлениях. А на поверхности – то общее, что делает достаточно вероятным хотя бы какой-то уровень взаимопонимания.

Социальные теории. Если поместить в фокус внимания какой-то фрагмент социальной реальности и выделить в представлениях участников этой социальной реальности общую часть, то можно говорить о том, что я называю "социальной теорией".

Во-первых, это понятие дает возможность экстрагировать из индивидуальных представлений то, что, собственно, создает этот фрагмент социальной реальности для ее участников, что дает им возможность взаимодействий и коммуникаций относительно этого фрагмента. С его использованием можно говорить, что "мы" разделяем общую теорию и в силу этого считаем реальностью примерно одно и то же.

Во-вторых, о ком-то можно говорить, что "он" взял на вооружение ту же теорию, что и "мы", и следовательно, у нас теперь общая социальная реальность. Теория, принятая на вооружение, ставшая моим личным знанием, становится моим собственным субъективным представлением, и она может передаваться и распространяться в ходе коммуникаций – как непосредственных, "лицом к лицу", так и опосредованных, с помощью медиапосредников, то есть через книги, газеты, телевизор и т. д. Когда мы общаемся, мы непрерывно создаем, подтверждаем, трансформируем социальные теории, которые в модифицированном виде продолжают распространяться до тех пор, пока происходят коммуникации.

В указанном смысле понятие теории обозначает некую метафизическую сущность, теория

может проявлять себя для нас только в виде версий, рожденных в коммуникациях. Версии теории, запечатленные в памяти разных людей, разумеется, могут существенно различаться, так как теории, будучи "взятыми в себя", то есть интернализованными, становятся индивидуальными субъективными представлениями. То же можно сказать о версиях теории, зафиксированных в объективированном виде: в текстах, в артефактах культуры, в технических устройствах памяти, – все они порождаются субъективными представлениями и, следовательно, в принципе не могут быть идентичными.

В ходе разговора о социальных теориях правильно было бы, конечно, различать теории как абстрактные идеализированные формы – и воплощенные версии, доступные для восприятия. Но обычно этого не делают, так как из контекста ясно, о чем идет речь.

Широко распространенные и не вызывающие сомнений теории становятся частью социальной реальности для больших масс людей и приобретают характер "социальных фактов", описанных Дюркгеймом. Они принуждают тех, кто признает их истинность, к определенным поступкам: например, мыть руки перед едой в силу доверия гигиенической теории об угрозе, исходящей от микробов на немытых руках. Более того, теория может заставить своего носителя применить санкции по отношению к тому, кто не разделяет ее, – например, не пустить к столу ребенка с немытыми руками. Можно сказать, что теории мобилизуют своих носителей, добиваясь распространения, и ведут, таким образом, конкурентную борьбу с другими теориями.

Типы теорий. Мы разделим социальные теории на четыре типа в зависимости от их сложности, глубины и, как следствие, трудности их освоения.

Первый тип – "научные теории". Они претендуют на статус истинных, так как соответствуют логическим правилам построения "правильных" умозаключений и строятся на фундаменте проверяемых и воспроизводимых эмпирических фактов. И то, и другое служит доказательством их обоснованности. Научные теории признаются истинными до тех пор, пока не будут обнаружены опровергающие их факты или предложены иные интерпретации тех же эмпирических фактов. Тогда на смену одой теории приходит другая, но в науке этот процесс, как его описывает Карл Поппер, происходит чаще всего в форме уточнения, развития и разветвления старой теории. Так постепенно развивается своего рода "пучок" теорий в виде раздела научного знания, который в конечном счете застывает и перестает развиваться либо претерпевает резкую ломку и заменяется новым "пучком" теорий. Механизм подобного рода научных революций известен как смена парадигм, и его теория описана Томасом Куном. Это, кстати, типичный пример научной теории, истинность которой признается не только потому, что она логически выверена и увязывает эмпирические факты, но и благодаря авторитетной поддержке тех, кто признает ее истинность. Такой, социальный, способ обоснования характерен для теорий всех типов, хотя применительно к научным теориям о нем редко говорят вслух.

Второй тип – "специальные теории". Они распространены в кругах специалистов и представляют собой концентрированный опыт проб и ошибок, своего рода накопленное профессионалами особое экспертно-практическое знание. К таковым относятся, например, инженерные, военные, политические, управленческие, экономические и прочие теории. Овладение ими требует труда не меньшего, чем овладение научными тео-

риями, но их отличие – в том, что вместо претензий на истинность они претендуют на ценность для тех или иных практик. Тех, кто владеет специальными теориями, называют профессионалами, экспертами, специалистами, подчеркивая тем самым объем их знаний и компетентность. В работе Альфреда Шюца "Хорошо информированный гражданин" говорится: *"Знание эксперта в пределах некоторой узкой области является ясным и отчетливым. Оно базируется на проверенных утверждениях, его суждения – не просто догадки или произвольные утверждения"*.

Третий тип – "продвинутые теории". Они не относятся ни к научным, ни к специальным, но характерны для знающего, эрудированного человека, разбирающегося в каком-то фрагменте социальной реальности, способного достаточно логично рассуждать о нем и аргументировать свои суждения. Можно сказать, что они – поверхностные слепки с научных и специальных теорий. Человек не может быть специалистом во многих сферах, но может обладать широким кругозором, то есть владеть целым спектром продвинутых теорий. Представления такого человека достаточно разумны, в какой-то мере непротиворечивы и логичны, они могут быть не очень глубокими, но соответствуют каким-то элементам теорий ученых, специалистов и самое главное – здравому смыслу.

Социальные теории делятся на четыре типа в зависимости от их сложности, глубины и трудности освоения: научные, специальные, продвинутые и наивные теории

Шюц называет его "хорошо информированный гражданин": *"Он располагается, – пишет Шюц, – между экспертом и обывателем. С одной стороны, он не обладает экспертным знанием и не имеет целью его приобрести. С другой – он не довольствуется фундаментальной смутностью простого рецептурного знания и иррациональностью своих непроясненных страстей и чувств. Быть хорошо информированным – значит прийти к разумно обоснованным мнениям в областях, которые, насколько ему известно, или хотя бы косвенно, представляют для него интерес, хотя могут не иметь значения для его личных целей"*.

И, наконец, четвертый тип – "наивные теории": смутные, фрагментарные, несвязные, неполные, алогичные, иррациональные, стереотипные, неустойчивые, недолговечные. Они имеют характер застывших в памяти автономных алгоритмов производства суждений/действий по тому или иному поводу, своего рода рецептов, срабатывающих в подходящей ситуации (и включают в себя, кстати говоря, механизмы распознавания таких ситуаций). В определении "наивные" нет уничижительного подтекста, а лишь подчеркивается их простая структура вида "стимул-реакция", внутренняя беспроблемность, автоматизм, аналогичный физиологическим рефлексам и детской непосредственности. Шюц пишет о носителе наивной теории: *"Ему свойственно знание рецептов, как в типичных условиях типичными средствами добиваться типичных результатов. Рецепты указывают такие процедуры, которым можно доверять, даже если отсутствует их ясное понимание"*.

Знания каждого из нас могут состоять, вообще говоря, из теорий всех четырех типов, причем подавляющая их часть – это воплощение наивных теорий. Чтобы жить, нужно "носить" в себе целый океан наивных теорий, в глубинных слоях которого – те, что доведены до полного автоматизма, и для их запуска не требуется осознавания (неявное, фоновое знание), тогда как на поверхности – наивные теории, сопровождаемые процедурой типа "надо подумать". Что касается продвинутых теорий, то они – материки в этом океане, а специальные и научные теории, если они есть, – отдельные острова и архипелаги.

Мир теорий. Итак, социальная реальность – это то, что считает реальностью некоторая группа людей, или, другими словами, группа носителей теории (комплекса теорий), определяющей эту общую реальность (точнее, фрагмент социальной реальности, соответствующей этой теории). Иногда носители теорий осознают свою принадлежность к группе и считают себя единомышленниками, соратниками, коллегами, согражданами и пр. Гораздо чаще такого рода самоидентификация

в явном виде не проявляется, так как сходство индивидуальных реальностей воспринимается как что-то само собой разумеющееся, а теория, создающая это сходство, относится к неявному, фоновому знанию. Например, пешеходы не осознают себя как группу, хотя все они синхронизированы заученными до автоматизма правилами передвижения по улицам. Но и в этом случае следует говорить о группе людей, способных в каких-то аспектах находить взаимопонимание и взаимодействовать, то есть о социальной общности.

Таким образом, социальная общность составляется из людей, которые видят мир в каком-то его аспекте похожим образом, поскольку разделяют общую теорию. Поэтому можно сказать, что теории производят социальные реальности. Если представить себе абстрактный, метафизический мир, "населенный" теориями, то, получается, этот мир предопределяет всевозможные социальные реальности, а также социальные общности носителей соответствующих теорий. Этот мир теорий похож на то, что Карл Поппер в своей теории "трех миров" называл "третьим миром". "Первый мир" у него включает все материальные объекты, явления, процессы, "второй мир" – все субъективные феномены мышления и чувствования, а "третий мир" – все творения человеческого разума, продукты мышления, теории, переведенные в объективную форму, то есть записанные в "устройства" памяти и доступные для других людей (рукописи, книги, картины, скульптуры, конструкции, дискеты, микропроцессоры и т. д., и т. п.).

Понятие мира теорий дает возможность увязать триаду "теория-социальная реальность-общность" и провести различения между "живыми" и "мертвыми" теориями исходя из того, обладают или не обладают они в данный момент "своими" общностями. Вероятность общности повышается у тех теорий, которые содержат те или иные механизмы поддержания и расширения общности. Например, такой вид теории как "идеология" не только указывает, что ее носителям следует считать в своей социальной реальности истинным, правильным, моральным и т. д., но и принуждает их убеждать в своей правоте других людей, "втягивать" их в социальную реальность этой идеологии, расширять число ее носителей. Я называю этот процесс "захватом", и состоит он в том, что "захваченный" человек превращается в носителя теории и, в пределе, в ее сторонника. Быть сторонником – это значит верить в правильность теории, быть готовым убеждать других в ее истинности, мыслить, говорить и совершать действия в соответствии с этой теорией. Сторонник теории может быть предан ей от мягкого с ней согласия до фанатизма. Последнее соответствует наибольшей глубине "захвата".

Любая теория требует от своих сторонников так или иначе отстаивать ее, пропагандировать, убеждать, "захватывать", втягивать в ее орбиту других людей. Таким образом, силами сторонников теории борются между собой, конкурируют, стремятся расширить свои общности, увеличить свой "охват". Идеологии относятся к особо агрессивному виду теорий. Они претендуют на формирование у своих сторонников определенного мировоззрения, разделяют мир людей на "своих" и "чужих", требуют активных действий по отношению к "чужим", то есть к сторонникам других теорий-идеологий. Всем известный и знакомый марксизм-ленинизм – яркий пример такого рода теории. Ее носители отличаются специфической "картиной мира", в которой центральное место занимает преданность ("верные ленинцы"), взаимный контроль ("нет пощады предателям"), жесткое отношение к носителям других теорий ("кто не с нами, тот против нас"), активное рекрутирование новых сторонников ("молодая смена") и, конечно, особое, материалистическое, мировоззрение. Научные теории тоже, кстати, стремятся к возможно более глубокому "захвату" и возможно более широкому "охвату", но по своей агрессивности они не могут сравниться с идеологиями и, скажем, с некоторыми радикальными религиозными теориями.

Вообще, в мире теорий происходит много интересного, так как теории борются между собой "руками" своих носителей за "умы" все новых и новых людей, то есть они конкурируют и, следовательно, с разной степенью успешности выживают. Более того, они, опять-таки силами своих носителей, модифицируются, и так как этот процесс влияет на выживание, получается, что в этом

мире происходит эволюция теорий, возникают и исчезают виды теорий, сменяют друг друга исторические эпохи и т. д. Например, в Средние века борьба между теориями имела совсем иной характер, нежели в Новое время, когда с появлением книгопечатания и массмедиа началась эпоха активной экспансионистской борьбы между теориями "за умы". Рассуждения на эту тему как раз и содержатся в моей уже упомянутой статье "Эпоха охвата в мире теорий".

Социальные поля. Теории не только конкурируют, но и сотрудничают между собой, образуя устойчивые комплексы, способствующие их эволюционной успешности. Это означает, что если кто-то "захватывается" какой-то теорией такого комплекса, то с высокой вероятностью он становится носителем и других входящих в него теорий. Можно представить мир теорий в виде пространства, в котором теории одного комплекса локализованы в относительно небольшой области. Тогда о людях, "охваченных" теориями этого комплекса, можно говорить, что они оказались в его области, или в поле его воздействия. Это соответствует тому, что Пьер Бурдье называл социальным полем: *"Социальное поле является местом действий и противодействий, совершаемых агентами, обладающими постоянными диспозициями, которые некоторым образом усвоены в ходе опыта нахождения в данном поле. Агенты реагируют на отношения силы, на структуры, они их конструируют, изобретают, воображают, представляют себе и т. п."* (из книги П. Бурдье "О телевидении и журналистике".)

Можно сказать, что те, кто оказался в одном поле, вооружены общим комплексом теорий, находятся в общей социальной реальности. Например, в поле науки действует определенный свод правил, норм, образцов, то есть множество теорий о том, как устроены взаимоотношения между научными работниками, какие действия допустимы, что является критериями истины, открытия, научного успеха и т. д., и т. п. Быть научным работником – значит исповедовать целое множество теорий, соединенных в один общий – научный – комплекс. Кроме поля науки, можно говорить о полях политики, религии, о поле бизнеса, искусства. И каждое из них конституируется, соответственно, политическими, религиозными, экономическими, эстетическими комплексами теорий. Можно говорить, например, о поле инженеров, имеющих свой специфический взгляд на вещи, свои основополагающие теории. Я, как бывший инженер, хорошо с этим полем знаком: мир представляется большой сложной машиной, а деятельность в нем – множеством проектов и реализующих их алгоритмов. Об этом, кстати, ярко и зло писал Ф. фон Хайек в книге "Контрреволюция науки".

Рассматривая социальные поля, П. Бурдье (а также и Никлас Луман, обозначавший их как функциональные подсистемы общества) подчеркивал автономность полей и разрывы между ними. Быть в какой-то момент в каком-то поле – значит не быть в других полях. Переходить из одного поля в другое – значит совершать скачок, становиться в какой-то мере другим. Например, обыденное понимание армии: это люди в военной форме, на военной службе, в разных армейских чинах, они готовятся к войне или воюют. Но если следовать той логике, о которой я говорю, то армия – это не люди, а "армейское" поле – специфический комплекс теорий. А люди, находящиеся в этом поле и идентифицируемые как военнослужащие, – носители и исполнители теорий этого комплекса со своими особыми способами видения мира, производства суждений и действий и т. д. Но военный вне армейского поля – уже не военный. Он может переходить в поле повседневности (семья, домашние заботы), в поле медицины (если болеет и лежит в госпитале), наконец, в поле своих увлечений (если, допустим, собирает марки и посещает клуб филателистов). Впрочем, внимательный наблюдатель сможет различить "армейскую косточку", то есть следы армейского поля, и в сугубо гражданских ситуациях.

Социальные поля различаются по степени детализации лежащих в их основе комплексов теорий, а также по их жесткости и требовательности к оказавшимся в них людям – агентам полей. На одном полюсе лежат диффузные поля, соединяющие людей во временные и аморфные общности, на другом полюсе – жестко структурированные поля, называемые социальными институтами и оказывающие на своих участников вполне ре-

альное принуждающее воздействие. Это происходит, разумеется, силами других участников, выполняющих соответствующие функции в рамках институтов, включая наложение санкций за недопустимые отклонения от требуемых норм, подготовку новых поколений, передачу традиций.

Любое профессиональное поле включает в себя соответствующие институты и при их посредстве добивается от любого своего агента, чтобы он был специалистом или, иными словами, чтобы он владел специальными или даже научными теориями этого поля. Относительно "чужих" полей этот же человек может располагать всего лишь наивными теориями или, если они почему-то имеют для него значение, – продвинутыми теориями. Так, агент юридического поля, например адвокат, должен отлично знать кодексы законов и обширные их толкования. От инженера же эти знания не требуются, он может обойтись самыми смутными и наивными представлениями о сфере юриспруденции. Хотя, с другой стороны, жизненные обстоятельства могут "втолкнуть" его в эту сферу и заставить овладевать продвинутыми юридическими теориями.

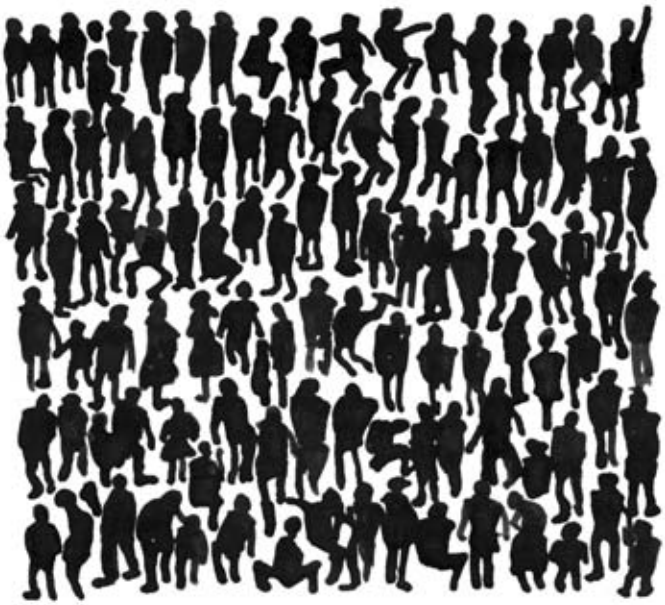
Массовое поле. Вот так, издали, я двигаюсь к тому, чтобы все-таки прийти наконец к разговору об общественном мнении. Столь длинный путь необходим, так как это понятие – слишком сложное, чтобы взять и просто разобраться с ним. И предварительный разговор еще не закончен: кроме тех полей, о которых я рассказал и которые конституируются специфическими комплексами теорий, надо рассмотреть еще одно поле. Это – "поле полей", включающее в себя все наивные теории, какие только есть в мире теорий. В этом смысле оно объединяет наивные компоненты всех социальных полей, весь океан наивных теорий. Каждый человек с первого и до последнего своего дня – участник этого "поля полей", так как обязательно владеет какими-то из имеющих в нем хождение наивных теорий – иначе он просто не сможет жить среди людей. Поэтому я называю это поле массовым.

В личностном знании наивные теории, взятые из массового поля, составляют львиную долю, и на их фоне знание научных, специальных и продвинутых теорий – капля в море. В то же время по отношению ко всему массовому полю личный запас наивных теорий микроскопически мал: любой человек о подавляющем большинстве теорий массового поля понятия не имеет. О каких-то – он только слышал, но ни подумать, ни тем более сказать о них ничего не может. И только о некоторых – знакомых – темах мы имеем какие-то представления, можем вступать в коммуникации и совершать осмысленные с точки зрения этих представлений действия. Такого рода коммуникации/действия могут происходить в любых социальных ситуациях и в любых социальных средах, за исключением тех, где наивных теорий недостаточно и взаимодействие происходит исходя из более глубоких – продвинутых, специальных или научных – теорий. Например, о теории относительности многим вообще нечего сказать, немногие – могут наивно порассуждать о ней (особенно если разговор затрагивает личность Эйнштейна), но только немногие знают что-то большее и могут коммуницировать компетентно. Им, кстати, наивные разговоры на эту тему не только неинтересны, но представляются досужими, глупыми и бессмысленными. То же самое касается любой темы – от Америки до воспитания детей, от плохой работы правительства до предстоящего ремонта в подъезде. В этом необозримом тематическом спектре всегда наиболее частыми оказываются коммуникации обыденные, повседневные, не требующие особой компетентности, то есть порождаемые наивными теориями массового поля. Тогда как коммуникации, базирующиеся на более основательных знаниях, происходят гораздо реже (носителей более глубоких теорий по численности гораздо меньше) и только в определенных ситуациях (на-

Социальная общность составляется из людей, которые видят мир в каком-то его аспекте похожим образом, поскольку разделяют общую теорию. Поэтому можно сказать, что теории производят социальные реальности

пример, научные теории в трамвае обсуждаются крайне редко).

Таким образом, второе имя массового поля – это "поле повседневности", и оно, как писал Альфред Шюц, имеет по сравнению с любыми другими полями (он их называет "конечные области значения") тотальный характер. Оно – социальная атмосфера, в которой живет и постоянно коммуницирует каждый человек, подобно тому, как он живет и дышит в физической атмосфере в каждое мгновение своей жизни. Несмотря на широту и диффузность, массовое поле активно принуждает каждого из нас осваивать все новые и новые наивные теории. Жизнь человека в массовом поле, то есть в мире повседневности – постоянное движение, суть которого – приобретение новых наивных знаний наряду, конечно, с забыванием старых. Так происходит потому, что массовое поле инициирует непрерывно развивающуюся сеть коммуникаций, в которой те, кто уже "знает", так или иначе принуждают узнавать тех, кто еще "не знает". Жить среди людей – означает быть всегда в этой сети, постоянно быть под напряжением "силовых линий" массового поля и, следовательно, ежечасно подвергаться "бомбардировке" наивными теориями.



Репрезентативные опросы. Идея рассматривать мир теорий как массовое поле, оказывающее, подобно гравитационному полю, воздействие на каждого живого человека, дает возможность описать процедуру репрезентативного опроса по аналогии с физическими измерениями.

Здесь следует подчеркнуть, что речь идет только об опросах, основанных на вероятностных выборках респондентов (обычно говорится о взрослых людях от 18 лет и старше). Такие опросы отличаются, во-первых, тем, что в них четко определяется генеральная совокупность, то есть то население, которое должно быть репрезентировано (представлено) выборкой (чаще всего это жители определенной территории – страны, региона, области и т. д.). Во-вторых, в них обязательно применяется какая-то из процедур отбора респондентов, обеспечивающих для каждого человека из генеральной совокупности равную вероятность попасть в выборку. При таком подходе математическая статистика гарантирует, что полученные на выборке процентные соотношения между ответами респондентов можно экстраполировать на все исследуемое население. Иными словами, можно утверждать, что если бы был проведен сплошной опрос, были бы получены те же результаты, что и при опросе небольшой вероятностной выборки респондентов. Это, конечно, упрощенное описание, но уже из него ясно, что никакие опросы на улицах, по радио, через интернет не репрезентативны, так как выборки в них – не вероятностные. Тогда как наши, ФОМовские, опросы населения в принципе являются таковыми, потому что их выборки изначально конструируются с учетом требования репрезентативности. Поэтому когда после опроса мы заявляем, что это говорит население, а не только опрошенные респонденты, мы имеем на то достаточно веские основания.

После этой краткой справки о репрезентативных опросах вернемся к понятию массового поля и выдвинем следующее утверждение. Опрос, проведенный в какой-то момент на какую-то тему и репрезентирующий какую-то совокупность людей, фиксирует на данный момент и для этой совокупности состояние массового поля в отношении этой темы. Иначе говоря, опрос показывает, какие теории, связанные с этой темой, освое-

ны и проявляют себя в ответах респондентов, а также каковы соотношения между "охватами" этих освоенных теорий. При этом главную роль играют именно наивные теории, так как теории научные, специальные и продвинутые имеют относительно малые и даже микроскопические "охваты". Таким образом, репрезентативные опросы населения – это метод изучения массового поля, инструмент выявления в этом поле находящихся в обращении наивных теорий.

Наивные теории, выявляемые опросами. Типичный пример исследования массового поля – выяснение того, как люди интерпретируют понятия, не слишком укорененные в языке и практике, но часто употребляемые специалистами. Это делается с помощью вопроса "Что это, как Вы это понимаете?", задаваемого в открытой форме, когда высказывания респондента дословно фиксируются интервьюером. Если, например, взять постоянно присутствующую в СМИ тему "инвестиции", то выясняется, что в понимании этого термина имеет место значительное разнообразие. Большинство респондентов готовы говорить об этом, но далеко не все высказывания соответствуют тому, что имеют в виду специалисты, говоря об инвестициях. "Наивные теоретики" часто говорят об инвестициях как о "воровстве", "обмане", "жизни с протянутой рукой", "нищете", "финансовой помощи" и т. д. Это хороший пример того, как происходит наполнение житейскими смыслами достаточно четкого для специалиста понятия, насколько сильно могут отличаться наивные теории от специальных и насколько велико их разнообразие. Но, надо отметить, наивные теории об инвестициях не слишком важны для специалистов и управленцев. Другое дело – выборы: здесь представления людей, по-своему, по-житейски понимающих политическую ситуацию, имеют гораздо большее значение, так как каждый гражданин обладает голосом, независимо от того, носителем какой теории он является – научной (политолог), специальной (политик, политконсультант), продвинутой (политически активный гражданин) или наивной (политически пассивный избиратель, обыватель).

Носители наивных политических теорий составляют подавляющее большинство, поэтому они играют главную электоральную роль и, следовательно, являются главным источником предвыборной озабоченности политиков и политтехнологов. В наивных теориях о политиках и партиях крупицы знаний, почерпнутых из СМИ, перемешаны с эмоциями и чувствами, и они в малой степени связаны с тем, что пишут в своих программах или говорят в своих речах политические персонажи. На самом деле работают два основных фактора. Во-первых, избиратели домысливают, чего хочет политик, они как бы читают его мысли и выстраивают свои теории о его внутреннем мире. Так происходит приписывание политика к какой-то категории: демократ, державник, западник, либерал и проч. Разумеется, не в этих политологических терминах, а на каком-то своем, "естественном" языке, где главенствуют различения хороший/плохой, доверяю/не доверяю. Вторая координата еще дальше от рациональности: оценивается дееспособность политика, запас его сил, воли, способностей добиться того, чего он, как кажется, хочет. Если оценка потенции политика оказывается высокой и одновременно предполагается, что хочет он чего-то позитивного, то такого рода наивная теория подталкивает к голосованию за него. Если большие массы избирателей приходят к выводу о дееспособности политика и одновременно каждый из них приписывает его к какой-то *своей* позитивной категории, то он приобретает особую популярность. Как показывают опросы, именно так произошло и по-прежнему происходит с В. Путиным, и поэтому вот уже почти семь лет рейтинг его популярности столь высок.

Медийное поле. Одним из главных корней, из которых произрастают наивные теории, один из существенных факторов их формирования – это медийное поле. В этом смысле массовое поле и медийное поле очень тесно сопрягаются, недаром, например, так широко распространена наивная теория о гипнотическом воздействии телевидения на население.

Само медийное поле, как и всякое поле, в значительной мере живет своей жизнью: оно автономно, замкнуто, поддерживает для своих участников свою социальную реальность. Его специфическое устройство описывал, например,

П. Бурдье в цитировавшейся книге “О телевидении и журналистике”, а также Н. Луман в недавно переведенной у нас книге “Реальность массмедиа”. Но и без сложной аналитики мы все интуитивно понимаем, что медийное поле устроено и функционирует в соответствии со своим главным смыслом – распространением информации. Этот смысл диктует содержание теорий, которыми медийное поле вооружает своих агентов: необходимо добиваться признания и влиятельности в аудиториях, в противном случае информация будет игнорироваться и ее распространение будет затруднено. Один из главных инструментов решения этой задачи – отбор информации для распространения, определение, что есть главное и второстепенное. На примере новостей мы хорошо понимаем, что “демиурги”, сидящие за кулисами новостных программ, формируя по своим критериям “повестку дня”, могут очень многое изменить в представлениях о том, как устроен этот мир, что следует думать о том-то и как следует относиться к тому-то. Широко известен пример репортажей о войне в Персидском заливе, когда канал CNN впервые явно и откровенно продемонстрировал конструирование вполне определенной картины событий. Мы помним, как канал НТВ времен Гусинского своими “тревожно-правдивыми” новостями описывал мир, полный беспокойства и угроз, а сейчас тот же канал рисует его подчеркнуто спокойно и даже несколько иронично. Возникает вопрос: так это мир изменился или что-то переменилось на канале?

Медийное поле оказывает воздействие прежде всего на массовое поле, на наивные теории. Если программа “Время” сообщит, что Земля не круглая, а иной формы, это будет большая новость, но носители специальных теорий, например астрономы, ее проигнорируют. А носители наивных теорий, которым о форме Земли известно лишь то, что им рассказали в детстве, эту новую информацию воспримут и, возможно, при должных усилиях медийного поля примут. И в их социальной реальности Земля станет не круглой, а квадратной.

Общественное мнение. Чтобы поговорить, наконец, в свете всего сказанного о том, что такое “общественное мнение”, надо сделать последний шаг и разделить массовое поле в его текущем состоянии на три больших региона. В первом регионе мы оставим наивные теории с малыми “охватами”, не имеющие в данный момент сколько-нибудь заметного хождения в обществе. В другой части оказались наивные теории с достаточно большими “охватами”, то есть порождающие крупные общности носителей этих теорий. Это множество широкоохватных наивных теорий мы разделим на второй и третий регионы, где второй регион будет состоять из теорий, не актуальных сегодня, не вызывающих особого интереса и переживаний, не порождающих сколько-нибудь интенсивных коммуникаций. В третьем регионе, напротив, сосредоточим широкоохватные наивные теории, присутствующие по тем или иным причинам в фокусе общественного внимания, в актуальной “повестке дня”. Что это за причины – отдельный вопрос: то ли что-то действительно произошло и СМИ “трубят” об этом, то ли СМИ что-то “раздули” и кажется, что это произошло, – сейчас неважно. В любом случае речь идет о наивных теориях, переживаемых в данный момент многими людьми как важные, как значимые. Этот, третий, регион мы называем “регионом общественного мнения”, а совокупность содержащихся в нем теорий – “общественным мнением”.

Например, тема “птичий грипп” актуализировала несколько широкоохватных наивных теорий, в том числе теорию предстоящей эпидемии, теорию конкурентной борьбы между производителями куриного мяса, теорию информационного “пузыря”, надутого из вполне обычного явления, и т. д. Тема замены льгот денежными выплатами вывела на передний план по крайней мере две теории: протестную теорию “не отнимайте льготы!” и более спокойную теорию “давайте деньги”. Из этих примеров очевидно, что наполнение третьего региона в разные моменты времени может меняться, так как актуальные темы и связанные с ними теории приходят и уходят. По мере потери актуальности теории из региона общественного мнения могут переходить во второй регион широкоохватных, но не слишком важных в данный момент теорий (пример – еще недавно так волновавшие массовое поле наивные теории “озоновых дыр”, финансового кризиса, гибели

принцессы Дианы, дефицита соли и т. д.). Если носители наивных теорий постепенно забывают их, то они могут оказаться и в первом регионе массового поля (как, например, наивные теории конца 80-х годов о хозрасчете, кооперативах, выборности руководителей, которые во времена "перестройки" вызывали феноменальный интерес).

Кроме того, что наивные теории региона общественного мнения являются широкоохватными, актуальными и важными, их отличает еще одно свойство, кажущееся иногда почти мистическим: они оказывают на людей принуждающее воздействие, вызывая сильные эмоции, волнения, переживания, и даже иногда толкают к экстраординарным действиям и поступкам. Поэтому, кстати, некоторые исследователи находят мнимые аналогии между общественным мнением и социальными институтами. Под давлением общественного мнения политики уходят в отставку, правительства останавливают реформы, парламенты, сопротивляясь, принимают законы, работодатели идут на уступки профсоюзам и т. д. Как писала знаменитая немецкая основоположница изучения общественного мнения в Европе Элизабет Ноэль-Нойман, люди обладают "социальной кожей", чувствительной к переживаниям других людей, и склонны присоединяться к этим переживаниям. Указанное "мистическое" свойство общественного мнения – результат эмоционального заражения, когда ты начинаешь волноваться о чем-то потому, что это волнует других. Пусть ты вчера даже не думал об этом, но сегодня это стало для тебя актуальным, заставило рассуждать и даже отложить дела, чтобы отправиться, например, на митинг, чтобы протестовать и требовать того, чего требуют многие. Такие ситуации развиваются по принципу положительной обратной связи: чем больше общность носителей ставшей актуальной наивной теории, тем быстрее она прирастает новыми носителями, тем объемнее и интенсивнее коммуникации, в том числе и в СМИ, тем больше людей "заражаются и присоединяются".

Разделение "широкоохватных" наивных теорий на второй и третий регионы соответствует тому, как Уолтер Липпман (американский мыслитель, который еще в 1922 году издал классическую книгу "Общественное мнение" и ввел в употребление термин "стереотип") разделял просто "общественные мнения" и "Общественное Мнение" с большой буквы: *"Характеристики внешнего мира, которые вытекают из поведения других человеческих существ постольку, поскольку это поведение касается нас самих, зависит от нас или интересно нам, мы можем в первом приближении назвать общественными делами (public affairs). Картины в головах этих человеческих существ, образы их самих, других людей, их потребностей, целей, взаимоотношений – это общественные мнения. Картины, в соответствии с которыми действуют группы людей или индивиды, действующие от имени групп, – это Общественное Мнение с большой буквы"*. (Цитата из книги У. Липпмана, изданной ФОМом в 2004 году).

Выше использовалось сравнение наивных теорий, составляющих массовое поле, с океаном, на поверхности которого – осознаваемые, а в глубинах – доведенные до автоматизма теории. Эту метафору можно продолжить: часть поверхности океана – спокойная, с небольшими волнами (второй регион), а в других местах – штормы, большие волны, ураганы, то есть происходит что-то необычное (третий регион). Из этой картины, кроме всего прочего, видно, насколько непостоянной, зыбкой и условной оказывается граница между вторым и третьим регионами, то есть между тем, что Липпман обозначал как "общественные мнения" и "Общественное Мнение". А первый регион с его малоохватными наивными теориями – это прибрежные зоны океана, разнообразные заливы, бухты, лагуны, весьма специфические и прилегающие к берегам продвинутых, специальных и научных теорий.

Любая теория требует от своих сторонников так или иначе отстаивать ее, пропагандировать, убеждать, "захватывать", втягивать в ее орбиту других людей. Так силами своих сторонников теории борются между собой, стремятся расширить свои общности, увеличить свой "охват"

Океан наивных теорий – это среда, порождаемая мириадами коммуникаций, либо непосредственно в ходе общения между людьми, либо через посредников: массмедиа, кино, книги, интернет и др. В этой коммуникативной среде наивные теории появляются, распространяются, трансформируются, сменяются другими, исчезают. Она – как воздух, которым мы дышим, и, как воздух, мы безостановочно принимаем в себя и выдаем вовне в ходе коммуникаций порции этой среды. Это не физическая атмосфера, это социальная атмосфера. И мы все чувствуем ее точно так же, как чувствуем воздух, но обычно не отдаем себе в этом отчета. За исключением тех ситуаций, когда имеем дело с наивными теориями третьего региона, то есть с Общественным Мнением с большой буквы. Тогда с нами происходит что-то вроде того, что произошло с Остапом Бендером, который ощутил давление воздушного столба, когда влюбился в Зосю Синицкую.

Специальные и наивные теории опросов. Возвращаясь к опросам, следует еще раз подчеркнуть, что они – всего лишь инструмент наблюдения и фиксации текущего состояния социальной атмосферы, этого вечно меняющегося, многомерного и бесконечно сложного объекта. Поллстеры (от англ. *poll* – "опрос") – своего рода социальные метеорологи, расставляющие приборы (вопросники) в нужных точках (в репрезентативной выборке респондентов) и снимающие их показания (в ходе интервью с респондентами). Поллстеры разговаривают с респондентами, предполагая, что примерно так люди разговаривали бы, или, может быть, даже разговаривают между собой, обсуждая те или иные аспекты социальной реальности. Но цель состоит не в том, чтобы просто зафиксировать, что говорят люди, обращаясь к тем или иным темам. На основе опросов выявляются распространенные и актуальные наивные теории, соотношения между их "охватами", и в конечном счете дается описание текущего состояния коммуникативной среды и ее динамики в терминах "обитающих" в ней в данный момент наивных теорий. Так же точно метеорологи снимают со своих приборов отсчеты температуры, давления, влажности, скорости ветра и др., чтобы рассказать не об этих числах, а о движении циклонов и антициклонов, погодных фронтах и в результате сконструировать картину-описание происходящего в атмосфере и дать кратко- и среднесрочные прогнозы. Поэтому широко распространенная наивная теория, что общественное мнение – это то, что показывают опросы, так же нелепа, как заявление, что показания термометра, барометра и гигрометра – это и есть погода.

Теории силами своих носителей модифицируются, и так как этот процесс влияет на выживание, получается, что в мире происходит эволюция теорий, возникают и исчезают виды теорий, сменяют друг друга исторические эпохи и т. д.

Так выглядит теория репрезентативных опросов, к которой склоняется автор. Она по своему типу, безусловно, специальная, и поэтому, кстати, ее так трудно изложить в одной лекции. К научным теориям она, конечно, не относится, потому что таковой она может быть признана, если получит от научного сообщества соответствующий сертификат.

Фонд "Общественное мнение" в контексте социальной реальности

В последних высказываниях неявно подчеркивается, что в ФОМе, кроме проведения опросов, предпринимаются также попытки осмыслить свою деятельность. Весь сегодняшний разговор связан именно с такого рода рефлексией. Постоянно наблюдая состояния массового поля и выявляя распространенные в нем наивные теории, мы отдаем себе отчет в том, что занимаем специфическую позицию наблюдателей, но, конечно, остаемся частью этого поля. Нам не под силу выйти за его пределы, но мы можем попытаться по крайней мере посмотреть на себя со стороны и хотя бы иногда наблюдать за наблюдателем.

Общественное мнение в контексте журнала "Социальная реальность"

С января 2006 года Фонд "Общественное мнение" выпускает ежемесячный журнал "Социальная ре-

альность". После всего сказанного его название, наверное, не нуждается в комментариях. Но к нему есть еще и подзаголовок – "Журнал социологических наблюдений и сообщений". Этим мы сужаем и конкретизируем рамку журнала: в нем описываются наивные теории, выявляемые посредством опросов. Для иллюстрации тематического спектра можно полистать третий и четвертый номера. Вот, например, заголовки: "Межличностное доверие в России", "Деньги вместо льгот", "Практика сожительств в России", "Смертная казнь как норма жизни". Все это в первом разделе – "Общество". Всего в журнале три постоянных раздела, есть еще "Форум" и "Мастерская". В "Мастерской" мы публикуем статьи методического характера (например, "Прогнозирование электорального поведения на региональных выборах") и с методологическим уклоном ("Уолтер Липпман о стереотипах"). Если мы решим опубликовать эту лекцию, то ее место, конечно, в разделе "Мастерская". В разделе "Форум" – живые голоса тех, кто занимается изучением общественного мнения, пишет об этом и может сказать что-то интересное. Здесь интервью, эссе, круглые столы и т. д. Журнал "Социальная реальность" доступен не только в бумажном виде, но и на нашем сайте www.fom.ru.

Фонд "Общественное мнение" в контексте журнала "Социальная реальность"

Я об этом рассказываю не столько в порядке информации, сколько для иллюстрации того, что сегодняшний разговор неслучаен. Для ФОМа журнал принципиально важен, так как он создает смысловое измерение нашей деятельности. И не только нашей – предполагается, конечно, что в нем будут печатать результаты своих исследований и свои суждения о природе социальной реальности и наши коллеги. Это обсуждается не слишком часто, но не потому, что это неинтересно, а из-за нехватки времени и дефицита места. Так вот, журнал создает такое место и журнал требует – поскольку он существует – времени, чтобы размышлять на такие темы. Спасибо.

Обсуждение

Виталий Лейбин: В Вашей картинке непонятно, как рефлексировать собственный метод, как оценивать то, что Вы вопросами вносите в эту среду. А главное – как понять статус той температуры, которую Вы измеряете. Если бы Вы сказали, что то, что Вы измеряете, дает представление о каких-то существенных для чего-то социальных объектах, из которых будет следовать действие, социальный институт или что-то такое, то это было бы очень сильное высказывание: вот, что-то важное измеряется. И тогда мы бы спросили: а что это? Но Вы сказали, что измеряется набор коллективных представлений в смешанном и бессмысленном виде – и зачем? То есть я понял введенную вами терминологию, но я не понял высказывания – а что Вы, собственно, хотели сказать?

Александр Ослон: Сказать я хотел следующее: чтобы осмысленно говорить об общественном мнении и, следовательно, об опросах общественного мнения, надо иметь "картину мира", в которую вписаны эти понятия, своего рода базовую метафору. И все, о чем я говорил, – по сути, отказ от уравнивания общественного мнения и опроса, так как оно ведет в позитивистский тупик. Если полагать, что мы измеряем температуру, то немедленно возникает Ваш вопрос: температуру чего? какого объекта? что это за объект? и каким таким образом мы, измерители, оказались вне этого объекта? В рамках инженерной метафоры ответов нет; нет поэтому и внутренней логики в толковании результатов опросов, так как кроме честного ответа "таковы результаты измерения" сказать нечего. Но жизнь заставляет говорить что-то большее – ведь Вы же сами ставите вопрос: что это там такое важное измеряется? Вот в этом месте обычно начинается конструирование интерпретаций, которые в отсутствие продуманной базовой метафоры всегда остаются произвольными артефактами. Поэтому, собственно, интерпретации результатов опросов обычно столь банальны, а небанальные интерпретирующие тексты (такие тоже встречаются) несут на себе печать личностных политических и человеческих пристрастий авторов. Без методологического фундамента в лучших (и потому редких) случаях

могут производиться только впечатляющие интеллектуально-художественные тексты. А для систематической аналитики нужен методологический фундамент, нужна базовая метафора, нужна, в конце концов, теория, конституирующая онтологию употребляемых всуе понятий. Только после этого могут формулироваться осмысленные исследовательские вопросы к миру, а ответы на них не будут создавать ощущение информационного хаоса. Так, например, в астрофизике только после принятия базовой метафоры расширяющейся вселенной может ставиться вопрос о скорости разбегания галактик, и только в ее рамках имеет смысл "измерение" этой скорости.

Поэтому я оставляю инженерно-измерительную метафору за опросами, которые всего лишь процедуры, термометры, тогда как общественное мнение – феномен (один из!) мира теорий. После пятнадцати лет практики опросов как основного занятия в жизни я утверждаю, что опросы бессмысленны, если они проводятся просто для того, чтобы измерять что-то, что кажется существующим потому, что есть обозначающие это слова. Например, рейтинги политиков, протестные настроения, готовность брать ипотечные кредиты, отношение к Америке или распространенность двоемыслия. Все это конструкты из реальности исследователя и его "тусовки" – то бишь его социального поля. А в социальной реальности респондента, "подвергаемого" опросу, они могут нести совсем иные смыслы или просто быть бессодержательными фикциями.

Елена Гусева: Вы можете в Вашей теории разделить – что объективно, что субъективно?

Александр Ослон: Если подводить черту под сказанным, то суть в том, что субъективное интерпретируется как объективное, объективное предопределяет субъективное. Происходит круговорот субъективного и объективного, и они неразделимы. Мы, люди, считаем объективным то, что мы считаем объективным, – и не более того. Когда я первый раз в жизни трогаю этот стол, то у меня нет уверенности, что он реален, то есть объективен. Может, это мираж, сон, галлюцинация. Но если мы все вместе его потрогаем, все придем к выводу, что он реально существует, и не раз подтвердим это друг другу, то мы тем самым его объективируем, сделаем бесспорным и несомненным.

Евгений Кисленко: Спасибо за интересный подход. Верно ли я понял: общественное мнение – как комплекс теорий? Это огрубленно.

Александр Ослон: Наивных теорий.

Евгений Кисленко: Комплекс теорий, комплекс наивных теорий – для меня это несколько неожиданно. Тем более что я знаком с вашими исследованиями. Объясню, что меня смущает. Небольшой пример. Когда мне в практической деятельности, в избирательной кампании нужно свалить кандидата Сидорова, я запускаю информацию, что он фашист. Ну, это по Питириму Сорокину: подавление базовых инстинктов, угроза базовым каким-то вещам. Естественно, никто в это не верит – ни до выборов, ни после. Но "болото" (неопределившаяся часть электората, которая составляет до трети) и те, кто пришел на выборы (примерно треть, а то и половина), свое решение принимают в момент, когда ручка занесена над листочком. То есть фактически это составляет до 5%. Избиратель знает, что Сидоров не фашист, он мог бы за него проголосовать – но в последний момент отказывается. И это оказывается решающим для нашей и социальной, и политической, и бытовой даже реальности. Как исследовать в терминах комплекса теорий вот этот импульс? Привычнее исследовать общественное мнение как общественное настроение, чаяния, веяния... Вот в такой раскладке оно более перспективно. В раскладке, где вы имеете дело с отпечатанными кодами это, по-моему, менее продуктивно.

Александр Ослон: Все, что я излагал, – это не единственный взгляд, и он не может обслуживать все ситуации. Ситуация, которую Вы описали, возможно, требует иных подходов, инструментария, иных смысловых построений в методиках и самой работе. Я просто рассказал, что рассказал, без претензии на то, что это полезно и применимо всегда и что с этим надо идти по жизни как с флагом. Я иду с этим флагом, другой – с другим. Политтехнологические работы, о которых Вы сказали, вне наших интересов. Когда кто-то занимается такого рода проектами и ему нужны результаты опросов для его целей, то мы, даже если проводим опрос, никакого отношения к собственно проек-

ту иметь не можем, и это – принципиальная позиция. Дальше. у нас есть инструментарий. Если он адекватен – мы можем получить результат, полезный для проекта, в том числе и для такого. Другое дело, что могут возникнуть соображения, связанные с отношением к проектанту. Если у него есть проект свалить Сидорова и мы идем с ним на контакт, то мы ему даем результат, какой можем дать. Если он говорит: "Это не очень адекватно, это не то", – мы отвечаем: "Тогда возьми в другом месте другой инструмент". Бывает, что на контакт не идем, – тогда и говорить не о чем.

Григорий Волчков: Мне бы хотелось понять, как Вы относитесь к паре понятий "представления" – "мнения"? Каким образом Вы рефлексируете свою собственную позицию при составлении вопроса? Существует ли выбор – о чем спрашивать? И здесь полный ли диктат спрашивающего?

Александр Ослон: По первой части: мнения и представления. Когда я говорил о теориях, я имел в виду, что это некоторые идеальные метафизические внечеловеческие сущности, порождающие субъективные представления "в головах" людей. Туда, "в головы", мы не можем заглядывать, мы можем получить только некоторую вербальную реакцию в той или иной ситуации. В ситуации опроса происходит стимулирование этих реакций вопросами, и поэтому мы изучаем мнения в том смысле, что изучаем произносимые людьми слова. Не представления респондента, которые там, "в голове", а слова, которые он произносит. Но в интерпретациях мы пытаемся фантазировать: что же за кулисами? Какие факторы, какие представления способствовали тому, что именно данные слова были произнесены? Причем не отдельно взятым человеком, а многими людьми, то есть мы пытаемся типизировать происходящее во многих "головах". И это типизированное наше представление об их представлениях мы описываем как теорию, которую они, вероятно, разделяют и которая, по сути дела, является фактором того, что мы наблюдаем. Так возникает авторский текст интерпретатора, рассказывающего о социальной реальности, с которой он соприкоснулся через ответы на заданные вопросы.

Теперь о том, что спрашивается в опросах. Во-первых, есть заказчики, которых интересуют определенные темы. Иногда они сами формулируют их, иногда с нашей помощью. Что касается вопросов, то это уже наша епархия, хотя бывает, что в процессе участвуют специалисты заказчика. Кроме того, много лет мы проводим опросы по тематике, индуцированной телевизором. Мы идем вслед за актуальной "повесткой дня" и выясняем, что люди говорят о том, о чем говорится в новостях. Эти опросы еженедельно появляются у нас на сайте www.fom.ru в разделе "Доминанты. Поле мнений".

Жизнь человека в массовом поле, то есть в мире повседневности – постоянное движение, суть которого – приобретение новых наивных знаний наряду с забыванием старых

Когда определяются темы и формулируются вопросы, мы стараемся следовать некоторым простым правилам, чтобы минимизировать наше собственное влияние. Например, мы почти не задаем вопросы с вариантами ответов в виде меню. Мы считаем, что семантические позиции и словесные формулы в такой конструкции навязывают респонденту то, что видит исследователь. В таких ситуациях мы задаем открытые вопросы, хотя их обработка тяжелее и дороже. А закрытые вопросы стараемся делать как можно проще и стандартнее. Они кажутся несколько "туповатыми", но зато снижается вероятность их неоднозначного восприятия респондентами.

Александр Черкасов: Ваши данные как-то позволяют выходить в полученном результате за рамки тех представлений, которые были заложены? Получаются какие-то неожиданные результаты, выходящие за пределы исходного знания?

Александр Ослон: Исходное знание – это тема, развернутая в вопросах. А то, что люди скажут, мы не знаем. Конечно, мы иногда об этом догадываемся, и опыт прочтения тысяч ответов на сотни вопросов, бывает, подсказывает, каким будет распределение. (Кстати, у нас на сайте есть ФОМ-клуб, где проводятся "конкурсы провидцев", угадывающих результаты опросов.) Но исходная позиция

состоит в том, что мы не знаем, что получим в опросе, какие настроения, какие наивные теории, какие эмоции сегодня в ходу. Особенно когда тема предлагается впервые. Но и динамика иногда труднопредсказуема. Исходно мы гипотез "не измышляем" – кроме той гипотезы, что на эту тему стоит разговаривать. Что человек не будет пожимать плечами из-за неактуальности темы. Так что неожиданности бывают часто.

Чем больше общность носителей ставшей актуальной наивной теории, тем быстрее она прирастает новыми носителями, тем объемнее и интенсивнее коммуникации, в том числе в СМИ, тем больше людей "заражаются и присоединяются"

Теперь по поводу интерпретаций. Я много говорил о наивных теориях, которые как бы подталкивают человека к тому или иному ответу. Другое дело – теории анализирующего данные исследователя, который уже владеет такими теориями или формирует их по ходу "разглядывания" данных. Они всегда есть, и в этом смысле аналитический текст – всегда авторский текст. Другое дело – в какой мере теории исследователя довлеют над текстом и в какой мере он осознает их влияние, чтобы дистанцироваться от них и понять, какие наивные теории лежат за ответами респондентов. Стакан, как известно, для кого-то – наполовину пуст, для кого-то – наполовину полон, все зависит от авторской позиции. Для того и нужна теория наивных теорий, чтобы автор понимал свои ограничения и свой произвол.

Есть, впрочем, чисто объективистский взгляд: просто брать данные и выявлять в них методами статистического анализа всевозможные закономерности, корреляции, кластеры, факторы и проч. Иногда это интересно: для меня это моя молодость, когда-то я занимался подобными методами. Но это всегда ведет к мнимой независимости автора и данных. Автор все равно присутствует и в методике анализа, и в аналитическом тексте. Но для желающих идти по этому пути практически все наши первичные данные в формате SPSS мы готовы передавать. И мы это делаем. Правда очень редко, потому что желающих мало. Это такая иллюзия, что многие только и ждут, чтобы наброситься на данные и начать их анализировать.

Вячеслав Широнин: Есть представление, что мы живем в состоянии афазии – то есть не можем ни понять, ни высказать, что с нами происходит. То есть эти теории – они очень противоречивые, очень наивные, люди это сами чувствуют. Вот мера наивности – она увеличивается или уменьшается? Это состояние безмолвия – с ним что происходит?

Александр Ослон: Ощущение безмолвия может усиливаться на фоне нарастания шума. Такой вот парадокс. Шум нарастает по мере расширения мира теорий, так как в нем доля теорий внятных, порождающих прозрачные высказывания, уменьшается. А доля теорий смутных, невесть откуда возникающих и быстро исчезающих – увеличивается. Нарастание сложности мира теорий привело к ощущению, что что-то качественно изменилось, вероятно, перейден тот порог, после которого заговорили о фрагментарности и неохватности мира, о постмодернизме. Но есть факторы, которые снижают сложность. Один из важнейших факторов такого рода – Джордж Буш. Он и такие, как он, упрощают мир. Кстати, то, что происходит у нас в России, я считаю в значительной мере проекцией того, что происходит там, в Америке. Там упрощение – у нас упрощение, там биржи пошатнулись – у нас пошатнулись. Но в целом, конечно, тенденция – к росту сложности и наивности.

Леонид Пашутин: Мне кажется, что Вы словом "теория" заменили ряд других понятий, которые существовали раньше. Притом, как часто делают социологи, не осознавая, к сожалению, привнесли в теорию оценку. Вы заменили словом "теории" такие понятия, как "эйдосы", "идеи" – ради бога! Но Вы сразу поставили Печорина выше Максим Максимыча. Когда Вы говорите, что у простых людей есть комплексы теорий, Вы как бы равняете их с экспертами. А почему бы не делать наоборот? Почему бы не равнять экспертов по

тем нормам, которые есть у нормальных носителей культуры? Дело в том, что прежде в истории культуры было именно так. Социологи очень мало используют лингвистическую традицию, что не позволяет им правильно работать с людьми. Потому что они не знают тех норм, тех реакций, которые будут у Максим Максимыча. Они всех равняют по Печорину. У Вас выпадают огромные пласты того, что Вы называете комплексами изначальных, наивных якобы теорий. Я далеко не уверен, что они настолько наивны. Тем более Вы говорите, что реальность ускользает. Почему Вы говорите, что они наивны, почему считаете, что они наивнее Ваших представлений?

Александр Ослон: Слово "теория" – не самое, может быть, подходящее, но говорить, что ответы наших респондентов обусловлены эйдосами, было бы, наверное, еще менее удачно. В определение "наивная" я не вкладываю никакой унижающей оценки, так как не исключаю никого – ни Печорина, ни Максим Максимыча, ни Вас, ни себя – из круга носителей наивных теорий. У каждого или почти у каждого есть в запасе специальные теории, прежде всего профессиональные, но все остальное, то есть основная доля наших знаний о мире, – наивные теории. Так что ровно наоборот: я уравниваю рабочего-токаря и профессора-филолога, когда оба они рассуждают – каждый в своем кругу и на своем языке, – о политике, экономике, юриспруденции, исходя из наивных теорий.

Александр Лямков: Правильно ли я понял, что Вы не занимаетесь измерением социальных полей, но их проекциями в поле полей? Преломлением этих специальных полей?

Александр Ослон: Да. Практически всегда. Если говорить о нашей систематической работе – да.

Вопрос из зала: Если изобразить поля исследователя и поля наивного сознания в виде кругов Эйлера – находится ли первое внутри второго? Какие темы социальной реальности наиболее сложны для получения ответа?

Александр Ослон: Если понимать первый вопрос как вопрос о том, каковы соотношения между специальными и наивными теориями, то, вообще говоря, они не пересекаются. Хотя наивная теория гравитации кажется фрагментом специальной физической теории, невозможно сказать, что она ее часть, по крайней мере, любой физик откажется это признавать.

Второй вопрос, относительно сложности тем, – очень интересный. Дело в том, что для этого есть хороший индикатор: доля тех, кто затруднился с ответом. И есть закономерности корреляций этого индикатора с социально-демографическими характеристиками респондентов и темами. В одной из работ Георгия Сатарова описано такого рода исследование на базе большого числа массивов опросов, в том числе ФОМовских. Оказывается, есть вопросы, по которым ответ "затрудняюсь ответить" одинаково распределен в разных группах по образованию. А есть такие, где образованные затрудняются гораздо реже, чем необразованные. И он вывел из этого закономерность, что есть темы, которые уже освоены многими, широко разошлись по населению, есть темы, еще никем не освоенные, и есть темы, освоение которых только начинается, причем это происходит в первую очередь среди более молодых, образованных, проживающих в крупных городах, находящихся выше на социальной лестнице. А остальные по таким темам как бы отстают. Такой вот механизм: распространение наивных теорий происходит через наиболее сообразительных, говорливых, развитых.

Если же говорить об эмпирических данных, то по житейским темам – например воспитание детей, семейные отношения, представления о желательном будущем – практически нет проблем с ответами. С политикой – по-разному: есть, например, президент, и вопросы о нем трудностей не вызывают, и есть много известных, казалось бы, людей, часто мелькающих в телевизоре, но относительно них огромная доля затрудняются с ответом.

Ирина Евсеева: В результате вашей опросной деятельности возникает еще одна теория о социальной реальности. Насколько она влияет на ваших заказчиков – тех, кто принимает решения?

Александр Ослон: Лица, принимающие решения, как и прочие специалисты, как говорил Козьма Прутков, подобны флюсу. Они заняты своими проектами, поэтому долго говорить с ними на подобные темы невозможно. Но если это удается, то элементы того мировоззрения, о котором я сегодня рассказывал, все-таки прорастают. ■