

ЧАСТНЫ

Е СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ И
ЭМПИРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

2000.04.012. ЛИПАРИ Л. ОПРОСЫ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ КАК РИТУАЛ.

LIPARI L. Polling as ritual // Journal of communication. — N.Y., 1999. — Vol.49, N 1.—P.83-102.

Лисбет Липари (доцент отделения коммуникационных исследований в Денисоновском университете) рассматривает опросы общественного мнения как политический ритуал, поддерживающий в современном американском обществе некоторые основополагающие мифологические представления относительно общности, демократии и *vox populi*. Хотя, как отмечает автор, опросы в США проводятся давно и играют важную роль в политической жизни страны, а в базе данных Roper Center's POLL (где содержится самая полная информация об опросах, проводившихся с 1935 по 1998 гг.) скопилось уже четверть миллиона анкетных вопросов, достоверность такого рода исследований уже с 40-х годов XX в. ставилась многими под сомнение. Высказывались точки зрения, что результаты опросов не следует путать с аутентичными мнениями публики (Г.Блумер), что опросы скорее, симулируют общественное мнение, чем его стимулируют (Дж.Кейри), что многообразие мыслей, мнений и желаний граждан вряд ли может быть представлено в обобщенном “мнении публики”(У.Беннет, М.Эдельман, С.Хербст, Дж.Заллер); П.Бурдье и П.Конверс вообще отрицают возможность адекватности результатов опросов, поскольку у граждан нет мнений в смысле “сформули-рованного дискурса, претендующего на связность”. И тем не менее опросы “не только существуют, но и процветают как академическое, деловое, журналистское и политическое предприятие”. Своей теорией опроса как ритуала Липари

пытается ответить на вопрос, почему опросы, несмотря на все их несовершенства и неисправимые дефекты, остаются столь живучими. Основная ее идея состоит в том, что “опросы — не просто инструментальное средство манипулирования общественным мнением или его отражения, но и культурная форма, которая поддерживает и в какой-то степени даже осуществляет на практике глубокую социальную веру в общность и связь и страстное желание их иметь. В этом смысле, опрос общественного мнения — в высокой степени модернизированная и техничная форма ритуальной коммуникации” (р.84).

Обращаясь к истории проведения опросов, Липари выделяет три школы, по-разному трактующие соотношение общественного мнения и опросов.

1. *Популистская точка зрения* (Дж.Гэллалп, Ф.Олпорт, С.Фельдман, Б.Пейдж, Р.Шапиро) состоит в том, что “опросы, при правильном их проведении, могут более или менее эффективно выражать волю народа и способствовать проведению демократической политики. С помощью надлежащих инструментов и методов опросы успешно измеряют установки и мнения индивидов, которые в целом отражают мнения более широкой общественности” (р.84). В основе этого подхода, особо акцентирующего психологические аспекты общественного мнения и важность объективного измерения, лежат четыре посылки: “а) направление коммуникационного потока в целом идет от основания к вершине, от управляемых к управляющим; б) общественное мнение может быть отделено от действий политических институтов и понято как агрегация индивидуальных установок, представлений и предпочтений; в) эта агрегация индивидов создает общественность; г) индивиды имеют согласованные и непротиворечивые ценности, установки и представления, которые могут быть измерены опросами” (р.85). Например, Дж.Гэллалп считал опросы почти синонимом общественного мнения. Популистский подход усматривает в опросах “своего рода плебисцит, дающий гражданам возможность выразить их личные взгляды по общественно значимым проблемам”. При этом предполагается, что мнения принадлежат индивидам, а “общественное мнение” локализуется в индивидуальной памяти, откуда оно извлекается с помощью вопросов анкеты. Хотя у сторонников этого подхода в настоящее время редко наблюдается ранний оптимизм Гэллала, он продолжает преобладать в исследованиях общественного мнения.

2. *Критический подход* — полная противоположность популистскому. Он утверждает, что “опросы не могут измерить общественное мнение, так как и опросами, и публикациями манипулируют элиты, стремящиеся к власти” (р.85). Сторонники этого подхода, сосредоточенного в основном на социологических и политических аспектах проблемы (Б.Гинсберг, С.Хербст, Дж.Петерс, Ю.Хабермас), считают опросы прежде всего средством, которым пользуются элиты для манипулирования общественным мнением и контроля над ним. Постулируя равенство всех мнений, опросы “превращают зыбкий, неосоздаваемый феномен в якобы конкретный, инструментальный “факт”. Петерс, указывая на отсутствие в механизме опроса подлинной публичной дискуссии, утверждает, что “общественное мнение” — поистине “оруэлловское выражение”. Хабермас называет общественное мнение “фикцией конституционного права”, которая легитимирует власть государства, апеллируя к мифическому суверенитету народа”; а К.Кристианс, опираясь на воззрения Ж.Эллюля, определяет опросы как “вид скрытой социологической пропаганды, подрывающий рациональные, основанные на дискурсе демократические процессы” (р.86).

3. Третий подход, *конструкционистский*, тоже рассматривает опросы как “механизм управляемой демократии”, но, в отличие от критического, трактует общественное мнение не как феномен, а как эпифеномен, “вырастающий из процесса социального и коммуникативного взаимодействия”. Этот подход сосредоточен на коммуникационных вопросах формирования “общественного мнения”, берет как единицу анализа язык и символические процессы и ставит вопросы о социальном конструировании реальности. В его основе лежат два главных допущения: “а) политическая воля не может существовать независимо от социальных и политических дискурсов, поскольку социально конструируется через язык; б) установки и мнения размещены в ситуации, зависимы от обстоятельств и эмерджентны” (р.86). Этот подход восходит к У.Липману, считавшему, что люди переживают мир главным образом через “картинки в наших головах”. Нынешние сторонники конструкционистского подхода (М.Эдельман, У.Беннет, Л.Богарт, Дж.Заллер, Ю.Хабермас) подчеркивают, что “реального общественного мнения не существует”, что основным механизмом существования этой фикции является “убеждающее воздействие символов, мифов и метафор на мнение публики”, что такого рода эпифеномены

укоренены в коммуникативных практиках и “возникают в конкретных и специфических дискурсивных ситуациях” (p.87).

Автор рассматривает эти три подхода как “общие тенденции” трактовки общественного мнения, которые не исключают друг друга и даже в какой-то мере друг друга дополняют. Ни одна из них не дает исчерпывающей картины рассматриваемой проблемы. Более того, автор считает необходимым дополнить эти три точки зрения четвертой — “ритуальной”, — которая, с ее точки зрения, является важным дополнением к конструкционистскому подходу, пока еще не получившим надлежащей разработки. Главным достоинством ритуального подхода она считает то, что он позволяет задать “радикально иные вопросы”, и прежде всего ответить на вопрос, почему опросы достигают успеха.

В центре внимания оказывается то, “что опросы производят, а именно: что они создают, подтверждают, поддерживают и обновляют”. Предлагаемый подход подчеркивает “коллективную и собирательную природу опросов” и позволяет сосредоточить внимание на “том идеале коллектива, который опрос символически порождает и поддерживает, а также на том священном статусе, которым обладают понятия коллективности, общности и *vox populi* в нашей национальной религии демократии”. Он позволяет изучить социальные и политические функции опросов “в символических и культурных терминах, т.е. с точки зрения производства идентичности, разногласия, солидарности и консенсуса”. И наконец, он показывает, “как производится и поддерживается в ходе непрерывного производства, распространения и истолкования результатов опросов политическая легитимность” (p.87).

Прежде чем перейти собственно к анализу опроса как ритуала, автор коротко останавливается на общих особенностях “ритуальной точки зрения”. Отмечается, что, хотя она все более широко используется в социальных науках и исследованиях коммуникации, остаются неясности в ее ключевых положениях. Прежде всего, нет согласия в определении понятия “ритуал”. После краткого обзора споров вокруг этого определения Липари пишет: “Ритуальная точка зрения, используемая в этом очерке, опирается на прозрения исследователей в области коммуникации, антропологии и социологии и предлагает обобщающее определение ритуала. Я определяю *ритуал* как структурированную социальную и символическую деятельность, которая пробуждает, ограничивает или превозносит самые глубокие и принимаемые близко к сердцу ценности

сообщества, связанные с тем, что считается в нем священным. Ритуал, таким образом, есть скорее контекст, нежели содержание” (р.88). При этом проблема статьи переопределяется так: показать, “как опрос создает, поддерживает и обновляет чувство священности демоса в современной национальной политической культуре США”.

Кроме того, в исследованиях коммуникации нет согласия в определении функции ритуала. Вместе с тем, многие (П.Элиот, Дж.Филипсен, Дж.Наф и др.), опираясь на традицию, идущую от Дюркгейма, сосредоточивают внимание на “тех способах, с помощью которых ритуал объединяет социальные группы”. К.Берк (1941) и П.Бурдье (1994), развивая этот подход, подчеркивают, что “ритуальное конструирование символического единства опирается не только на вычленение сходств, но и в такой же степени на демаркацию различий”, и, таким образом, “социальная функция ритуала состоит не только в том, чтобы включать, но и в том, чтобы исключать”. С точки зрения Берка, которую принимает и автор статьи, всякая “идентификация предполагает артикуляцию сходства и различия, принадлежности и исключения; она опирается на проведение различий между нами и ними” (р.89).

Многие исследователи (П.Элиот, К.Марвин, Д.Кертцер, М.Эдельман, У.Беннет, Т.Фаррел), исходя из того, что ритуал поддерживает процессы социальной унификации, склонны рассматривать ритуал как “сущностно политическую форму”. В этом смысле, представительна точка зрения Элиота: “Изучение ритуала — это изучение власти” (р.89).

Подчеркнув объединительную функцию ритуалов, Липари добавляет, что помимо производства и консолидации социальной власти они также дают возможность выражать протест, предоставляя “символические средства борьбы с политическими структурами и оказывая на них давления”. В целом, согласно цитируемому в статье утверждению С.Люкса, политический ритуал “помогает определить как авторитетные некоторые способы видения общества: он служит конкретизации того, что в обществе имеет особую значимость, он привлекает внимание людей к некоторым формам взаимоотношений и деятельности — и в то же время, следовательно, отвлекает их внимание от других форм, поскольку каждый способ видения чего-то есть также и способ что-то не видеть” (р.90).

Далее автор переходит к анализу опросов как ритуальной формы. “Хотя исследователи коммуникации, — отмечает она, — уже рассматривали выборы, партийные съезды и новости как формы

политического ритуала, анализ опросов как ритуала нов”. Опросы, по ее мнению, есть “часть символического конструирования социального порядка.., форма символического ритуала, который не только играет роль в социальном конструировании общественной жизни, но и укрепляет глубоко почитаемое чувство священного, связываемое с vox populi и волей народа в демократическом национализме”. Опросы, претендуя на выявление общественного мнения, являющегося единственным обоснованием политической власти в демократическом обществе, сами создают это обоснование. “Сегодня в политике США практика обращения к последнему опросу стала ритуалом, не слишком-то отличающимся от того, чем было для древних греков обращение за советом к оракулу”. Сила этого ритуала кроется “не в самом интервьюировании, а в том символическом резонансе, который он находит в более широком сообществе. Ритуализация опроса, начинающаяся на этапе интервьюирования, получает продолжение в нескончаемом толковании и распространении его результатов в публичных выступлениях, политических дебатах, новостях и других формах политического дискурса... Нескончаемое порождение конструкторов *общественность* и *нация* приобретает через ритуал опроса священный статус... в “гражданской религии национализма” (p.90).

Ссылаясь на работу К.Белла “Ритуальная теория и ритуальная практика” (1992), Липари говорит, что ритуал обретает “привилегированное положение” в культуре благодаря отграничению от других практик, которое достигается за счет формирования дифференцированного контекста, в котором оказывается сосредоточен этот вид деятельности. Как заверения в любви и преданности обретают ритуальный статус брака в дифференцированном контексте свадебной церемонии, а признание вины — привилегированный статус исповеди в обособленном контексте церковной исповедальни, так и “разговор и обмен мнениями по общественно важным вопросам приобретает привилегированный статус общественного мнения лишь в дифференцированном контексте опроса”, т.е. при условии соблюдения принятых практик и процедур опроса (p.90-91).

Далее Липари выделяет пять основных черт ритуала опроса (p.91). 1. Ритуальную деятельность выполняет *отдельный специализированный персонал*. Ключевую роль “ритуального специалиста” исполняет социальный ученый (специалист по опросам), обладающий “специализированной властью и знанием, необходимыми для проведения ритуала”. Именно он уполномочен “планировать опрос, проводить его и

интерпретировать его результаты”. 2. Ритуальный специалист осуществляет “ограничение доступа”, право участия в опросе получают только граждане, попавшие в случайную выборку, сделанную в соответствии со строго установленной процедурой. 3. Есть специальные *объекты и тексты*, используемые *исключительно* в контексте этого ритуала и больше нигде (прежде всего тексты анкет). 4. У опроса есть свой особый *круг участников*, не собирающихся вместе нигде, кроме как в контексте этого особого вида деятельности. 5. Опрос обладает своим *уникальным закрытым кодом коммуникации* — интервью. В коммуникации интервьюера-посредника и опрашиваемого первый не уполномочен “обсуждать или прояснять разногласия, недопонимания и двусмысленности”, так что оба участника “ограничиваются лишь повторением специализированного и, можно было бы даже сказать, литургического текста, подготовленного ритуальным специалистом”.

Помимо этих черт ритуалу опроса, как отмечается автором, присущи характерные свойства “ритуального перформанса”. Описывая перформативные параметры, Липари опирается на модель ритуальной коммуникации, развитую Э.Гоффманом в работе “Формы разговора” (1981). Гоффман различает три типа говорящих: “аниматоров”, “авторов” и “действующих лиц” (principals). Аниматор отвечает за сугубо физическое производство речи; он “говорящая машина, тело, вовлеченное в акустическую деятельность”. Автор, напротив, отвечает за концептуальное — но не обязательно физическое — производство речи; он отбирает “чувства, которые необходимо выразить, и слова, в которые они будут закодированы”. Действующее же лицо — это тот, “чье положение устанавливается произносимыми словами, некто, чьи верования оглашаются, некто, привязанный к тому, что говорят слова”. Например, аниматором речи Гамлета является актер Лоренс Оливье, автором — Шекспир, а действующим лицом — сам Гамлет (p.91-92).

Если в обыденном разговоре роли аниматора, автора и действующего лица обычно (хотя и не всегда) совпадают, то в исполнении ритуала опроса они строго разграничены. “В ритуале опроса никто из аниматоров (ни интервьюер, ни респондент) не является в действительности автором того текста, который он анимирует. Оба производят разговор, но не являются его авторами”. Автором является ритуальный специалист (разработчик текста анкеты); обычно он неизвестен, замаскирован и анонимен. Роль действующего лица в опросе самая абстрактная; ни автор, ни аниматор не

несут личной ответственности за текст, не вкладывают в него личные чувства и не являются его “владельцами”; мнения, предусмотренные в анкете, не являются их личными мнениями. Ключевую роль в установлении “действующего лица” играет отмечаемая многими исследователями устойчивость во времени, свойственная мнениям собирательной “общественности” (“публики”). Если индивидуальные мнения изменчивы, то “репрезентация “публики” в ритуале опроса остается во времени относительно постоянной” (р.92). “Таким образом, — пишет Липари, — действующим лицом ритуала опроса является публика, от имени которой, как предполагается, говорит респондент. Акт анимирования авторской речи не только индивидуально идентифицирует с этой речью самого респондента, но и, более того, идентифицирует с речью представляемую респондентом публику... В самом интервью респонденты, конечно, видят себя высказывающими свои собственные мнения. Лишь позднее, после агрегирования результатов опроса и во время публичного представления ритуала — слова респондента приобретают статус действующего лица, или глашатая общественности”. Таким образом, слова, авторство которых принадлежит специалисту-социологу, но с которыми он сам лично себя не идентифицирует, слова, с которыми не идентифицирует себя полностью и респондент во время интервьюирования, становятся словами обобщенной “общественности” (теперь уже сакрализированным “общественным мнением”), которым граждане как *аудитория* должны внимать как своему мнению на “публичной сцене”, знакомясь с результатами опросов в СМИ и других политических текстах, предлагаемых их вниманию. “Аудитории ритуала опроса тоже являются его участниками, так как свидетельствуют представление самих себя действующим лицом” (р.92-93).

Агрегируя собираемые частные мнения в совокупное “общественное”, опросы конструируют собирательное “мнение общественности” и переводят его в разряд священного; тем самым они производят и легитимируют воплощенную в нем социальную и политическую власть. Также в опросах конструируется и само понятие общественности (или публики), которой приписывается творимое ими “общественное мнение”. Аудиториям *post factum* молчаливо предлагается “поучаствовать в упрочении нации, демократии и популизма” (р.93-94).

“Как и другие формы ритуала, — отмечает автор, — опросы не просто собирают и передают информацию; они создают символические структуры. В случае опросов общественного мнения ритуал поддерживает и

производит символические структуры, которые мы называем общественностью и нацией” (р.94). Как это делается, Липари показывает далее на примере (р.96). В уже упомянутой базе данных Роперовского центра из 244 тыс. архивированных анкетных вопросов примерно четверть содержит референции, за которыми стоят символы национального единства (“Америка”, “наша страна”, “нация”, “США”). “Эти референции, помимо прочего, напоминают респондентам об их идентичности как членов национального сообщества”. Например, когда кому-то задаются такие вопросы: “Есть ли, по Вашему мнению, сегодня в нашей стране кризис в системе социального обеспечения или нет?” или “Удовлетворены ли Вы или нет теми возможностями, которые открыты в нашей стране перед бедным человеком, стремящимся добиться успеха путем упорного труда?”, — функцией фразы “в нашей стране” является “напоминание участникам ритуала опроса того, что мы являемся членами национального сообщества, у которого есть общие заботы и интересы”.

Таким образом, “опросы, как и другие формы ритуала, играют важную роль в конструировании символической общности., позволяют миллионам людей включиться в воображаемые отношения общности друг с другом., служат конструированию, подтверждению и оспариванию наиболее важных социальных ценностей, взаимоотношений и ожиданий. Короче говоря, опросы, как и все ритуалы, выполняют функцию воссоздания самих тех общностей, которые они обслуживают”. А той священной сущностью, которую этот ритуал создает и “заряжает энергией демоса”, является представительство (публика), “которое, участвуя в ритуале, служит его легитимации” (р.94). Символы общественности и нации, являясь конструкциями общности, “превозносят единство и сходство и минимизируют разногласия и различия” (р.95).

В заключение Липари останавливается на некоторых сторонах опроса как ритуала, которые имеют значение для демократии. Одна из проблем связана с тем, что опросы не только становятся все менее надежными, но и все более превращаются в самодостаточные “новостные события”. В этой связи автор замечает: “Ритуализируя участие общественности в национальном политическом процессе, опросы помогают общественности и нации обрести существование. Но это существование скорее на символическом, нежели на физическом уровне. Поскольку это символический конструкт, которому дают голос анонимные, механически агрегированные индивиды, широко разделенные в пространстве и в какой-

то степени во времени, то общественность опросов общественного мнения никогда не сможет пойти штурмовать ворота дворца. Она не может бунтовать на улицах, танцевать на праздниках, горевать в дни траура. И точно так же она не может определять насущные проблемы, спорить о них, отчаянно их переживать. Общественность ритуала опроса живет лишь в воображении его участников”. Поскольку процедуры интервьюирования осуществляются приватно, этот ритуал “не собирает коллектив людей в каком-либо физическом или материальном смысле... Ритуал опроса объединяет коллектив людей как общественность и нацию не в социально-физическом мире действия, а в символическом мире воображения” (p.98). Но вместе с тем эти воображаемые узы имеют вполне реальные последствия, как то: распределение ресурсов, голосование. Возможности манипулирования общественным мнением делают опросы потенциально опасными для демократии.

Символическая власть опросов опирается на научный авторитет; применение научных процедур, являющееся “частью аппарата ритуального специалиста”, легитимирует опросы как подлинное выражение общественной воли. Но “опросы не только черпают свою легитимность из ожидания, что они будут выражением общественной воли, но и сами легитимируют идею, что такая воля существует. Стало быть, опросный ритуал также частично выполняет функцию определения границ и контуров общественной воли — опросы идентифицируют, кто есть “мы” и кто есть “они”... Также он легитимирует демократические институты, которые предположительно служат коллективу. Таким образом, как форма политического ритуала опросы являются одним из коммуникативных средств, с помощью которых поддерживает и проектирует себя коллективное “мы” демократии” (p.98).

Как культурная форма, поддерживающая “власть основополагающих мифов о демократии, общности и *vox populi*”, опрос представляет собой “монологическую форму коммуникации, скрытую за маской диалога. Он ритуализирует диалогическую форму, но не производит диалога”. Проблема, связанная с этим, состоит, по мнению автора, не столько в том, что опрос становится “подменой демократического дискурса”, сколько в том, что он “скрывает глубинные условия политического и социального неравенства. “Иначе говоря, ритуал опроса позволяет конгрегации утвердить свое единство вопреки своим различиям. Артикулируя и контролируя рамки разногласий, опрос консолидирует различия под

зонтиком единения. Он подавляет и умеряет несогласие и тем самым создает зрелище всеохватывающей общности. То есть, ритуал опроса предлагает участникам присоединиться к политическому процессу и, еще шире, присоединиться к “нации” (р.99).

“Таким образом, — пишет в заключение Лисбет Липари, — опросы функционируют как псевдо-плебисцит, не просто и не только производя публичную политику, но и ритуализируя производство политической воли... То есть, независимо от разделений и различий, представляемых в результатах опроса, всегда вспыхивают как остаточный зрительный образ символы нашего единства”.

В.Г.Николаев