Б. Докторов

Прямые продолжатели дела отцов-основателей: *Пол Перри, Джо Белден и Бад Роупер*

Пол Перри: архитектор электоральных прогнозов

Пол Перри (Paul K. Perry, 1910–2005) оставил о себе память как человек, много сделавший для решения комплекса методических проблем, связанных с прогнозированием результатов выборов по итогам опросов общественного мнения[1].

Он родился и рос в Филадельфии и Рочестере, штат Нью-Йорк. в 1933 году окончил Университет Тафтса (Tufts University) и в 1935 году переехал в Принстон, где и прожил потом всю жизнь.

Перри начал работать с Джорджем Гэллапом (George Gallup, 1901–1984) в 1935 году, почти сразу после создания Американского института общественного мнения (American Institute for Public Opinion), более известного как Институт Гэллапа, или система опросов Гэллапа (Gallup Poll). Эта работа продолжалась 45 лет. Участвуя в подготовке и проведении серии опросов, позволивших в 1936 году предсказать победу Рузвельта и задолго до дня голосования оценить погрешность опроса "The Literary Digest", Перри, по сути, был одним из немногих, кто содействовал становлению революционной для того времени выборочной технологии опросов общественного мнения.

В 1942 году Перри перешел в созданный Гэллапом в марте 1940 года Институт изучения аудитории (Audience Research Institute, ARI), занимавшийся исследованием предпочтений кинозрителей. До прихода Перри этими исследованиями руководил Дэвид Огилви (David Ogilvy, 1911–1999), в годы войны служивший в английской разведке и позже ставший выдающимся рекламистом. В выпуске журнала "Time" более чем 60-летней давности я нашел небольшую заметку об исследованиях ARI; в ней говорится, что под руководством Огилви к лету 1941 года было проведено 194 опроса, "разрушивших многие лелеемые Голливудом иллюзии" [Boy meets facts]. Судя по всему, Перри продолжил эти исследования. На основе тестирования предпочтений зрителей он одним из первых в киноиндустрии начал разрабатывать методы, позволяющие прогнозировать интерес аудитории к фильмам и финансовые перспективы их проката. Этот тип маркетинговых исследований – с применением выборочной опросной технологии – интересен тем, что позволяет определить качество, достоверность измерений. Ведь после выхода фильма в прокат точность предсказания объема аудитории и качество оценки финансового успеха картины легко проверяются. Позже, вспоминая работу ARI в 1940-х годах и имея в виду сделанное Огилви и Перри, Гэллап говорил: "...это были самые лучшие исследования, которые я когда-либо видел или в которых участ-

[1] О Поле Перри см.: [Cantril. P. 503–505], а также: Paul K. Perry <http://www.towntopics.com/apr305/obits.html#obit3>.

Табл. 1. ***Прогнозы и результаты президентских выборов, 1956–1976 годы*** ❖

Год и кандидат	Финальный опрос, %	Итоги выборов, %	Погрешность, %
1976, Картер	48,0	50,0	–2,0
1972, Никсон	62,0	61,8	0,2
1968, Никсон	43,0	43,5	–0,5
1964, Джонсон	64,0	61,3	2,7
1960, Кеннеди	51,0	50,1	0,9
1956, Эйзенхауэр	59,5	57,8	1,7
В среднем			1,3

❖ Приводится по: [Kohur. P. 41].

вовал" [Bakker. P. 107]. "Сделано в ARI" стало синонимом качественного маркетингового тестирования кинофильма [Chaffee].

В 1948 году Гэллап предсказал победу республиканца Томаса Дьюи, но президентом был избран Гарри Трумэн. Случившееся имело сильный политический резонанс и породило сомнения в обществе относительно перспектив выборочных опросов. Это заставило Гэллапа проанализировать всю цепочку действий, ведущих к построению электорального прогноза. И хотя, по мнению Гэллапа, а также Кроссли и Роупера-старшего, также ошибочно предсказавших победу Дьюи, главная причина ошибки заключалась в преждевременном прекращении зондажей электоральных установок, необходимо было проанализировать и модернизировать всю схему проведения опросов. В этих условиях Гэллап решил воспользоваться опытом Перри в сфере изучения и прогнозирования киноаудитории и возложил на него ответственность за построение выборки и разработку прогноза электоральных исследований.

Приближались выборы 1950 года в Конгресс. Перри начал подготовку к проведению электоральных опросов. Чтобы не пропустить изменения в установках избирателей накануне дня голосования, он разработал оригинальную схему согласованных опросов на случайно отобранных избирательных участках. В части из них интервью проводились в первую неделю октября, в части – в пятницу накануне недели выборов. Полученные данные передавались по телеграфу в Принстон, где через сопоставление с материалами первого опроса выявлялись происходившие тренды. Перри также был одним из разработчиков вопросов для построения шкалы Likely Voters Index, позволяющей предсказать вероятность участия респондента в голосовании.

Итоги выборов в Конгресс были ошеломляющими, особенно на фоне еще памятного всем фиаско-1948. Согласно прогнозу, Демократическая партия должна была собрать 51% голосов избирателей, республиканцы – 49%. Ошибка составила менее одного процента. По подсчетам Перри, выходило, что демократы будут иметь в конгрессе на 28 мест больше, чем их оппоненты; прогноз полностью оправдался.

В 1950-х годах Перри, оставаясь вице-президентом Института изучения аудитории, возглавил статистический отдел "Gallup Poll". В 1958 году он сменил Гэллапа на посту президента "The Gallup Organization" и занимал эту должность до ухода в отставку в 1979 году.

На протяжении многих лет Перри проводил целенаправленные методические исследования в целях совершенствования процедуры построения электорального прогноза. В частности:

- тестировались различные формулировки вопросов для определения электоральных предпочтений;
- проверялись различные схемы выявления устойчивости установок относительно кандидатов;
- разрабатывались методы соотнесения итогов изучения электоральных установок, полученных в начале избирательных кампаний и в преддверии дня голосования;
- систематически проводились постэлекторальные зондажи для определения валидности

[2] О Роберте Курсене см.: [Field. P. 165–167].

Табл. 2. ***Прогноз участия в выборах и реальное участие, 1968–1980 годы*** ❖

Год	Прогноз участия в голосовании, %	Участие в голосовании, %
1980	55,8	53,9
1976	54,4	54,4
1972	56,8	55,7
1968	63,2	60,9

❖ Приводится по: [Kohur. P. 43].

различных шкал измерения электоральных предпочтений.

Перри был ответственным за проведение электоральных опросов и построение прогнозов во всех общенациональных выборах с 1950 по 1976 год. В 14 контролировавшихся им мониторингах избирательных кампаний средняя погрешность была 1,5%. Все президентские прогнозы, как видно из *табл. 1*, были "на верной стороне", и средняя погрешность составила 1,3%.

Все свои инструментальные находки Перри детально описывал в статьях, публиковавшихся в "Public Opinion Quarterly". Он стремился к тому, чтобы его методический опыт максимально широко и эффективно использовался другими аналитиками общественного мнения. Трудно сказать, сколько поллстеров, ставших известными в этом профессиональном цехе, начинали свою работу под руководством Перри. Назову имена двоих, жизненные пути которых сходны с траекториями жизни основных героев этой статьи.

Первый – Роберт Курсен (Robert Denton Coursen, 1921–2002)[2]. В 1947 году, отслужив во время Второй мировой войны во флоте, он получил степень бакалавра по математике в одном из старейших американских университетов – Университете Ратджерса (Rutgers University), штат Нью-Джерси, и в 1949 году начал работать в Американском институте общественного мнения. Курсен помогал Перри анализировать причины неверного прогноза 1948 года и вместе с ним совершенствовал технологию формирования выборки и процедуру построения электоральных прогнозов.

В 1956 году он начал работать в "Minnesota Poll" – одной из первых в стране региональных служб изучения общественного мнения, а в 1964 году возглавил эту организацию. Курсен сделал многое для совершенствования технологии измерения общественного мнения.

Второй – Ирвинг Креспи (Irving Crespi, 1926–2004)[3], внес значительный вклад в теорию, методологию и практику анализа общественного мнения и исследований рынка. Он избирался президентом двух ассоциаций исследователей общественного мнения: американской и всемирной. В 1955 году Креспи, автор значительного числа книг, получил докторскую степень по социологии и в 1956 году был принят в Институт Гэллапа, где его наставником стал Перри.

Перри и Креспи разработали регрессионный метод оценки показателя участия избирателей в выборах. Зависимой величиной была процентная доля избирателей, которые будут участвовать в голосовании, а независимыми – интерес избирателей к выборам и данные о голосовании в последней избирательной кампании. Результаты прогнозов в четырех избирательных кампаниях приведены в *табл. 2*.

Через 30 лет итоги многолетнего изучения установок и поведения избирателей Креспи обобщил в своей известной книге по источникам погрешностей в предэлекторальных опросах [Crespi. 1988]. В частности, в этой работе представлен опыт Перри.

В 1983 году заслуги Перри в области электорального прогнозирования были отмечены высшей наградой Американской ассоциации исследователей общественного мнения (American Association of Public Opinion Research Award).

[3] Об Ирвинге Креспи см: [Bogart. P. 487–488].

Джо Белден: родоначальник региональных опросов

Становление Перри, Курсена и Креспи как аналитиков общественного мнения происходило в организации Гэллапа и при прямых контактах с ним. Джозеф – чаще Джо – Белден (Joseph "Joe" Belden, 1915–2005) начинал свой исследовательский путь самостоятельно, но, по его словам, будучи вдохновленным опытом Гэллапа. В известном смысле в личной судьбе Белдена отразилось многое из того, что присуще опросам общественного мнения как области журналистики [Crespi, 1980].

Белден родился в техасском городке Игл Пасс (Eagle Pass) в семье обедневшей мексиканской аристократии. Раннее детство он провел в Мексике и лишь в девять лет начал учить английский язык. Окончив школу в Игл Пасс, он поступил в Школу журналистики (School of Journalism) Техасского университета (University of Texas).

Джо Белден

Опросы привлекли внимание Белдена в 1935–1937 годах, особенно в ходе избирательной кампании 1936 года. Поначалу он скептически относился к утверждениям о том, что итоги выборов могут быть предсказаны по полутора тысячам интервью. "Я хорошо помню, – говорил в интервью Белден, – что не мог поверить в то, что человек по имени Гэллап способен это сделать... Вспоминая начало опросов, думаешь в основном о Гэллапе, но и о Роупере и Кроссли тоже" [Francovic. P. 4].

Удивительно, что двадцатилетний студент, начинающий журналист, живший далеко от центров изучения общественного мнения, уже в самых первых выборочных опросах распознал их внутреннюю, неразрывную связь с журналистикой. В ходе интервью это было четко сформулировано: "Средства массовой информации тесно связаны с опросами, по крайней мере в этой стране" [Francovic. P. 4].

В 1937 году Белден проводит опросы в студенческом кампусе, через год – общеамериканские зондажи мнений студентов; свои опросы он представлял как новое направление журналистики. Белден вспоминал: "Гэллап культивировал (fostered) эту идею, и мы следовали ей. Два направления – что люди делают и что они говорят, и третье – что они думают" [Francovic. P. 4].

Детище Белдена – "The Student Opinion Surveys of America" – было системой студенческих референдумов, базировавшихся на научных принципах формирования выборки [Belden, 1939]. Опросы планировались и организовывались так, чтобы репрезентировать мнение студентов страны; личные интервью проводились в кампусах, в каждом из которых опрашивалось не более 60 человек. Работу интервьюеров-добровольцев (как правило, это были студенты-журналисты) контролировали редакторы более 80 студенческих газет. Выборка представляла мнения почти полутора миллионов студентов, и ее объем варьировался от 2 до 3,5 тысячи. Качество выборки контролировалось на основе данных статистики: учитывались не только возраст и количество лет обучения в университете, но, при необходимости, и данные о семье, религиозной принадлежности и другие показатели. Собранная информация отправлялась по почте в университет и там обрабатывалась. Отчеты высылались редакторам, и каждую пятницу газеты публиковали итоги зондажей.

В 1939 году Белден завершил образование, получив специальность журналиста; через год он открыл фирму по изучению рынка "Belden Associates", первую в этой индустрии на юге и юго-западе страны, и тогда же организовал первую в Америке систему изучения мнений населения отдельного штата – "Texas Poll".

В своих воспоминаниях Белден отмечал очень важный для истории момент: "Когда я ре-

шил проводить опросы студентов, я написал Гэллапу и спросил его: "Как Вы проводите опрос?" Ответ был получен от Гэллапа и его сотрудника Джона Малоуни (John "Jack" F. Maloney, ?–1997). Они прислали неизвестному им студенту инструкцию на двух страницах. Со слов Малоуни, Белден добавляет: "Они обсудили, стоит ли рассказывать мне о проведении опросов, ведь я мог стать их конкурентом... – и решили помочь коллеге" [Francovic. P. 3]. Этот маленький эпизод помогает понять механизмы быстрого распространения в США новой технологии изучения мнений.

Владельцы и редакторы крупнейших газет штата знали об опросах журнала "Fortune", о зондажах Кроссли для синдиката Херста и деятельности Гэллапа, финансировавшейся многими ведущими газетами страны, но не понимали, чем опросы населения штата могут быть им полезны. Белден вспоминал, что казначей газеты "Dallas News", подписывая контракт, сказал: "Сто двадцать пять долларов в месяц! Что творится в мире?!" [Francovic. P. 5]. Тем не менее сначала "The Dallas Morning News", а затем другие газеты Техаса поддержали идею Белдена, и в 1940 году он организовал "Texas Poll". Вскоре "Texas Poll" стал моделью для создания региональных структур по изучению общественного мнения и интересов местной читательской аудитории.

Детище Белдена – "The Student Opinion Surveys of America" – было системой студенческих референдумов, базировавшихся на научных принципах формирования выборки. Выборка представляла мнения почти полутора миллионов студентов, и ее объем варьировался от 2 до 3,5 тысяч

Начало оказалось непростым, но успешным.

В том году в Техасе были губернаторские выборы, на которых губернатор-демократ Уилберт О'Даньел (Wilbert Lee O'Daniel, 1890–1969), занимавший этот пост с 1938 года, боролся за переизбрание; он не был популярен, и в его победу мало кто верил. В начале избирательной кампании ему противостоял другой видный демократический политик, Эрнест Томпсон (Ernest Othmer Thompson, 1892–1966). За несколько дней до первичных выборов Белден провел опрос и пришел к выводу, что победит О'Даньел. Белден понимал, что ведущие политики штата и издатели газет не поверят его прогнозу, потому он заверил полученные результаты у нотариуса и предъявил их лишь после выборов. Ошибка составила три десятых процента; это был лучший из его электоральных прогнозов. После этого случая газеты стали смелее покупать результаты его опросов.

В некрологе, опубликованном газетой, освещающей участие испаноговорящих американцев во Второй мировой войне, отмечается, что в 1942 году Белден оставил свой бизнес и вступил в военно-морские силы страны [Belden, 2006]. Около двух лет он провел в зоне Панамского канала, а в 1944 году был переведен в Вашингтон, где возглавил Отдел ВМФ по общественным делам (Navy's Department of Public Affairs) и проводил исследования среди военнослужащих.

Затем он вернулся в Техас и продолжил практику проведения региональных опросов. В конце 40-х он начал осваивать новую "территорию" – исследования рынка по заказу СМИ. В 1947 году он основал компанию в Мехико и, используя опросы, разработал первую в Мексике систему построения рейтингов радио- и телевизионных программ [Belden, 2005].

В 1948 году опросы Белдена финансировались 25 газетами, которые публиковали результаты его исследований. К тому времени "Texas Poll" сделал десять прогнозов различных электоральных кампаний, проходивших в штате; средняя ошибка прогноза составляла 3,2 процента [Belden, 1948. P. 728].

Еще один малоизвестный факт. Традиционно статистику ошибок в электоральных прогнозах начинают с 1948 года. В своем интервью Белден вспомнил случай, произошедший двумя годами ранее. В губернаторских выборах в Техасе 1946 года принял участие Хомер Рейни (Homer Price Rainey, 1896–1985), уволенный в 1944 году с поста президента Техасского университета в Остине (Austin) за либеральные взгляды. Ему противостояла группа консерваторов во главе с Боуфордом Джестером (Beauford Halbert Jester,

1883–1949). На первичных выборах победил Рейни, но это было следствием повышенной активности либеральной части избирателей. На следующем этапе консерваторы провели огромную работу, почти все сенаторы штата написали своим избирателям личные письма в поддержку Джестера. Борьба была крайне острой, разрыв между кандидатами – очень незначительным. Прогноз Белдена в количественном отношении был неплохим, но – "не на той стороне". Победил Джестер.

По ходу интервью супруги Белден комментировали события сорокалетней давности: "Ты тогда сказал, что ошибочный прогноз (misprediction) – твое изобретение, больше никто не может на него претендовать". – "Я первый организовал опрос населения штата и сделал первый неверный электоральный прогноз" [Francovic. P. 10]. Если бы Гэллап, Кроссли и Роупер знали об опыте своего молодого коллеги, помогло бы им это в 1948 году? Трудно сказать. Но прогноз Белдена в 1948 году для Техаса был верен [Francovic. P. 10].

В 1991 году, через полвека после создания "Texas Poll", Белден получил высшую награду Американской ассоциации исследователей общественного мнения – AAPOR Award. В наградном документе говорится, что "Texas Poll" "стал образцом для многих опросных служб в штатах и регионах" [Proceedings of the Forty-Sixth Annual Conference. P. 473]. Отмечалось также, что маркетинговые исследования Белдена в Мексике, а также изучение им радио- и телевизионной аудитории этой страны делают его первопроходцем проведения опросов среди испаноговорящего населения не только в США, но и в других странах.

Собранная информация о "Texas Poll" позволяет мне хотя бы кратко охарактеризовать деятельность еще одного из тех, кто начинал американские региональные опросы и о ком пока крайне мало написано. В онлайновом архиве газеты "The Dallas Morning News" обнаружилось сообщение о смерти в апреле 1993 года пионера политических опросов Алекса Луиса (Alex Louis), он умер в возрасте 80 лет. Из чего можно заключить, что он родился в 1912 или 1913 году, то есть был на пару лет старше Белдена. В некрологе отмечается, что "Мистер Луис и Джо Белден известны своими первыми научными политическими опросами в Техасе в 1940-х годах" [Simnacher]. В начале 1940-х Луис провел несколько опросов для будущего президента США Линдона Джонсона (Lyndon B. Johnson, 1908–1973), когда тот боролся за место в Сенате от Техаса. В частности, представляют интерес материалы опросов, проведенных Луисом в ходе первой электоральной кампании Джонсона в 1941 году, и интересно узнать о его прогнозах. Дело в том, что, по неофициальным данным, Джонсон тогда победил действовавшего губернатора штата Уилберта О'Даньела (Wilbert Lee "Pappy" O'Daniel, 1890–1969), но победа с преимуществом в 1306 голосов была присуждена О'Даньелу[4].

Хотя стать поллстером Роуперу было написано на роду, после войны он вернулся в Йель и размышлял, какую профессию выбрать: профсоюзного лидера, архитектора или поллстера. Годы спустя Роупер вспоминал: "Общественное мнение – это фантастическая сила, и я хотел знать, как его предсказывать"

В обстоятельной книге Брюса Альтшулера об отношении Линдона Джонсона к опросам общественного мнения [Altschuler] отмечается, что хотя президент был удовлетворен общенациональными опросами, проводившимися для него Оливером Куэйлом (Oliver Adams Quayle, 1921(?)–1974), он поручил Луису проведение зондажей мнений в Техасе и Луизиане. Так что действительно, из родившегося в 1940 году "Texas Poll" через четверть века произросли опросы, проводимые непосредственно для высшего руководства страны...

[4] См.: Lyndon B. Johnson <http://en.wikipedia.org/wiki/Lyndon_B._Johnson>

Бернс Роупер: хранитель традиций

Когда родился Бернс Бад Роупер (Burns "Bud" Worthington Roper, 1925–2003), его отец Элмо Роупер (Elmo Burns Roper, 1900–1971) был владельцем небольшого ювелирного магазина в городке Крестон (Creston), штат Айова. Позже он стал исследователем рынка, а в 1936 году, подобно Джорджу Гэллапу и Арчибальду Кроссли (Archibald Maddock Crossley, 1896–1985), начал проводить общенациональные зондажи общественного мнения и предсказал победу Франклина Рузвельта на президентских выборах. Этот успех, а также верные прогнозы этих трех поллстеров в президентских кампаниях 1940 и 1944 годов сделали их отцами-основателями современной практики изучения общественного мнения.

Бернс Роупер

Конец 1930-х – начало 1940-х стал периодом высочайшего интереса Америки к опросам общественного мнения, к тому же Гэллап, Кроссли и Элмо Роупер были чрезвычайно увлечены своим делом, они испытывали радость творчества и одновременно правомерное ощущение своей причастности к развитию демократии в стране. Неудивительно, что их дети рано попали под "гипноз" опросов и продолжили дело отцов.

Оба сына Джорджа Гэллапа – Алек (род. 1929) и Джордж (род. 1931), многие годы отдавшие изучению общественного мнения, работали вместе с отцом, занимали ключевые посты в "The Gallup Organization", опубликовали множество книг и по сей день продолжают свои исследования. Дочь Арчибальда Кроссли – Хелен (род. 1922) стала признанным экспертом в области кросскультурных исследований общественного мнения, в 1961–1962 годах возглавляла Всемирную ассоциацию исследователей общественного мнения (World Association for Public Opinion Research) и сейчас является официальным историком этой организации. Видным поллстером является Нэнси Белден, дочь Джо Белдена, в 2004–2005 годах она была президентом Американской ассоциации исследователей общественного мнения (American Association for Public Opinion Research).

Бернс Роупер (часто – просто Бад Роупер) после завершения школы поступил в Йельский университет, но не окончил его. Началась война, и Роупер пошел на службу в военно-воздушные силы (Army Air Corps), его часть базировалась в Англии, и в качестве пилота или второго пилота бомбардировщика "B-17s" он совершил 35 вылетов в Германию. В сентябре 1944 года над Берлином отказал мотор его самолета, но под руководством Роупера машина с экипажем вернулась в Англию. Роупер навсегда остался верен военному братству; уйдя в отставку, он встречался с ветеранами войны каждый четверг – они с товарищами вместе завтракали [Sullivan].

Хотя стать поллстером Роуперу было написано на роду, после войны он вернулся в Йель и размышлял, какую профессию выбрать: профсоюзного лидера, архитектора или поллстера. Прежде всего он отказался от того, чтобы стать профсоюзным боссом, решив, что на этом месте принесет больше вреда, чем пользы. Затем он понял бессмысленность траты пяти-шести лет на получение специальности архитектора. Так он пришел к изучению общественного мнения. Многие годы спустя Роупер говорил: "В действительности я это делал не просто методом исключения. Общественное мнение – это фантастическая сила, и я хотел знать, как его предсказывать" [Like father, like son. P. 14]. В 1946 году, не завершив образование, Роупер начал работать в организации отца, "The Roper Organization". Тот не подталкивал сына к подобному решению, но был рад ему.

Начинал Роупер-младший как интервьюер. Однажды он позвонил в дверь, представился и ус-

лышал из-за дверей: “Пусть войдет”. Ему открыл человек с кобурой, в доме были сплошь вооруженные люди. Его подвели к человеку, который тоже держал ружье. Роупер начал опрашивать его, и когда пытался ответить кто-то из присутствующих, он говорил: “Нет. Мне нужно мнение именно этого человека”. Интервью было завершено, но один вопрос Роупер не задал: “Кем Вы работаете?” [Like father, like son. P. 14].

В 1948 году покончил с собой его брат, а через две недели они вместе с отцом испытали шок, вызванный неверным предсказанием итогов президентской кампании. Через полстолетия он вспоминал: “Все это выглядело как конец света” [Pollsters recall]. Элмо Роупер не находил слов для того, чтобы в своей газетной колонке объяснить читателям, почему дала сбой выборочная технология опросов, в которую он так верил. Его друг писатель Эрик Ходжинс (Eric Hodgins, 1899–1971) помог ему, предложив следующие слова для публичного выступления: “Мы ошиблись. Мы не могли ошибиться еще больше. Мы сделаем все, чтобы выяснить почему” [Like father, like son. P. 15].

Действительно, был проведен глубокий анализ материалов опросов 1944 и 1948 годов, показавший, что причиной ошибки было раннее прекращение зондирования электората и как результат – успокоенность прореспубликанских избирателей, их уверенность в том, что впервые после многих лет руководства страной представителя демократического лагеря – Рузвельта победит республиканец – Дьюи. Многие из них не участвовали в голосовании; по словам Роуперасына, “они остались играть в гольф”, и людей с низким доходом, поддержавших Трумэна, на избирательных участках оказалось вдвое больше, чем в 1948 году. Опросы предсказывали победу Дьюи с перевесом в 5–15%, а победил Трумэн с преимуществом в 4,4%. Я раньше писал о том, что замечание Бернса Роупера, сделанное в 1998 году: “Я убежден – хотя я об этом думал в то время, но не сказал этого тогда, – что опросы 1948 года были точнее, чем выборы” [Like father, like son. P. 16], представляется весьма интересным для анализа. И вот недавно я обнаружил математическое доказательство справедливости его интуитивного утверждения [Goeree, GroЯer].

В 1948 году Роуперу-младшему было всего 23 года, и, несомненно, произошедшее во многом определило характер всей его последующей работы. Из публикаций Бернса Роупера и интервью с ним не следует, что его привлекали углубленные теоретико-методологические изыскания относительно феноменологии общественного мнения или поиски решений общих задач инструментальной направленности. Почти за 50 лет изучения общественного мнения и рынка им было проведено множество опросов, он внес значительные усовершенствования в процедуру сбора и анализа первичной информации, но прежде всего – стремился сохранить принципы опросной технологии отцов-основателей и дух их отношения к мнению населения. Представляется, что сохранение инструментальных и этических традиций изучения общественного мнения было важнейшей целью его деятельности как исследователя и одного из лидеров сообщества американских поллстеров.

Современные опросы Роупер считал слишком длительными, вопросы – слишком сложными и отдавал предпочтение личным, а не телефонным интервью. В целом он полагал, что “индустрия опросов потеряла связь со своими корнями”

Скорее всего, такого рода консерватизмом объясняется тот факт, что современные опросы Роупер считал слишком длительными, вопросы – слишком сложными и отдавал предпочтение личным, а не телефонным интервью. В целом он полагал, что “индустрия опросов потеряла связь со своими корнями” [Like father, like son. P. 14]. Он не приветствовал телефонные опросы, поскольку они прерывают домашний ужин, в результате человек комкает разговор или даже привирает.

Стремление к сохранению методического и организационного опыта всех поколений поллстеров обнаруживается и в том, что, даже уйдя в отставку, Роупер-младший продолжал оставаться почетным председателем комитета директоров Роуперовского центра (Roper Center), созданно-

го его отцом в первые послевоенные годы. Многие материалы Центра Бернс Роупер передал в Йель, где была создана "Роуперовская коллекция" (the Yale Roper Collection), представляющая высокую ценность для аналитиков и студентов. Он несколько лет работал в Комитете по стандартам Американской ассоциации исследователей общественного мнения и избирался его председателем.

Бернс Роупер чрезвычайно тщательно относился ко всем процедурным аспектам исследований и, подобно Роуперу-старшему и другим отцам-основателям, уважал, ценил мнения людей, верил им. В одном из своих поздних интервью он говорил: "Я – убежденный защитник среднего американца. Возможно, он не очень красноречив и грамотен, но он очень умный малый"

Бернс Роупер чрезвычайно тщательно относился ко всем процедурным аспектам исследований и, подобно Роуперу-старшему и другим отцам-основателям, уважал, ценил мнения людей, верил им. В одном из своих поздних интервью он говорил: "Я – убежденный защитник среднего американца. Возможно, он не очень красноречив и грамотен, но он очень умный малый" [Like father, like son. P. 14]. В 1985 году, после того как были проведены два "опроса об опросах" и обнаружилось, что большинство – трое из каждых четырех – признают значимость опросов, но имеет место и некоторый рост критического отношения к ним, Бернс Роупер сформулировал ряд предложений по совершенствованию технологии [Roper. P. 10–16]. Сегодня заслуживают внимания не столько детали этих предложений, сколько сам принцип поиска путей повышения роли опросов в жизни населения. Брюс Роупер, сын Бернса Роупера, сказал об отце: "Он всегда стремился понимать людей и то, как они воспринимают проблемы" [Sullivan].

Большинство аналитиков общественного мнения знают о фиаско 1948 года; значительно менее известен случай, когда сложная формулировка вопроса и, как следствие, неверный результат привели к заметному общественному резонансу и в определенной степени подорвали доверие к опросам. В 1992 году опрос "The Roper Organization", проведенный по заказу Американского еврейского комитета (American Jewish Committee), показал, что 22% населения не верили в Холокост 1939–1945 годов. Причина была в использовании вопроса с двумя отрицаниями: *"Представляется ли Вам возможным или представляется невозможным, что нацистского истребления евреев никогда не существовало?"* После того как вопрос был повторен в измененной формулировке, результат оказался иным: выяснилось, что лишь 1% американцев не верили в Холокост. В 1994 году на ежегодной конференции Американской ассоциации исследователей общественного мнения коллеги внимательно проанализировали все случившееся и высоко оценили безупречность научного подхода, продемонстрированного Роупером в этой непростой ситуации, и его высокую гражданственность.

В 1983–1985 годах Бад Роупер был президентом AAPOR, в 1988 году стал лауреатом этой организации. После смерти Бернса Роупера Джордж Гэллап-младший сказал о нем: "Личность очень высокого уровня. Он был насквозь честен" [Pane]. ■

Литература

Докторов Б.З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения. М.: Центр социального прогнозирования, 2006.

Докторов Б.З. Первопроходцы мира мнений: от Гэллапа до Грушина. М.: Институт Фонда "Общественное мнение", 2005.

Фирсов Б.М. О себе и своем разномыслии... (Интервью Б. Докторову) // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. 2005. № 1.

Altschuler B.E. LBJ and the Polls. Gainesville, FL: University Presses of Florida, 1990.

Bakker G. Building knowledge about the consumer: The emergence of market research in the motion picture

industry // The emergence of modern marketing / Ed. by R. Church, A. Godley. London: F. Cass, 2003.
Belden J. Measuring college thought // Public Opinion Quarterly. 1939. Vol. 3. No. 3. P. 458–462.
Belden J. The Texas Poll and the general election of 1948 // Public Opinion Quarterly. 1948. Vol. 12. No. 4.
Belden, 90, dies; Helped modernize opinion polling // The New York Times. 2005. June 18.
Belden. Tribute // Insider Narratives. 2006. Issue 5.
Bogart L. Irving Crespi, 1926–2004 // Public Opinion Quarterly. 2004. Vol. 68. No. 3. P. 487–488.
Boy meets facts // Time. 1941. July 21.
Cantril A.H. Paul K. Perry, 1910–2005 // Public Opinion Quarterly. 2005. Vol. 69. No. 3.
Chaffee S.H. George Gallup and Ralph Nafziger: Pioneers of audience research // Mass Communication & Society. 2000. Vol. 3. Issue 2/3. P. 317–327.
Crespi I. Polls as journalism // Public Opinion Quarterly. 1980. Vol. 44. No. 4. P. 462–476.
Crespi I. Pre-election polling: sources of accuracy and error. New York: Russell Sage Foundation, 1988.
Field M. Robert Denton Coursen, 1921–2002 // Public Opinion Quarterly. 2003. Vol. 67. No. 1.
Francovic K. Transcript of Interview with Joe and Eugenia Belden. September 10, 1983.
Goeree J., Grosser J. False consensus voting and welfare reducing polls // University of Cologne. Working Paper Series in Economics. 2004. No. 9.
Kohut A. A Review of the Gallup pre-election methodology in 1980 // Proceedings of the Survey Research Methods Section, American Statistical Association. 1981.
Like father, like son. An Interview with polling veteran Burns W. "Bud" Roper // Public Perspective. November/December 2002.
Pane L.M. Burns Roper, pollster known for his honesty // Chicago Sun-Times, Jan. 23, 2003.
Pollsters recall embarrassing lessons of 'Dewey defeats Truman' fiasco // Hannibal Courier-Post. Monday, October 19, 1998.
Proceedings of the Forty-Sixth Annual Conference of the American Association for Public Opinion Research // Public Opinion Quarterly. 1991. Vol. 55. No. 3.
Roper B.W. Evaluating polls with poll data // Public Opinion Quarterly. 1986. Vol. 50. No. 1. P. 10–16.
Simnacher J. Pioneer political pollsters Alex Louis dies at 80 // Dallas Morning News. April 23, 1993.
Sullivan T. Pollster Roper dies at age 77 // Yale Daily News. Friday, January 24, 2003.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Так говорил респондент…

– Что, на Ваш взгляд, означает "проявлять бдительность"?
– Надо следить за порядком вокруг дома, не отходя далеко.

* * *

– Что именно, на Ваш взгляд, могут сделать простые люди для того, чтобы власти решили проблему отопления?
– Разогнать всех олигархов и взять на работу нормальных работников.

(Из опросов ФОМа)

– В какого рода совместной деятельности Вы участвовали?
– По работе помогали друг другу: к крупному рогатому скоту одна не пойдешь.

* * *

– Перечислите, пожалуйста, несколько высказываний, решений и действий В. Путина за прошедшую неделю, которые Вам запомнились и понравились, не вызвали возражений.
– Он был красив как всегда.

– Что Вы любите делать в свободное время? Какие у Вас увлечения, любимые занятия?
– Спорить.

* * *

– Что, на Ваш взгляд, означает "проявлять бдительность"?
– Надо следить за порядком вокруг дома, не отходя далеко.

* * *

– Скажите, пожалуйста, кто ущемлял Ваши интересы, нарушал права, и в чем это заключалось?
– Мастер участка интриговала меня.