

Б. Докторов

Прямые продолжатели дела отцов-основателей:

Уоррен Митофски и Джозеф Ваксберг

Настоящие очерки – это продолжение публикации, первая часть которой появилась в 11-м номере журнала “Социальная реальность” за прошлый год [Докторов, 2006]. Прошлая публикация была посвящена творческому наследию трех выдающихся полстеров второй половины XX века. Вкратце напомним, о ком шла речь.

Пол Перри (Paul K. Perry, 1910–2005) первым в мировой практике целенаправленно в течение многих лет анализировал данные электоральных опросов и разрабатывал процедуры прогнозирования общенациональных выборов. Методическими открытиями Перри пользуются аналитики многих стран.

Джо Белден (Josef “Joe” Belden, 1915–2005) придумал региональные опросы, разработал и впервые применил их организационную схему, показал их важность в системе институтов демократии США.

Бернс “Бад” Роупер (Burns “Bud” Roper, 1925–1971) сделал многое для сохранения и углубления исследовательских и этических принципов, сформулированных первым поколением исследователей общественного мнения.

Героями настоящих очерков являются два аналитика, принципиально обогатившие методический арсенал приемов изучения общественного мнения и тем самым усилившие роль опросов в жизни американского общества. **Уоррен Митофски** – создатель exit poll, получившего признание во многих странах мира, помог освоить эту технологию аналитикам России и ряда постсоветских государств. **Джозеф Ваксберг** не был полстером, не анализировал высказывания людей, но математически обосновал процедуру организации репрезентативных телефонных опросов, известную как метод Митофски-Ваксберга.

Автор благодарит *Владимира Андреевкова*, руководителя Института сравнительных социальных исследований (Москва), и сотрудницу этого института *Анну Андреевкову*, которые несколько лет работали с Уорреном Митофски и дружили с ним, за неоценимую помощь в работе над этой статьей.

Уоррен Митофски и возникновение exit poll

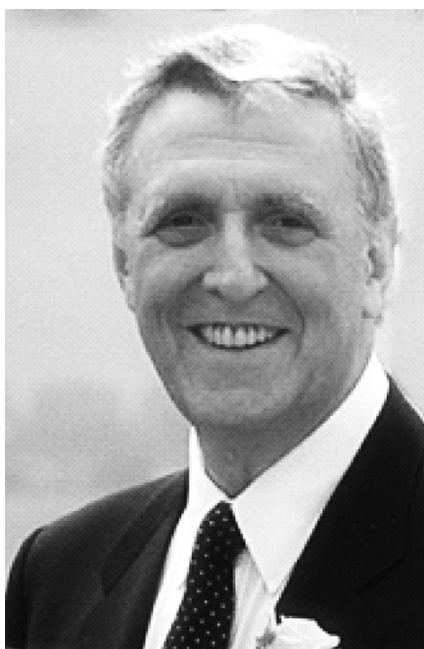
Метод построения выборки для проведения телефонных опросов, созданный Уорреном Митофски (Warren Jay Mitofsky, 1934–2006), – одно из крупнейших достижений второй половины XX века в области технологии изучения общественного мнения. История рождения этого метода будет кратко рассмотрена ниже. Мы остановимся и на другом принципиальном изобретении Митофски – exit poll, или опросе избирателей непосредственно после того, как они проголосовали. В российской специальной литературе и в прессе этот опрос называют “exit poll”, “экзит-полл” или “опрос на выходе”. Митофски не любил этот термин, не считал его адекватным (it’s imprecise) и предпочитал говорить об “опросах в день выборов” (“Election Day surveys”) [Morin]. Впрочем, согласно замечанию А. Андреевской, участвовавшей вместе с Митофски в работе Комитета по стандартам качества проведения exit poll Международной организации исследователей общественного мнения (WAPOR), он выступал против расширительного толкования термина “exit poll”, предлагая отличать его от понятия “предвыборный опрос”. Он отмечал, что при предсказании исхода выборов необходимо учитывать как результаты опроса на выходе с избирательного участка, то есть собственно exit poll, так и данные других исследований; в частности – данные телефонных опросов среди тех, кто досрочно принял участие в голосовании, а также простого опроса избирателей на дому после выборов и т. п. По словам А. Андреевской, Митофски постоянно употреблял термин “exit poll” и ничего не имел против него.

Уоррен Митофски родился в Бронксе. Тогда, в 30-е годы прошлого века, это был один из наи-

более криминальных районов Нью-Йорка, в основном населенный выходцами из Польши и Италии. Можно предположить, что родители Митофски – во всяком случае, по отцовской линии – вместе с тысячами евреев эмигрировали в начале века из Польши или одной из стран Австро-Венгерской империи. А. Андреевская сообщила мне, что его дед погиб в годы Второй мировой войны в концлагере в Чехословакии.

В 1957 году Митофски окончил Гилфорд-колледж (Guilford College), расположенный в городе Гринсборо (Greensboro), штат Северная Каролина. Затем учился в университетах Северной Каролины (1957–1958 годы) и Миннесоты (1958–1960 годы) [Warren Jay Mitofsky biography resource center]. Трудно сказать, по каким дисциплинам он получил степени бакалавра и магистра, но скорее всего он имел хорошую подготовку по математике и статистике, иначе не смог бы работать в команде выдающихся статистиков и математиков, сложившейся в конце войны в Бюро переписи населения США. Митофски собирал материалы для написания докторской работы, но не закончил работу над ней.

Небольшой фрагмент мемуарного характера я нашел в статье Митофски 1999 года, в которой он рассматривал особенности выборки при проведении онлайн-опроса. Митофски вспоминал, что четыре десятилетия назад, скорее всего это был период его обучения в Университете штата Миннесота, он подрабатывал в отделе маркетинговых исследований “General Mills” – известного в Америке производителя различных пищевых продуктов. Ему было поручено проанализировать деятельность двух организаций, которые проводили почтовые опросы по выборкам, создаваемым на базе огромных панелей. Он показал, что эти панели не репрезентировали никакой генеральной совокупности и потому не мог-



Уоррен Митофски

проведении онлайн-опроса. Митофски вспоминал, что четыре десятилетия назад, скорее всего это был период его обучения в Университете штата Миннесота, он подрабатывал в отделе маркетинговых исследований “General Mills” – известного в Америке производителя различных пищевых продуктов. Ему было поручено проанализировать деятельность двух организаций, которые проводили почтовые опросы по выборкам, создаваемым на базе огромных панелей. Он показал, что эти панели не репрезентировали никакой генеральной совокупности и потому не мог-

ли дать надежной информации [Mitofsky. Pollsters.com. P. 24]. Таким образом, с основами выборочного анализа он был знаком еще в студенческие годы.

В 1967 году Митофски был приглашен в компанию CBS для решения задачи максимально быстрого получения информации о прошедшем голосовании. Первые опросы для CBS делал Луис Харрис (Louis Harris, p. 1921), однако руководство компании не устраивали его методы выборки и анализа, поэтому при организации новой службы они отдали предпочтение специалисту в области математики и статистики. Вопрос о победителе выборов, особенно президентских, всегда интересовал американских избирателей, и поиск приемов, которые позволили бы ответить на него до завершения официальных подсчетов, имеет долгую историю. Следует помнить, что еще в начале XIX века подсчет голосов в ходе общенациональных выборов занимал несколько недель, и все это время политики и журналисты пытались дать свои прогнозы, обращаясь к быстрейшим на то время способам передачи и переработки информации.

Так, в 1824 году газета “New York Post” использовала почтовых голубей для получения информации об итогах голосования вне Нью-Йорка. В конце первой половины XIX века “Associated Press” передавала сведения о голосовании по телеграфу, но должно было пройти еще два десятилетия, чтобы эта система охватила всю страну. В 1883 году ветеран Гражданской войны, политик и генерал Чарльз Тейлор (Charles H. Taylor, 1846–1921), редактор известной “Boston Globe”, предложил новый по тому времени прием сбора информации. За день до выборов он направлял в тщательно отобранные ключевые избирательные округа своих наблюдателей и по итогам голосования в этих “точках” делал вывод о голосовании в штате.

В известной книге Дэвида Мура (David Moor) история возникновения exit poll изложена по материалам, опубликованным Митофски, и по записям их личных бесед [Moore. P. 255]. В ней говорится о схеме опроса, реализованной за три года до Митофски Бадом Льюисом (Irwin “Bad” Albert Lewis, 1921), руководившим в то время

электоральными опросами телевизионной сети NBC, затем работавшим в “The Roper Organization” и завершившим свою карьеру директором опросной службы “Los Angeles Time” (Los Angeles Times poll).

В 1964 году на первичных выборах в Калифорнии конкуренция была очень высокой, и потому было решено осуществить исследование по схеме, восходившей к Тейлору и применявшейся Харрисом. Однако руководство ряда избирательных участков отказалось от сотрудничества с исследователями, не пожелав представить им результаты подсчета бюллетеней. Тогда студентам, которые, по первоначальному плану, должны были забрать итоги подсчетов с избирательных участков и передать их для дальнейшей обработки, предложили опросить избирателей после того, как они проголосуют. Согласно полученным Льюисом результатам, количество голосов в пользу ведущих кандидатов было настолько близким, что NBC воздержалась от ночного прогноза и объявила имя победителя лишь следующим утром, когда официальный подсчет бюллетеней был почти завершен.

Митофски полагал, что работу студентов колледжей на десяти избирательных участках с трудом можно классифицировать как реальный exit

Вопрос о победителе выборов, особенно президентских, всегда интересовал американских избирателей, и поиск приемов, которые позволили бы ответить на него до завершения официальных подсчетов, имеет долгую историю

poll. Эти участки не представляли случайной выборки, результаты опроса не использовались для прогнозирования выборов и не применялась специальная процедура репрезентативного отбора избирателей. По словам Митофски, NBC провела свой первый exit poll только после 1973 года. В некрологе, опубликованном в главном для всех поллстеров мира журнале “Public Opinion Quarterly” [I.A. Lewis. P. 280], Митофски сказал

много хорошего о Баде Льюисе (другими именами его никто никогда не называл), но не отметил его вклада в рождение опроса на выходе.

Иную версию рождения идеи exit poll приводит поллстер и обозреватель газеты “Washington Post” Ричард Морин в заметке памяти Митофски [Morin]. Согласно Морину, методика Тейлора была использована Харрисом

В начале XIX века подсчет голосов на общенациональных выборах занимал несколько недель, и все это время политики и журналисты пытались дать свои прогнозы, обращаясь к быстрейшим на то время способам передачи и переработки информации

и статистиком Дэвидом Нефтом (David Neft, p. 1936), но их подход к отбору ключевых избирательных участков не был статистически обоснованным. Руководство CBS обратилось к Митофски, чтобы он разработал более надежную процедуру раннего определения победителя избирательной кампании.

В 1967 году проходили выборы губернатора в штате Кентукки, и Митофски должен был обеспечить своей телесети первенство в сообщении имени победителя. Он обратился за помощью к аналитику рынка Джорджу Файну (George Fine), и в ходе предварительных обсуждений тот рассказал Митофски об одном из своих исследований для киноиндустрии. Ответственные за прокат хотели знать реакцию зрителей до выхода нового фильма на широкий экран. “Джордж, – вспоминал Митофски, – решил интервьюировать людей при выходе из кинотеатра... Я не могу сказать наверняка, его ли это идея или мы дошли до этого вместе. Но мы сказали: «А почему бы не интервьюировать избирателей Кентукки при выходе с избирательных участков?»» [Morin].

Время и дополнительные исследования покажут, в какой мере две эти версии могут сосуществовать, но они сходятся в том, что первый exit poll был проведен Митофски почти сорок лет назад,

в 1967 году, в Кентукки. Избирательные участки выбирались случайным образом с учетом количества зарегистрированных на них избирателей. Участок с двумя тысячами потенциальных избирателей имел вдвое большую вероятность войти в выборку, чем с одной тысячей. В целом можно сказать, что отобранные участки репрезентировали электорат.

Интервьюеры встречали избирателей у выхода с участка и просили их заполнить анкету. В зависимости от того, какое количество избирателей с каждого участка следовало опросить, вопросы задавались каждому третьему, пятому или десятому избирателю. Заполненную анкету респондент опускал в специальную “голосовательную” урну CBS. Первые опросы были короткими, но позже количество вопросов в них постепенно увеличивалось.

В соответствии с графиком интервьюеры высылали собранную информацию в центр обработки, так что после закрытия участков можно было быстро получить картину голосования по штату. При этом Митофски звонил в вошедшие в выборку избирательные участки и сравнивал их результаты подсчетов с теми, что получались у него при анализе ответов проголосовавших избирателей. Если все сходилось, он мог объявить имя победителя.

В 1968 году состоялись президентские выборы, exit poll был проведен в 20 штатах, опросный документ фиксировал не только то, за кого голосовали избиратели, но их пол и расу. Много обрабатывалось вручную интервьюерами и передавалось по телефону, тогда еще не было возможности ввести все в компьютер за один вечер. Имя победителя определялось после сравнения результатов exit poll и подсчета голосов в отобранных избирательных участках.

Конкуренция за то, чтобы первыми назвать имя победителя президентских выборов, была очень высокой. Поэтому Митофски в период подготовки опроса пытался понять, чему отдать предпочтение: скорости или правильности, то есть верному определению имени победителя? Однажды он спросил своего руководителя Уильяма Леонарда (William Leonard, 1916–1994), много сделавшего для становления технологии exit

poll: “Если бы у Вас было сто долларов, как бы Вы их разделили между скоростью и правильно-стью?” [Moore. P. 257]. Тот ответил: “Я хочу иметь сто долларов на скорость. И сто долларов – на правильность”. Правда, за неделю до выборов он сказал, что не беспокоится по поводу скорости, но хочет, чтобы все было верно. Тема скорости проведения опроса была надолго закрыта. За годы работы Митофски было многое сделано для совершенствования процедуры построения выборки и проведения интервью, к тому же он научился выдерживать паузу, многократно проверяя свои выводы.

Первые интервью на выходе были короткими, всего несколько вопросов о том, за кого человек проголосовал и почему. Затем объем опросного документа стал увеличиваться. Так, интервью 2004 года, проводившееся службой Митофски на первичных демократических выборах в штате Нью-Хэмпшир, представляло собой две страницы, содержащие 26 вопросов [National election poll]. Первый блок – электоральные установки и поведение: отношение респондента к каждому из демократических кандидатов, его сегодняшний выбор, когда он принял решение, за кого он голосует обычно: за демократов или республиканцев. Второй блок – отношение к политике президента Дж. Буша и деятельности его администрации. Наконец, “паспортичка”: пол, возраст, раса, доход семьи. Это уже ценнейшая информация для построения прогнозных электоральных моделей.

Пример: организация поздних опросов Митофски дает отчет о выборке, которую использовали при изучении голосования на президентских выборах 2004 года. Опрос проводился на 250 избирательных участках и охватил 11 719 проголосовавших. Кроме того, в 13 штатах в ходе телефонного опроса было опрошено 500 человек, не участвовавших в голосовании, и/или проголосовавших досрочно. На избирательных участках опрашивался каждый N-ый избиратель (величина N зависела от численности избирателей, которые должны были на нем голосовать), затем выборка “взвешивалась” на основе специальной двухфакторной технологии [National Election Pool Exit Polls].

С 1963 по 1990 год Митофски был исполнительным директором подразделения CBS по оп-

росам, а также отвечал за опросы в день выборов. В 1975 году он организовал службу (poll) “CBS News/New York Times” и руководил ею 15 лет. С 1990 по 1993 год Митофски руководил созданной им организацией по изучению избирателей (Voter Research & Surveys), которая действовала в интересах четырех ведущих американских телевизионных сетей: ABC, CBS, CNN и NBC. Позже она стала называться “Служба новостей об избирателе” (Voter News Service, VNS).

В статье Митофски, опубликованной три года назад, отмечается, что в интервале с 1967 по 1988 год он допустил всего пять ошибок в предсказании имени победителя выборов в штатах и в первичных выборах. В течение последнего десятилетия XX века им было проведено свыше 2000 опросов в день выборов и лишь один – в 1996 году на выборах в сенат в Нью-Хэмпшире – дал ошибочные результаты [Mitofsky. Voter news...]. Определенные ошибки в exit poll были и на президентских выборах 2000 года – и этот факт получил огромный резонанс. Вместе с тем, вспоминает А. Андреевкова, “ошибки Уоррена всегда вели к тому, что он вновь и вновь переосмыслил сделанное и всегда находил лучшее решение. Его ошибки были двигателями его новых достижений. Он умел их признавать и принимать и справедливо считал, что исследователи – не боги, они могут ошибаться; важно то, что эти ошибки служат во

В 1824 году газета “New York Post” использовала почтовых голубей для получения информации об итогах голосования вне Нью-Йорка. В середине XIX века “Associated Press” передавала сведения о голосовании по телеграфу

благо развития науки и совершенствования метода. Уоррен верил в статистические методы и методы опроса, он ненавидел свои ошибки, но умел их признавать и учиться на них” [Андреевкова]. Известный и весьма авторитетный американский обозреватель Дэн Патер (Dan Rather), настороженно относящийся к опросам общественного мне-

ния, однажды сказал, обращаясь к многомиллионной аудитории: “Я верю в Бога, страну и Уоррена Митофски” [Morin].

В 1993 году Митофски основал фирму “Mitofsky International”, которая провела exit polls во многих странах мира, в том числе в России. Владимир Андреенков, основатель и руководитель московского Института сравнительных социальных исследований, сообщает на своем сайте <http://www.cessi.ru>, что вместе с Митофски провел опросы на российских выборах 1993, 1995, 1996, 1999, 2000 и 2004 годов. В 2005 году они успешно работали на президентских выборах в Азербайджане.

На сайте AAPOR представлена серия воспоминаний ряда известных поллстеров [Warren J. Mitofsky (1934–2006)], посвященных памяти Митофски. В них кратко охарактеризованы многие аспекты его деятельности как исследователя и одного из лидеров профессионального сообщества. В словах прощания Владимира Паниотто, украинского аналитика общественного мнения, отмечается, что, хотя Митофски не принимал непосредственного участия в изучении электората в Украине, с 2002 года он помог в проведении пяти опросов на выходе. Мне представляется крайне важным заявление известного аналитика общественного мнения профессора Филиппа Мейера (Philip Meyer) о значимости вклада Митофски

Первые интервью на выходе были короткими, затем объем опросного документа стал увеличиваться. Так, интервью 2004 года, проводившееся службой Митофски на выборах в штате Нью-Хэмпшир, содержало 26 вопросов

в сохранение истории американской поллстерской ассоциации. Речь идет о том, что именно благодаря Митофски была издана книга “Место встречи” [A meeting place] и тем самым для истории сохранена ценнейшая информация о деятельности отцов-основателей и пионеров изучения общественного мнения.

Джозеф Ваксберг: основатель теории современного телефонного опроса

Джозеф Ваксберг (Joseph Waksberg, 1915–2006), чаще – Джо (Joe), родился в небольшом старинном польском городке Киелице (Kielce), откуда его семья эмигрировала в Америку в 1921 году.

Блестяще окончив школу, он поступил в Городской колледж (City College) Городского университета Нью-Йорка (City University of New York), в котором жители этого города имели право учиться бесплатно. О статистике он тогда не имел никакого представления, и в качестве специализации избрал математику. В 1936 году, после окончания колледжа, он начал изучать дополнительные разделы математики на вечерних курсах университета. Это было время Депрессии, рабочих мест было мало, но после отлично сданного государственного экзамена Ваксберг получил приглашение в Вашингтон для работы в правительственных структурах. Несколько лет он работал в военно-морском министерстве (the Navy Department), а в 1940 году, когда его направление закрылось, ему предложили место в Бюро переписи населения (Census Bureau).

К тому времени Ваксберг был знаком лишь с основами теории вероятностей и математической статистики. Он самостоятельно изучил более сложные разделы этих дисциплин и блистательно сдал государственный экзамен. Через шесть десятилетий, вспоминая то время, Ваксберг отмечал, что, по словам Лесли Киша (Leslie Kish, 1910–2000), у него был высший в стране балл; при этом Ваксберг добавил: “Я не уверен, что он прав, но я не хочу противоречить Лесли и опровергать его” [Marker, Morganstein. P. 299]. Интересно, что жизненные пути Ваксберга и Киша [Fellegi] начались во многом одинаково, семья последнего эмигрировала из городка Попрад (Poprad), сейчас это – Словакия, оба окончили Городской колледж в Нью-Йорке как математики, примерно в одно время пришли на работу в Бюро переписи населения, многие десятилетия исследовали один круг проблем и оба дожили до 90 лет. Киш признан классиком в области статистики и экспертом высочайшего класса по проведению опросов.

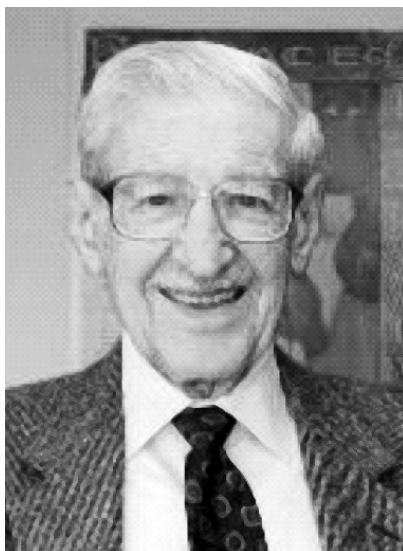
Руководителями научного отдела Бюро переписи были выдающиеся специалисты в области статистики Морис Хансен (Morris Hansen, 1910–1990) и Уильям Хурвиц (William Hurwitz, 1908–1969). Под их руководством и в русле развивавшейся ими общей методологии исследовались теоретические вопросы выборочного анализа и разрабатывались методы оценки статистических и нестатистических погрешностей. Хансену и Хурвицу удалось доказать неадекватность математико-статистической теории выборочных методов, применявшихся в первой трети прошлого века, и создать сильную команду специалистов, успешно разрабатывавших математические модели статистических исследований и эффективно координировавших работу по сложнейшим статистическим проектам государственной значимости.

Ваксберг был одним из таких аналитиков. Он разработал множество приемов по совершенствованию планирования и проведения выборочных опросов. Ваксберг представлял собой одну из ключевых фигур в обосновании методологии двух мониторингов, на результатах которых базируется ряд важнейших государственных программ. Эти данные уже многие десятилетия остаются востребованными политиками самого высокого уровня и исследователями различных социально-экономических процессов. Проект “Исследование современного состояния населения” (Current Population Survey) существует свыше полувека и включает ежемесячное исследование ответов 50 000 семей. Главная его цель – определение занятости населения и развитие трудовых ресурсов. Второй проект, “Исследование американских домовладений” (American Housing Survey), дает богатейшую информацию о жилищных условиях американцев. Общенациональная выборка включает 55 000 жилищ различного типа: от многоквартирных домов стоимостью в несколько миллионов, в которых проживает одна семья, до домов на колесах. Ваксберг

разрабатывал и руководил методологической программой переписи населения США 1970 года.

Проработав в Бюро переписи 33 года, Ваксберг в 1973 году ушел в отставку с должности заместителя директора по статистическим методам, исследованиям и стандартам. По предложению Хансена он перешел в статистическую исследовательскую фирму “Westat”, где проработал 26 лет.

Этот краткий рассказ о деятельности Ваксберга имеет одну цель – в самых общих чертах показать, какого уровня специалистом он был, какого масштаба задачи приходилось ему решать. Рас-



Джозеф Ваксберг

смотрим ту сторону его деятельности, которая в первую очередь может интересовать социологов, проводящих телефонные опросы, и особенно – поллстеров. Речь идет о становлении метода телефонного опроса, называемого “техникой Митофски–Ваксберга”.

Во второй половине 1960-х годов основная часть опросов проводилась методом личных интервью, но увеличение числа личных телефонов и, что еще важнее, появление автоматической междугородной связи усилило интерес поллстеров к телефонным опросам, которые начали проводиться в Америке еще в 1920-х годах. Однако обнаружались технологические трудности, повышавшие стоимость опросов и их трудоемкость: в телефонных книгах многие номера были устаревшими, многих личных телефонов в справочниках вообще не было. Альтернативой было генерирование всех возможных телефонных номеров в стране или в штате с помощью компьютера, а затем проведение случайного отбора. Использование этого метода, чаще всего обозначаемого аббревиатурой RDD (random digit dialing), усложнялось тем, что лишь 20% сгенерированных таким образом номеров принадлежали семьям, а 80% были бизнес-телефонами или вообще не существовали. Таким образом, чтобы найти один действующий домашний телефон, в среднем приходилось набирать пять номеров. Еще одна трудность: при наборе

отсутствующего номера интервьюер слышал в трубке обычный гудок, поэтому он думал, что это действующий телефон, и мог многократно пытаться дозвониться по нему.

Телефонные номера в США состоят из десяти цифр: первые три – “географические”, по ним можно определить штат или даже часть штата; следующие три цифры (префикс) указывают на

Во второй половине 1960-х годов основная часть опросов проводилась методом личных интервью, но увеличение числа личных телефонов и появление автоматической междугородной связи усилило интерес поллстеров к телефонным опросам

компанию, обслуживающую конкретную зону внутри штата; в городах обычно существует несколько префиксов, в сельской местности – достаточно одного; последние четыре (сафикс) – собственно номер телефона.

В поисках решения стоящей перед ним проблемы Митофски обнаружил, что телефонные компании не раздают номера случайно, а группируют их в блоки. Так, если для любого префикса возможны 10 000 сафиксов, например от 571-0000 до 571-9999, то могут раздаваться телефонные номера с последними цифрами от 3000 до 6000, а остальные – не использоваться. При необходимости компания может расширить зону изменения сафикса.

Отталкиваясь от этой информации, Митофски предложил двухступенчатую систему использования RDD. Сначала внутри отобранной сотни сафиксов, например от 571-5500 до 571-5599, звонили по случайному номеру, чтобы определить, есть ли в этой сотне действительно работающие номера телефонов, принадлежащих домохозяйствам. Если оказывалось, что выбранный случайным образом номер был именно таким, то тогда случайным образом генерировали еще три-пять телефонных номеров в этом интервале изменений сафикса, и в тех семьях, которым они принадлежали, проводили опрос. В действительности все не было

так уж гладко: некоторые телефонные компании включали в одну группу личные и бизнес-телефоны или генерированного телефона в реальности не существовало; но тем не менее метод Митофски принципиально снижал стоимость телефонного опроса и снимал с интервьюеров заметную долю психологической нагрузки.

В 1970 году Митофски описал свою процедуру RDD в специальном отчете [Mitofsky. Sampling...] и, видимо, тогда же обратился к Ваксбергу, который в 1967 году стал консультантом CBS, с просьбой дать ее математическое обоснование. В интервью 2000 года Ваксберг сказал, что как-то Митофски попросил его помочь ему с проблемой телефонного интервьюирования для CBS: “Он хотел, чтобы был исследован метод, созданный им интуитивно. Казалось, что метод был успешным, и он просил найти его математическое обоснование. Я обнаружил, что эта процедура была одновременно несмещенной (*то есть не отягощенной систематическими погрешностями* – Б.Д.) и эффективной. Мой вклад заключался лишь в том, чтобы предложить математическое обоснование метода и показать, при каких условиях он будет работать, а при каких нет” [Marker, Morganstein. P. 308]. Трудно сказать почему, но свое доказательство Ваксберг сделал лишь в 1976 году, а опубликовал его только через два года [Waksberg. Sampling...]. Хотя в этой публикации было указано, что анализирувавшаяся схема отбора телефонов для проведения интервью была предложена и использовалась Митофски, в течение ряда лет она называлась “методом Ваксберга”.

В статье 1983 года Ваксберг писал, что испытывает неловкость, читая о “методе Ваксберга”: он лишь доказал несмещенность этой процедуры RDD и выявил условия ее эффективности; он подчеркнул, что исходная идея принадлежит Митофски [Waksberg. A note on... P. 576].

В настоящее время большинство специалистов говорят о “методе Митофски-Ваксберга”, он стал стандартным для проведения телефонных опросов и революционизировал практику изучения общественного мнения. Конечно, за прошедшие годы возникло множество модификаций метода, усиления, обобщений, есть попытки приспособить его для опросов по мобильным теле-

фонам, но импульсом к развитию всего этого методического направления стал прием, предложенный Митофски и математически обоснованный Ваксбергом. Примечательно, что за долгие годы работы Ваксберг сделал многое для развития философии и техники статистического анализа, но, по его собственному признанию, самой цитируемой его работой оказалась пятистраничная заметка, обосновывающая метод Митофски–Ваксберга [Marker, Morganstein. P. 308].

Традиции и новации

Продолжатели дела отцов-основателей изучения общественного мнения – это очень высокое звание в истории развития данного исследовательского направления. В своей работе эти люди ориентировались на гражданские идеалы, этические принципы, инструментальные идеи и методы первых аналитиков общественного мнения. Деятельность продолжателей вписывалась в зародившиеся традиции, укрепляло эти традиции и таким образом повышало значимость сделанного отцами-основателями. В то же время продолжатели дела первооткрывателей шли дальше – они отвечали на вызовы нового времени, решали новые общественно значимые проблемы, и потому их работу можно назвать революционной.

Пол Перри, работая долгие годы с Джорджем Гэллапом, предложил такую процедуру предэлекторальных и постэлекторальных опросов, которая обеспечила высокое качество предсказания итогов общенациональных и локальных выборов. Его первопроходчество очевидно – ничьим наследием, ни в плане эмпирии, ни в теоретических рассуждениях он пользоваться не мог. До 1936 года, в эру проведения “соломенных” опросов, проблема надежности измерения мнений не была сформулирована, а систематическое проведение методических разработок было в принципе невозможным. Потребность в них актуализировалась с открытием быстрой и компактной выборочной процедуры опроса, но лишь в 1948 году стало очевидным, что судьба опросов как института демократии и как разновидности интеллектуального бизнеса напрямую зависит от верности и точности электоральных прогнозов.

Перри смог выявить потенциальные угрозы прогнозной процедуры и элиминировать их влияние. Статистика работы ряда поколений аналитиков, развивавших найденное Перри, показывает, что полстеры уже в течение многих десятилетий оправдывают ожидания общества, их электоральные прогнозы удивительно точны и не выходят за пределы случайной погрешности измерения. Так, по итогам скрупулезного анализа Митофски 42 предсказаний результатов президентских выборов, состоявшихся в 1956–1996 годах, средняя погрешность составила 1,92%.

Очевидно, пока будет существовать институт демократических выборов, будут проводиться электоральные опросы, и накануне дня голосования общество будет стремиться узнать имя победителя. И сколько бы лет ни прошло, в каждом верном прогнозе будет частица наследия Перри.

Оценка сделанного **Джо Белденом** предполагает получение развернутого ответа на вопрос: “Можно ли говорить о развитии в Америке исследований общественного мнения во второй половине XX века без анализа роли региональных поллов?” С инструментальной точки зрения нет принципиального различия между схемой общенационального опроса и опроса локального – на уровне штата или иной территориальной общности. Та же процедура выборки, тот же подход к конструированию вопросов, та же схема интервьюирования. Однако региональные поллы, которые сфокусированы на местных проблемах

Метод Митофски–Ваксберга стал стандартным для проведения телефонных опросов и революционизировал практику изучения общественного мнения

и обсуждаются местными средствами массовой информации, более интересны населению, чем опросы, касающиеся проблем внутренней и внешней политики страны в целом. Таким образом, если региональные поллы проводятся профессионально и их результаты эффективно используются, они становятся действенным инструментом формирования компетентного

общественного мнения в регионе. Еще одна немаловажная функция региональных поллов – они являются лабораторией для проверки новых приемов опроса. Вследствие этого некоторые специалисты фиксируют, что прогнозы итогов региональных выборов становятся точнее, чем прогнозы выборов общенациональных.

Изобретение Джо Белдена в его социально-политическом и инструментальном аспекте, то есть в налаживании диалога между “верхом” и “низом”, занимает одно из центральных мест в послевоенной истории исследований общественного мнения в США. В течение нескольких десятилетий в Америке сложилась мощная сеть региональных служб изучения мнений населения, или поллов. По мере развития онлайн-культуры региональные опросы станут ключевым элементом “электронной демократии”.

Думается, что многие аспекты организации и функционирования американских региональных поллов должны представлять интерес и для поллстеров других стран, – в частности, для России, где межрегиональные различия крайне велики и где диалог с населением может стать важнейшим фактором эффективности региональной политики.

Пол Перри, работая долгие годы с Джорджем Гэллапом, предложил такую процедуру предэлекторальных и постэлекторальных опросов, которая обеспечила высокое качество предсказания итогов общенациональных и локальных выборов

Скорее всего, до середины 1960-х годов задачи сохранения баланса между традициями и новациями в опросной технологии в явном виде не стояло. Во-первых, еще были живы и активно работали отцы-основатели, и все происходившее в сообществе поллстеров делалось с учетом их позиций. Во-вторых, сами традиции только складывались. В-третьих, несмотря на существенные изменения в образе жизни населения, все

еще можно было проводить опросы “лицом к лицу”, конструкция которых в общих чертах сложилась в 1930–40-х годах. Однако на рубеже 1960–70-х первое поколение аналитиков общественного мнения начало отходить от активной исследовательской деятельности, ряд традиций превратились в норму, будучи зафиксированными в нормативных документах Ассоциации исследователей общественного мнения. Вместе с тем возникало множество новых профессионально-этических проблем, решать которые надо было уже представителям новых поколений поллстеров. Наконец, классический опрос по месту жительства сдавал свои позиции под напором новой технологии – телефонных опросов. Эти и другие обстоятельства переводили проблему баланса традиций и новаций из латентной в явную, актуальную.

Бернс “Бад” Роупер был одним из тех, на кого историей была возложена функция сохранения наследия отцов-основателей. Конечно, это было (и остается) задачей всего поллстерского сообщества, однако в любом большом деле должен существовать лидер, и Бад Роупер в силу своих профессиональных и личностных качеств был им.

Творческое наследие **Джозефа Ваксберга** интересно для историко-научного анализа, поскольку оно ярко иллюстрирует одну из значимых особенностей процесса развития технологии измерения мнений: активное сотрудничество поллстеров, аналитиков общественного мнения с математиками, статистиками, инженерами. Здесь же отмечу, что среди пионеров изучения общественного мнения были люди, неплохо владевшие математико-статистическим аппаратом и имевшие специальную инженерную подготовку. Чарльз Парлин (Charles Parlin, 1872–1942) – отец современных исследований рынка, долгие годы был преподавателем математики; Даниэль Старч (Daniel Starch, 1883–1979), одним из первых начавший изучать аудиторию прессы, имел степень бакалавра по математике; Пол Черингтон (Paul Terry Cherington, 1876–1943), оказавший заметное влияние на методологию формирования выборки при изучении мнений, был магистром эконо-

мики. Эмиль Хурья (Emil Hurja, 1892–1953), один из первых аналитиков и “предсказателей” результатов общенациональных избирательных кампаний, прослушал инженерные курсы по оценке качества руды и несколько лет занимался анализом динамики акций. Клод Робинсон (Claude Robinson, 1900–1961), помогавший Гэллапу в построении выборки его первых опросов, в 1929 году запатентовал прибор для изучения радиоаудитории, а в 1932 году опубликовал итоги своего докторского исследования по методологии “соломенных” опросов. Артур Нильсен (Arthur Nielsen, 1897–1980), создатель современной приборной аудиометрии, получил инженерное образование в Висконсинском университете с наивысшим в истории этого учебного заведения средним баллом. Луис Бин (Louis Bean, 1896–1994), верно предсказавший в 1948 году победу Трумэна, был статистиком, долгие годы работавшим в правительственных структурах.

Выборочные схемы и приемы анализа, использовавшиеся поллстерами до 1960-х годов, были созданы и апробированы исследователями рынка в начале века, и потому их применение, во всяком случае, как тогда казалось, не требовало специального математического обоснования. Но к концу 1960-х усложнившиеся приемы формирования выборки и понимание аналитиками и заказчиками опросов высокой цены погрешности в измерении общественного мнения вызвали необходимость в математическом фундировании технологии телефонного опроса, предложенной Митофски. То был “зов времени”, и Ваксберг был человеком, который в нужный момент оказался в нужном месте. Такое нередко случается в истории.

Опросы на выходе **Уоррена Митофски** были легко приняты американским обществом – политиками, журналистами и населением – и получили признание в профессиональной среде. Это произошло, на мой взгляд, в силу того, что exit poll, с одной стороны, естественно вписывался во множество различных акций, проводимых в год президентских выборов, с другой стороны, он отвечал желанию значительной части нации узнать имя президента до публикации официального протокола подсчетов. Есть и третье обстоятельство:

с методической точки зрения exit poll – это классический анкетный опрос, проведенный у избирательного участка.

Вместе с тем это и принципиально новое политическое и научное изобретение. Политическое – поскольку оно дает СМИ новые возможности: сообщить нации имя нового президента раньше, чем это могут сделать официальные структуры. Это “подогревает” интерес избирателя к деятельности СМИ, в целом повышает кредитность этого института. В научном плане exit poll следует рассматривать как новый элемент

Продолжатели дела отцов-основателей в своей работе ориентировались на гражданские идеалы, этические принципы, инструментальные идеи и методы первых аналитиков общественного мнения

в стратегии электоральных опросов. Он способен подтвердить верность предэлекторальных зондажей или, выявив их ошибочность, указать пути поиска погрешностей. Эти опросы дают возможность определить параметры голосовавшей части электората и внести уточнения в прогнозные модели, создаваемые ведущими аналитическими центрами.

Распространение интернета и принятие в США в 2002 году новых правил (The Help America Vote Act), предусматривающих значительные изменения в процедуре голосования, использование специальных машин для подсчета голосов, возможность голосовать до дня проведения выборов ставят перед поллстерами задачи принципиальной модификации всех форм предэлекторальных опросов, в том числе exit poll. Эти задачи придется решать аналитикам новых поколений, которые продолжают дело отцов-основателей и поллстеров, придавших особые черты опросной технологии второй половины XX века.

Сейчас трудно предвидеть, какие ответы на социально-политические и технологические вызовы будут сформулированы в ближайшие годы.

Но ясно одно: для того чтобы быть эффективными, они должны опираться на традиции и одновременно являться принципиально инновационными. ■

Литература

A meeting place. The history of the American association for public opinion research / Ed. by P.D. Sheastley, W.J. Mitofsky. Ann Arbor: AAPOR, 1992.

Fellegi I. Leslie Kish. 1910–2000 [online]. Date of access: 08.12.2006 <http://www.amstat.org/>

I.A. Lewis, 1921–1990 // Public Opinion Quarterly. 1991. Vol. 55. No. 2. P. 280.

Marker D., Morganstein D. A Conversation with Joseph Waksberg / Statistical Science. 2000. Vol. 15. No. 3 [online]. Date of access: 08.12.2006 <http://project-euclid.org/>

Mitofsky W.J. Pollsters.com // Public Perspective. 1999. June/July [online]. Date of access: 08.12.2006 <http://www.ropercenter.uconn.edu/>

Mitofsky W. Sampling of telephone households. Unpublished CBS memorandum. 1970 [online]. Date of access: 08.12.2006.

Mitofsky W.J. Voter news services after the fall // Public Opinion Quarterly. 2003. Vol. 67. No. 45.

Moore D.W. The superpollsters: How they measure and manipulate public opinion in America. New York: Four Walls Eight Windows, 1992.

Morin R. The pioneer pollster whose credibility you could count on [online]. Date of access: 08.12.2006 <http://www.washingtonpost.com/>

National election poll. New Hampshire. 2004 [online]. Date of access: 08.12.2006 <http://www.exit-poll.net/> National Election Pool Exit Polls. November 2, 2004. [online]. Date of access: 08.01.2007 <http://www.exit-poll.net/>

Waksberg J. A note on “Locating a special population using random digit dialing” // Public Opinion Quarterly. 1983. Vol. 47. No. 4.

Waksberg J. Sampling methods for random digit dialing // Journal of the American Statistical Association. 1978. Vol. 73. No. 361. P. 40–46.

Warren Jay Mitofsky biography resource center. Thomson Gale. 2006. Document number: K2015679324 [online]. Date of access: 08.12.2006. <http://galenet.galegroup.com/>

Warren J. Mitofsky (1934–2006) [online]. Date of access: 08.12.2006. <http://www.aapor.org/>

Андреевкова А.В. Электронное письмо Б. Докторову от 12 сентября 2006 г.

Докторов Б. Прямые продолжатели дела отцов-основателей: Пол Перри, Джо Белден и Бад Роупер // Социальная реальность. 2006. № 11. С. 120–129.

Докторов Б.З. Творцы опросов второй половины XX века: Опыт “оперативного” историко-биографического анализа // Социологический журнал. 2007. № 1. С. 5–38.

ПЬЯНСТВО В РОССИИ

Как полагают ровно три четверти опрошенных ФОМом респондентов, за последние 10 лет уровень пьянства в России вырос, и только 2% говорят о его снижении (по мнению 18%, сейчас в России пьют столько же, сколько и раньше). При этом чуть больше половины респондентов (55%) полагают, что в принципе снизить уровень пьянства в России возможно. Весь вопрос в том, как это сделать.

Что характерно, отвечая на открытый вопрос, какие меры могли бы способствовать уменьшению пьянства в России, респонденты в подавляющем

большинстве случаев говорили о необходимости улучшить социально-экономическое положение населения – обеспечить трудовую занятость (20% по выборке), совершенствовать условия жизни и работы (12%), повышать уровень культуры людей, организовывать их культурный досуг (7%), привлекать к занятиям спортом (4%) и т. д. Значительно реже респонденты называли такие регулятивные меры, как ограничение продажи спиртных напитков (7% ответов), борьба с самогонарением, нелегальным производством спиртного (4%), запрет рекламы

спиртных напитков, уменьшение объемов их производства или повышение цен на них, введение “сухого закона” и т. д.

Около трети опрошенных (31%) считают, что снижение уровня пьянства в нашей стране в принципе невозможно. Кстати, обратим внимание: о возможности снижения уровня пьянства в России чаще других говорят москвичи (68%), а о невозможности – жители городов-миллионников и просто крупных городов страны (45% и 37% соответственно).

Елена Вовк

Общероссийский опрос населения от 15–16 июля 2006 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1500 респондентов).