

СТАТЬЯ ШЕСТАЯ. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ ГЭЛЛАПА, КОТОРЫЙ РАСТЕТ В ЦЕНЕ

В 1960 году, представляя читателям книгу своего коллеги Джона Фентона (John M. Fenton, Jr., 1929–2004) [1], Гэллап пунктирно обозначил сделанное за первые четверть века проведения опросов. Он отмечал: «Уже в течение двадцати пяти лет проводится систематическая работа, направленная на то, чтобы оценить американское общественное мнение по важнейшим проблемам, стоящим перед нацией. Этот продолжительный период –1935–1960е годы – охватывает завершение Депрессии, беспокойные годы перед Второй мировой войной, войну, неопределенность послевоенных лет, начало “холодной войны” и совсем недавний период улучшения жизни внутри страны и развития индустрии. Таким образом, представляется уникальная возможность изучить взгляды американцев, жизненные обстоятельства которых весьма различны, и понять, как простые люди в стране реагируют на происходящее в напряженные периоды, а также в периоды благополучия» [2, р. VII].

С момента написания Гэллапом этих слов прошло почти полвека. Страна участвовала в нескольких войнах, завершилась холодная война, общество вступило в фазу постиндустриального развития, американцы побывали на Луне, принципиально возросло влияние США на ход глобальных процессов, компьютерные сети и Интернет стали обыденностью. Мир стал глобальным, иным стал человек, во многом изменилось его сознание. Благодаря гэллаповским вопросам долгожителям американское общество и наука получили уникальную возможность видеть многие из этих изменений в оцифрованной форме. Это легко понять, но трудно осознать. Невозможно даже в первом приближении обозначить политические, социальные и научные следствия, вытекающие из этого уникального по любым параметрам массива социальной информации. Его ценность постоянно возрастает.

Анализ статистики, собранной Гэллапом и его последователями, лишь начинается, но он уже дал возможность современным аналитикам общественного мнения прийти к значимым методологическим и методическим выводам. Удалось рассеять неверие многих политиков в то, что население способно адекватно оценивать сложные социополитические процессы, и убедить их в эффективности измерения мнений.

Иллюстрацией первого из приведенных утверждений могут служить основные положения книги двух известных и весьма сдержанных в своих выводах авторов: Б. Пейджа и Р. Шапиро –«The Rational Public» («Разумное население») [3]. Отталкиваясь от анализа полувековых трендов политических представлений населения США, авторы

показывают, «что американский народ в целом имеет адекватное, устойчивое и здоровое мнение по поводу государственной политики и что это мнение уточняется и изменяется обоснованно, в зависимости от меняющихся обстоятельств и новой информации» [3, р. 1].

Двенадцатью годами позже Фрэнк Ньюпорт, один из ведущих современных полстеров, возглавляющий Организацию Гэллапа, посвятил свою книгу объяснению того, почему лидеры страны должны прислушиваться к голосу народа. Он согласен с тем, что зачастую информированность людей невысока: только 33% было знакомо имя государственного секретаря США (тогда это была Мадлен Олбрайт); только 16% респондентов в 1991 году могли верно назвать столицу Канады; в 2000 году лишь 40% опрошенных знали имя президента России, 6% – имя премьер-министра Израиля и фактически никто не мог вспомнить имя премьер-министра Японии. Вместе с тем 72% респондентов было известно, что до того как стать президентом США, Джордж Буш-мл. был губернатором Техаса, и 90% знали имя вице-президента своей страны; 71% называли лидером Кубы Фиделя Кастро, а руководителем «Майкрософта» – Билла Гейтса [4, р. 108]. И вот его общий вывод: «Американцы обладают устойчивыми базовыми представлениями о том, на каких общих принципах и в каком направлении должна развиваться их страна. И эта их мудрость очень важна для социального прогресса» [4, р. 119].

Справедливость второго утверждения доказывают выводы Кеннета Уоррена (Kenneth Warren), успешного полстера, проводящего опросы общественного мнения по заказам крупнейших американских газет и телеканалов, и знатока истории интересующего его научного направления. Среди ряда его итоговых заключений выделю два, представляющихся мне принципиальными в данном случае. Они следствие обобщения им опыта более чем полувековой деятельности американских полстеров.

Первый вывод: профессионалы добиваются выдающейся точности данных [5, р. 59–67]. Подобное заключение делается на основе изучения итогов электоральных прогнозов, прежде всего, служб Гэллапа и Харриса. По оценкам Уоррена, погрешность предсказаний итогов голосований в 11 президентских выборах, состоявшихся с 1956 по 1996 год, расположена в трехпроцентном интервале, и средняя величина отклонения от результатов выборов равняется 1,6%. Луис Харрис (Louis Harris, р. 1921), основавший в 1956 году свою фирму «Louis Harris and Associates», приступил к электоральным опросам и прогнозированию результатов выборов в 1960 году. Лишь в двух из девяти случаев его прогнозы отклонялись от итогов голосования более чем на 3%, и средняя погрешность в предсказании – 2,5%. Со ссылкой на результаты анализа Уоррена Митовски, основателя методики exitpolls, приводятся данные о прогнозах фирмы «MasonDixon»,

специализирующейся в проведении различного вида электоральных зондажей в штатах. В целом картина получается интересной и поучительной (табл. 1). Свыше 60% прогнозных заключений о результатах президентских выборов в штатах находятся в интервале трех процентов, для выборов сенаторов от штата этот показатель – 47%.

Второй вывод, представляющийся мне крайне важным, выходит собственно за рамки технологии опросов и имеет общенаучный и социокультурный характер: по мнению Уоррена, опросы помогают фиксировать и интерпретировать историю, то есть видеть новые механизмы социального развития и полнее раскрывать характер деятельности социальных акторов. Речь идет о том, что в наше время исследователи прошлого, используя надежную информацию, имеют возможность в своих объяснениях событий много десятилетней давности сравнивать отношение к ним представителей разных поколений. Более того, в своих трактовках истории они впервые должны учитывать новое социокультурное обстоятельство: политическая элита и значительные группы населения, благодаря средствам массовой информации, знали отношение общества к происходившим событиям. Так, Франклину Рузвельту было известно отношение разных слоев населения к участию страны во Второй мировой войне и проводимой им политике, тогда как английский король Георг II не мог знать, как относились его подданные к войне с Америкой, боровшейся за свою независимость [5, р. 67–71].

Таблица 1

Погрешности электоральных прогнозов в штатах [44, р. 67]

Величина погрешности в предсказании голосов лидировавшего кандидата (%)	Количество президентских выборов	% величин погрешностей	Количество выборов в сенат	% величин погрешностей
10 и более	2	4	6	12
79	9	16	7	14
46	10	18	13	27
13	26	47	22	45
менее 1	8	15	1	2
Итого	55	100	49	100

В социологию временные ряды вошли значительно раньше, чем началось регулярное изучение общественного мнения, например, переписи населения и статистика развития отраслей, территорий и государств. Однако все это лишь косвенно отражало массовое сознание и то, как оно трансформировалось, отвечая на вызовы времени. Развитие технологии научных опросов общественного мнения впервые позволило социологии и психологии перейти к прямому замеру мнений людей по проблемам, волнующим

общество. Таким образом, исследователи общественного мнения, и прежде всего Гэллуп, стали первыми в изучении динамики массовых установок.

Социальные аналитики как профессиональное сообщество еще не в полной мере осознают факт обладания ими серией рядов много десятилетних наблюдений за общественным мнением, но в ближайшие годы такая ситуация изменится, и это повлечет за собою возникновение новых и перепрочтение старых теоретико-методологических и методико-инструментальных проблем. Крайне сложно даже в общих чертах очертить это складывающееся проблемное поле, но попытаюсь назвать некоторые из обнаруживаемых исследовательских направлений.

Прежде всего, науке предстоит выработать новое видение результатов зондажей общественного мнения. Сейчас доминирующим является представление о том, что опросы – это лишь приемы фиксации отношения населения к текущим событиям и по мере удаления от момента зондажа ценность получаемой информации снижается. Это обманчивое представление. Действительно, чтение вчерашних газет и прессы недельной давности не очень интересное дело. Но газеты полувековой давности или еще более удаленного прошлого крайне интересны и содержательны и для тех, кто пусть смутно, но помнит те времена, и для представителей новых поколений.

То же относится и к результатам опросов общественного мнения: зондажи установок населения по событиям недельной давности могут представляться уже малоактуальными, пройденными, пережитыми. Но ознакомление с этими же результатами через десятилетия, тем более если речь идет о трендах, дает ценнейшую информацию не только о прошлом, но и о настоящем. Социология, выработавшая приемы изучения, интерпретации этих рядов, освоившая, впитавшая в себя картины сознания людей разных поколений, будет много совершеннее, чем современная наука, и в теоретическом плане, и в выработке практических рекомендаций обществу.

Второе: длинные ряды – это уже элемент отражения макродействительности и предмет глубинных социальных исследований, лежащих в области пересечения социологии, социальной психологии, истории, политологии и экономики. Взять хотя бы рассмотренные выше ряды наблюдений за представлениями людей об идеальном числе детей в семье или за их образом президента. Любая серьезная попытка интерпретации динамики этих мнений даст не только новое видение истории США за прошедшие семь десятилетий, но, безусловно, обогатит видение функционирования общественного мнения, его природы, даст мощный импульс развитию науки.

Свыше шестидесяти лет назад Хэдли Кэнтрилом были сформулированы 17 законов изменчивости общественного мнения; это была первая попытка обобщить ряды наблюдений Гэллапа и других полстеров. В частности, Кэнтрил отмечал [6, p. 226–230]:

- Мнение высокочувствительно к значимым событиям.
- Чрезвычайно важные события способны временно менять общественное мнение от одной крайности к другой. Картина мнений не стабилизируется до тех пор, пока не обнаружатся определенные последствия этих событий.
- В общем случае мнение более определяется событиями, чем словами, за исключением тех случаев, когда сами эти слова не понимаются как «событие».
- С точки зрения психологии, мнение базируется на личной заинтересованности. События, слова и другие стимулы воздействуют на мнения только в той мере, в какой очевидна их связь с личными интересами людей.
- Мнения неустойчивы, за исключением случаев, когда люди чувствуют, что непосредственно затронуты их личные интересы, или когда мнение, вызванное словами, подкрепляется событиями.

Кэнтрил изучал короткие ряды и потому в принципе не мог целенаправленно обсуждать вопросы феноменологии значимых, важных событий, говорить о скорости стабилизации мнений и прочее. Теперь это может быть сделано.

Третье: мне уже приходилось писать об удивительной способности Гэллапа понимать ход течения социального времени [7], позволившей ему выбирать для мониторинга темы, социальные проблемы, которые не ситуативны, но уже многие годы привлекают к себе внимание значительной части населения США. Этим его уникальным видением мира социальных отношений, а не логичностью, обоснованностью, точностью формулировок, прежде всего, объясняется живучесть его мониторинговых вопросов индикаторов. Общество постоянно развивается, все время возникают темы, которые могут стать предметом постоянного, долгосрочного интереса населения в целом или больших групп людей; и передисследователями общественного мнения всегда стоит задача вовремя обратить внимание на зарождение новых социальных «фантомов», отношение к которым предстоит изучать десятилетиями. Систематическое изучение предметной области, уже охваченной многолетними наблюдениями, поможет найти общие принципы выявления областей перспективных, необходимых для длительного анализа.

Четвертое: технология изучения динамики общественного мнения сложилась в начале 1940-х годов и мало изменилась с тех пор. Ее отличительными чертами являются одномерность, тривиальность обработки наблюдений и описательность. Исследование длинных рядов в принципе так не может строиться; будут использоваться математические

методы анализа процессов, которые позволят одновременно изучать изменчивость множества рядов, а это означает, что описание каждого из трендов автоматически станет элементом анализа ансамбля индикаторов массовых установок и мнений. Соответствующие математические приемы давно созданы и применяются при исследовании процессов различной природы; ясно, что они найдут применение и в социологии. Особенно привлекательным и эффективным может быть одновременное исследование ансамблей индикаторов двух типов: «субъективных», то есть отражающих особенности сознания населения, и «объективных», базирующихся на социальной статистике разного вида. Тогда смогут быть полнее иллюстрированы, возможно, уточнены не только приведенные выше законы Кэнтрила, но и ряд других обнаруженных им закономерностей, в частности:

- Как правило, общественное мнение не предвосхищает событий, оно реагирует на них.
- Если затронуты личные интересы, мнение нелегко изменить.
- Когда затронуты личные интересы, общественное мнение в условиях демократии, вероятнее всего, опережает официальную политику.

В 1948 году Кэнтрил вернулся к рассмотрению изменчивости общественного мнения и ввел 20 новых теоретико-эмпирических закономерностей. Хотя, согласно Кэнтрилу, новые принципы не были приложением или дополнением к сформулированным ранее 17-ти законам, а должны трактоваться как их обобщения более высокого порядка, это оказалось не совсем так. Среди законов 1948 года были такие, которые действительно надстраивались над «старыми», но были и такие, которые содержали принципиально новый взгляд на природу общественного мнения и предполагали расширение исследовательских методов [8].

Легко понять, что исследование длинных гэллаповских рядов обещает открытие новых закономерностей. Они – это уже заданные, обследованные, обустроенные дороги из прошлого в будущее. И есть все основания считать, что американское общество и новые поколения ученых не дадут им зарости травой.

Литература

1. John M. Fenton, Jr. (Obituaries) // Town Topics. 2004. Vol. 55. No. 25
URL: <http://www.towntopics.com/jun2304/obits.html#obit3>
2. Gallup G. Foreword // Fenton J.M. In Your Opinion... Boston: Little, Brown and Co., 1960. 42. Page B.I., Shapiro R.Y. The Rational Public. Fifty Years of Trends in Americans' Policy Preferences. Chicago: The University of Chicago Press, 1992.
3. Newport F. Polling Matters. New York: Warner Books, 2004.
4. Warren K.F. In Defense of Public Opinion Polling. Colorado: Westview Press, 2001.
5. Cantril H. Gauging Public Opinion. Princeton: Princeton University Press, 1944.

6. *Докторов Б.З.* Отцыоснователи: история изучения общественногмнения. М.: Центр социального прогнозирования, 2006.
7. *Cantril H.* Opinion Trends in World War II: Some Guides to Interpretation // Public Opinion Quarterly. 1948. Vol. 12. No. 1. P. 30–44.
8. *Gallup G.* The Changing Climate for Public Opinion Research // PublicOpinion Quarterly. 1957–1958. Vol. 21. No. 1. P. 26–27.