Три мониторинга президентских избирательных кампаний: 2008, 2012 и 2016 годы. Технология. Главный историко-научный вывод

В настоящей статье обсуждаются некоторые результаты проведенных автором трех социологических мониторингов президентских выборов в США: в 2008, 2012 и 2016 годах. В первом параграфе показано, насколько сложной для прогнозирования результатов голосования была последняя президентская кампания. Второй параграф — теоретико-методологический, в нем предпринята попытка рассмотреть мониторинг как разновидность метода наблюдения. В последнем разделе статьи обобщаются многолетние исследования автора по истории американских опросов общественного мнения и наблюдения в области развития современных тенденций в технологии опросов. Делается вывод о том, что 2016 год является особой точкой в почти двухвековой истории изучении общественного мнения в США. Это — начало постгэллаповского этапа. Я благодарю Андрея Алексеева, который предоставил моим заметкам об американских президентских выборах «зеленую улицу» в своем блоге на портале http://www.cogita.ru/, и Марию Каневскую, обеспечивавшую публикацию моих материалов в спецколонке на сайте Фонда «Общественное мнение» http://vyboryusa-2016.fom.ru.

Ключевые слова: президентская избирательная кампания, мониторинг, наблюдение, опросы общественного мнения, догэллаповский, гэллаповский и постгэллаповский периоды в изучении общественного мнения.

Борис Докторов
Доктор философских наук, профессор
(Foster City, США, bdoktorov@inbox.ru)

В целом о мониторинге 2016 года

2016 год в моей памяти всегда будет связан с проведением мониторинга президентской кампании в США, в которой в финальной части борьбы за Белый дом участвовали от Демократической партии — Хиллари Клинтон, от Республиканской — Дональд Трамп. Это мониторинговое исследование стартовало 23 января и завершилось 19 декабря, после голосования выборщиков. Процесс мониторинга включал в себя постоянное наблюдение за динамикой электората, представленной в многочисленных опросах избирателей и отраженной в огромном числе статей исследователей общественного мнения и политологов. Практически ежедневно, а нередко и несколько раз в день, итоги подобного анализа размещались на моей fb-странице https://www.facebook.com/boris.doktorov.1. За время наблюдений набралось свыше 400 постов.

Мониторинг-2016 — третий в моей практике, до этого они проводились в 2008 и 2011-2012 годах. Первый мониторинг строился как обычный академический проект. В течение года проводился сбор информации, готовились статьи для журналов, было несколько постов в Интернете, а затем почти три года ушло на анализ информации и подготовку книги «Явление Барака Обамы»[1]. Материалы второго, начатого на дальних подступах к президентской кампании и продолжавшегося почти два года, отражены в полусотне постов на сайте Фонда «Общественное мнение» [2]. Все они были обобщены в книге «Два победителя: Барак Обама и полстеры», которую пока не удалось издать.

Главное организационно-технологическое отличие работы 2016 года от того, что и как делалось раньше, я вижу в ее «открытости», все посты размещались в сети Face book. Столь экстравагантное для сегодняшнего времени решение — отражать наблюдение за президентской кампанией в этом сетевом пространстве — было принято с учетом многих обстоятельств, и одно из главных — возможность быстрого доведения материалов наблюдений до заинтересованных специалистов и появление обратной связи. Обе задумки удалось исполнить. Я мог сразу, изучив моим ранним утром основные информационные источники, написать очередной пост и разместить его в сети. Возникла и обратная связь, и я бесконечно благодарен всем моим читателям за щедрую поддержку; я старался, по возможности, реагировать на позитивные и критические комментарии. Пару раз, когда мне казалось, что результат президентского марафона уже определился и потому можно завершить ежедневную и весьма трудоемкую вахту, призывы моих читателей продолжить работу удержали меня от подобного решения. Кто знал, что борьба за Белый дом окончится лишь в последний день избирательной кампании? И закончится не так, как предполагалось большинством экспертов в последние недели октября. И даже в первые дни ноября.

Многие эксперты на протяжении всей избирательной кампании 2016 года характеризовали ее как самую изменчивую, трудно прогнозируемую, отмечали в ней наличие обстоятельств, которые ранее не наблюдались в президентских марафонах. Так, по мнению профессора Алана Лихтмана, историка президентской власти и соавтора известного прогностического метода «13 ключей к Белому Дому», участие Дональда Трампа в президентской избирательной кампании 2016 года ломало, переводило в «вопросительную форму» многие старые представления о победителе длительного избирательного марафона. Проиллюстрирую сказанное им рядом примеров.

Так, на протяжении многих лет президентом становился политик с более высоким индексом благоприятного отношения (разность долей тех, кто в опросе заявляет о своем благоприятном отношении к политику и тех, чье отношение к нему — неблагоприятное). Статистика девяти избирательных кампаний, состоявшихся в период между 1980 и 2012 годами (Таблица 1), отражает сказанное. Но в 2016 году эта закономерность не подтвердилась. Популярность обоих кандидатов в президенты была самой низкой за все годы измерения этого показателя, но Трамп победил, несмотря на то, что благоприятное отношение к нему (-24) было заметно ниже, чем к Клинтон (-16).

Теперь обратимся к прогностической модели, разработанной и многие годы успешно годы использовавшейся профессором Аланом Абрамовицем (Alan Abramowitz, 1948-2017), она известна под именем «Время для изменений» (Time-for-Change) (Время для изменений) [4]. Суть концепции заключается в трактовке президентских выборов как своего рода референдума по вопросам проводимой президентом политики. Алгоритмически метод можно трактовать как функцию трех переменных: популярность действующего президента, состояние американ-

Таблица 1. Индекс благоприятного отношения к кандидатам в президенты США: 1980-2016 гг. [3]

Год	Партия	Номинанты	Индекс благоприятного отношения (%)
1980	Республиканская	Рональд Рейган	+7
	Демократическая	Джимми Картер	-7
1984	Республиканская	Рональд Рейган	+24
	Демократическая	Уолтер Мондэйл	-6
1988	Республиканская	Джордж Буш-ст.	+13
	Демократическая	Майкл Дукакис	-7
1992	Демократическая	Билл Клинтон	+1
	Республиканская	Джордж Буш-ст.	-16
1996	Демократическая	Билл Клинтон	+13
	Республиканская	Боб Доул	-12
2000	Республиканская	Джордж Буш-мл.	+12
	Демократическая	Альберт Гор	+10
2004	Республиканская	Джордж Буш-мл.	+5
	Демократическая	Джон Керри	-7
2008	Демократическая	Барак Обама	+14
	Республиканская	Джон Маккейн	-2
2012	Демократическая	Барак Обама	+3
	Республиканская	Митт Ромни	-1
2016	Демократическая	Хиллари Клинтон	-16
	Республиканская	Дональд Трамп	-24

ской экономики и продолжительность пребывания у власти партии, которую представляет глава государства.

Эмпирическое обоснование концепции «выборы как референдум» дает статистика Американского национального электорального исследования (American National Election Studies, ANES) — наиболее авторитетного, проводимого с 1972 года мониторинга политического поведения и общественного мнения. Преобладающее большинство (80-90%) одобряющих деятельность президента голосуют за его переизбрание или за кандидата от его партии, и такая же доля не одобряющих голосует за кандидата от конкурирующей партии. Согласно анализу, выполненному Абрамовичем, коэффициент корреляции между июньским (середина года) гэллаповским значением «индекса одобрения» в год выборов и голосованием за кандидата от президентской партии был равен в период 1948-2004 годов 0,64.

Состояние экономики измеряется ростом ВВП во втором квартале года выборов по сравнению с его значением в первом квартале. Здесь коэффициент корреляции не очень высок (0, 38), но все же указывает на то, что итог выборов в определенной мере детерминируется состоянием национальной экономики.

Третий из названных показателей — продолжительность пребывания у власти партии, которую представляет президент. Философия здесь простая: если партия или президенты, представляющие ее, находятся в Белом доме более одного четырехлетнего периода, то вне зависимости от состояния экономики и популярности главы государства избиратели вероятнее всего будут голосовать за кандидата от другой партии. В послевоенный период в семи избирательных кампаниях шесть раз побеждала партия, к тому моменту один срок уже контролировавшая Белый дом. Лишь однажды это правило было нарушено: в 1980 году Картер, президент первого срока, проиграл выборы. И, наоборот, в тот же период президентская партия проиграла шесть из восьми выборов, когда она контролировала Белый дом два и более раза. Понятно, что рассматриваемый признак — дихотомический: «0», если партия и президенты, представляющие ее, находятся у власти один четырехлетний срок, и «1», если два и более периода.

Опуская детали, можно сказать, что Абрамовиц построил регрессионную модель, позволяющую по значениям трех указанных переменных вычислить (оценить) долю голосов, которые на выборах наберет кандидат от правящей партии (той, чей президент в данный период руководит политикой государства). Для президентских кампаний, проходивших в период с 1992 по 2012 годы прогнозы по схеме «Время для изменений» были достаточно точны. Так, еще в августе 2012 года, до общенациональных съездов двух партий, Абрамовиц предсказывал Обаме 50,6% голосов избирателей, Ромни — 49,4%. После завершения избирательной кампании Абрамовиц справедливо отмечал, что его результат оказался одним из наиболее аккуратных: прогноз по модели «Время для изменений» был точнее, чем прогнозы многих полстеров, сделанные по финальным опросам накануне дня голосования, в том числе — Организацией Гэллапа и Rasmussen Reports [5].

Теперь — о прогнозе Абрамовица в 2016 году. В посте от 11 августа 2016 года «Forecasting the 2016 Presidential Election: Will Time for Change Mean Time for Trump?» <http://www.centerforpolitics.org/crystalball/articles/forecasting-the-2016-presidential-election-will-time-for-change-mean-time-for-trump/> Абрамовиц показал, что с вероятностью 66% должен был победить кандидат от республиканской партии — Дональд Трамп. Вместе с тем, он скептически отнесся к такому модельному прогнозу и склонялся к прогнозу победы Хиллари Клинтон. Такова была его реакция на опросы избирателей в целом по стране и в штатах. Возможно, в одной из своих последних публикаций (от 1 ноября 2016 года) Абрамовиц, в опоре не на модель «Время для изменений», но под давлением опросной статистики очень аккуратно сформулировал свой финальный вывод — «...в конце концов, результаты, вероятно, будут очень похожи на результаты выборов 2012 года» [6]. Грустно думать о том, что, узнав через несколько дней о победе Дональда Трампа, Абрамовиц не мог себе простить, что не поверил своему методу. Метод, как и раньше, давал ему верный прогноз[1].

[1] Когда я уже заканчивал эту статью, я узнал, что проф. Алан Абрамовиц умер 14 марта этого года.

Для многих обозревателей, полстеров, прогнозистов всего мира, для значительной части американского электората неожиданным оказался исход президентской борьбы. Преобладающее число специалистов, работавших в разных исследовательских традициях, предсказывало победу, некоторые — убедительную, Клинтон. Продолжим рассмотрение примеров ошибочных прогнозов, построенных на иных принципах, чем выше приведенные. Здесь в основе — результаты огромного числа текущих опросов электората страны в целом и отдельных штатов.

25 октября 2016 года, за 13 дней до голосования, Дэвид Вассерман — член наиболее сильной команды прогнозистов, работающих в реальном времени, разместил пост, указав в нем пять видов статей, которые американцы будут читать утром 9 ноября, т.е. сразу после завершения выборов [7]. По сути, это были главные варианты завершения противостояния Клинтон и Трампа: 1. Клинтон разгромила Трампа. 2. У Клинтон умеренное большинство. 3. Клинтон повторила карту победы Обамы в 2012 году. 4. Победа Клинтон слабее, чем ожидалось. 5. Трамп шокирует мир. К сожалению, автор не привел вероятности реализации каждого из этих сценариев, но по тому, что лишь в одном из обозначенных пяти случаев предполагалась победа Республиканского кандидата, и она обозначалась как «шокирующая мир», он слабо верил в такой исход.

И как дополнение к сказанному — заголовок поста, размещенного 9 ноября на представительном аналитическом сайте «The Cook Political Report», — «Выстрел, услышанный во всем мире». Далее автор, Эмми Уолтер, отметила: «Это сказано ошибочно. Действительно ошибочно. Трамп не просто победил, это был разгром. Эта победа — самая шокирующая вещь, которую я видела в своей жизни».

И последний случай: он дает нам возможность увидеть, каким, по мнению экспертов, должен был быть в итоге общенационального голосования состав электоральной коллегии. Здесь речь идет о предсказании президента, но не победителя голосования. В Таблице 2, образованной из материалов, известного псефолога Ларри Сабато, представлены прогнозы 15 аналитических служб, учитывавших в своих построениях результаты опросов электората на всех уровнях: страна, регионы, отдельные штаты и более мелкие территориальные образования. Статистика свидетельствует: 14 из 15 псефологов с той или иной степенью уверенности предсказывали президентство Клинтон и один — не смог принять окончательного решения. Президентом, согласно Конституции страны, становится политик, на стороне которого оказывается 270 выборщиков, но эксперты CNN оценили «запас» Клинтон лишь в 268 голосов членов электоральной коллегии. Команда Сабато «насчитала» наибольшее количество Республиканских выборщиков в составе электоральной коллегии (216), но это было очень далеко от «победных» 306.

Думаю, что приведенная статистика, а количество примеров может быть значительно увеличено, показывает глубину недоумения, шок, которые пережили в ночь с 8 на 9 ноября 2016 года ведущие американские эксперты в области изучения электората и прогнозирования его поведения.

Мониторинг — разновидность социологического наблюдения

Удивительно, почему простое, очевидное положение о природе социологического мониторинга не рассматривалось мною раньше, при описании организации сбора информации в ходе прошлых мониторингов. Наверное, потому, что в тех случаях схема мониторингов была урезанной, фокусированной на получении информации согласно априори сформулированной программы. В данном случае регулярное, ежедневное размещение постов в fb-сети стало не только новым способом хранения информации, но и ее регулярного обсуждения с коллегами: их комментарии в сети и переписка по электронной почте. Я не встречал в социологической литературе описаний ежедневного продолжительного мониторинга социальных процессов. Постараюсь сделать это, трактуя мониторинг как версию классического социологического метода — наблюдения.

Набор *целей мониторинга,* как это часто случается в продолжительных исследованиях сложного объекта, формировался постепенно. В моем первом посте на fb (23 января 2016 г.) была указана главная причина, она же и цель работы — наблюдать за тем, реализуется или нет мой прогноз о победе Хиллари Клинтон, сделанный в конце марта 2013 года [9]. Это был триггер мониторинга, он детерминировал множество поисковых задач и общую парадигматическую направленность работы. Её я вижу в историко-методологической окрашенности исследования и стремлении обнаружить элементы перехода от гэллаповского к постгэллаповскому изучению общественного мнения. В этом заключался один из главных выводов мониторинга 2012 года: «...могу предположить, что избиратель-

Таблица 2. Прогноз по составу электоральной коллегии на день голосования (порог - 270 голосов) [8]

Партия	Хиллари Клинтон / Тим Кайн	Дональд Трамп /Майк Пенс	Неопределенность
Sabato's Cristal Ball	332	216	0
Cook Political	278	214	46
Rothenberg & Gonzales	323	197	18
Five Thirty Eight	272	214	52
Princeton	308	215	15
Predict Wise	322	215	1
NYT Upshot	322	198	18
ABC	274	188	76
Associated Press	274	190	74
CNN	268	204	66
Fox	274	215	49
NBC	274	170	94
NPR	274	214	50
Governing	274	186	78
The Fix (Wash. Post)	275	215	48
Итоги выборов	**232**	**306**	

ная кампания 2012 года стала последней в методолого-технологическом пространстве гэллаповского периода изучения общественного мнения. Сегодня громко заявляют о себе черты нового этапа — постгэллаповского» [10].

Вообще говоря, для того, чтобы выяснить, оправдался ли прогноз победителя президентской кампании, не следовало производить ежедневные многомесячные наблюдения, можно было дождаться вечера 8 ноября и узнать итог голосования. Но в научном отношении это было бы не интересно, бесполезно. Работа началась и, сразу заявили о себе две сквозные цели. *Первая* — описать на базе опросов общественного мнения избирателей динамику электоральных предпочтений. *Вторая* — продолжить мои многолетние историко-методологические исследования в области становления и развития технологии изучения общественного мнения в США и посмотреть, что нового привнесет президентская кампания 2016 года в методы сбора и анализа данных.

Объект наблюдения — президентская избирательная кампания в США 2016 года. Безусловно, она была центральным событием политической жизни страны и фокусом внимания основных групп населения. Таким образом, справедливо утверждение о том, что наблюдение осуществлялось над объектом, представляющим повышенный интерес для социологии. Принципиален также генетический (природный) аспект объекта наблюдения: продолжительный, многомерный, высоко изменчивый социальный процесс.

19 марта, спустя два месяца после начала наблюдений, в одном из постов я так охарактеризовал *исследовательскую процедуру* и предмет мониторинга: «... не уверен в том, что смогу достоять эту вахту до конца, но дело пошло. Уже — полсотни постов. <...> Мой принцип таков: представьте темную сцену, на ней идет спектакль, в котором занято много актеров, я направляю луч прожектора только на главных действующих лиц, хотя говорят и ходят по сцене многие... я (практически) ежедневно читаю десятка полтора статей, выбираю тему и кратко пишу... fb не приспособлен для объемных постов. В таком жанре я еще не работал, посмотрим, что сложится».

Множество предметных аспектов процесса наблюдения, с некоторыми оговорками, можно объединить в две группы. Первая — включает в себя содержательные аспекты мониторинга, вторая — *методолого-методические*.

Работа в «содержательной» плоскости позволила дать описание чрезвычайно конкурентной президентской кампании, двух уникальных кандидатов. Демократическую партию представляла Хиллари Клинтон, первая в истории страны женщина, номинированная одной из ведущих партий США на пост президента и победившая по итогам общенациональных выборов. Дональд Трамп — один из немногих в современной истории США соискателей президентской позиции, который не занимал ранее никаких государственных и выборных должностей и который провел всю кампанию в остром противостоянии с Республиканской элитой и многими ведущими СМИ страны. В преддверии дня голосования мало кто из экспертов, оценивавших состав электоральной коллегии, предсказывал, что Трамп наберет необходимые для избрания президентом страны 270 голосов выборщиков (например, см.: Таблицу 2).

Легко понять, что стремление к реализации содержательной цели предопределило «шаг наблюдения» — *ежедневное* ознакомление с происходящим. Сомнений в этом отношении не было, работа в 2008 и 2011-2012 годах убедила меня в том, что только в подобном режиме можно пытаться уследить за развитием президентской гонки, проходящей в конкурентной борьбе.

Указанная выше цель — определение нового в методах изучения мнений и прогнозирования результатов выборов — нашла свою конкретизацию в соотнесении ее с моими общими историко-науковедческими построениями. В начале этого столетия мне показалось оправданным введение типологизации почти 200-х летнего периода изучения общественного мнения в США, предусматривающей существование догэллаповского, гэллаповского и постгэллаповских периодов. Но я не думал, что всего через десять лет смогу наблюдать заметные признаки того, что в моем понимании было образом «далекого» постгэллповского этапа.

Планирование работы носило интерактивный характер, хотя в целом оно задавалось графиком избирательной кампании. Уже в начале мониторинга было известно расписание первичных выборов, время проведения Съездов Демократической и Республиканской партий, которые должны были номинировать кандидатов в президенты, конечно же — была известна, задаваемая Конституцией страны, дата общенациональных выборов. Потому долгосрочное планирование можно было осуществить. Но высокий уровень конкурентности борьбы между Клинтон и Трампом, возникновение множества неожиданных событий, влиявших на установки избирателей, требовали внимания и учета в ходе освещения динамики электората. К примеру, я имею в виду: неожиданные для подавляющего числа экспертов успехи Берни Сандерса на определенном этапе первичных выборов; болезнь Клинтон и временное прекращение ею президентской гонки после ее обморока на митинге памяти трагедии 9/11, заявления Директора ФБР об открытии дела против Клинтон в связи с использованием ею частного сервера при рассылки документов государственной важности, старое видео Трампа, говорящего о том, что ему «как звезде» многое позволено в отношениях с женщинами.

Ежедневно, с 4:30 до 6:30 утра по Тихоокеанскому времени я просматривал в Интернете основные источники информации о президентских выборах и писал очередной пост. На востоке страны уже было 7:30-9:30, так что основные новости уже были обозначены в СМИ и многое — проанализировано. Последний выход в веб-сеть был около 8:00 вечера, на Востоке — конец дня. Такой режим работы (примерно 3-4 часа ежедневно) сложился еще в 2008 году, он позволял мне быть постоянно в курсе событий президентских выборов.

Одной из важнейших особенностей мониторинга рассматриваемого типа является то, что наблюдение в принципе не может осуществляться наблюдателем непосредственно, слишком масштабен во всех измерениях объект наблюдений и исследований; развитие президентской гонки описывалось через его представление, отражение в СМИ. *Информационной базой* мониторинга было электоральное пространство американского Интернета. Если говорить о ежедневно посещаемых сайтах, то это, прежде всего: аналитический портал http://fivethirtyeight.com/; раздел http://www.huffingtonpost.com/news/pollster/ портала http://www.huffingtonpost.com; портал политической информации http://www.realclearpolitics.com/; аналитические материалы портала http://www.politico.com/; сайты полстерских организаций http://www.gallup.com/home.aspx, http://www.rasmussenreports.com/ и https://today.yougov.com/results/; информационный веб-канал https://www.yahoo.com/. Конечно же: сайты the New York Times https://www.nytimes.com/, the Washington Post https://www.washingtonpost.com/, неоднократно пользовались заметки Wikipedia. Ниже (Таблица 3) приведены общие характеристики трех проведенных мною мониторингов.

Конечно, живя в Америке, я многое наблюдал по телевидению, но в целом мой метод мониторинга является дистанционным. Все, что делал я в процессе сбора информации о президентской кампании в США, аналогично может делать наблюдатель, живущий в любом месте России, где есть стабильно работающий Интернет.

2016 год: на смену гэллаповского этапа пришел постгэллаповский

Впервые идея существования постгэллаповских методов и иллюстрации этого утверждения рассматривались мною на страницах журнала «Телескопа» в начале 2003 года, когда я пытался периодизировать процесс становления выборочной тех-

Таблиц 3. Сопоставление мониторингов президентских избирательных кампаний в США 2008, 2012 и 2016 годов

Мониторинг 2008 года	Мониторинг 2012 года	Мониторинг 2016 года
Главные цели		
Доминирующая цель – содержательная (анализ электорального процес-са), вторая цель – методическая.	Две равноправные цели: содержательная и методическая.	Доминирующая цель – методическая, отчасти – историко-науковедческая
Тип исследования		
Социологическое с элементами историко-методологического.	Комплексное: социологическое и историко-методологическое.	Комплексное: полстерское и историко-методологическое.
Объекты исследования		
Доминирующий объект – президентская избирательная кампания 2008 г., второй объект – опросные технологии.	Два равноправных объекта: первый – президентская избирательная кампания 2012 г., второй – опросные и прогностические технологии.	Два объекта: динамика электоральных установок и прогнозы исхода выборов
Предмет содержательно ориентированного исследования		
Отношение населения к макроситуации в стране в 2008 г. и динамика электоральных установок.	Отношение населения к макроситуации в стране в 2012 г. и динамика электоральных установок.	Характеристики изменчивости электоральных установок.
Предмет методически ориентированного исследования		
Особенности использовавшихся опросных технологий.	Особенности использовавшихся опрос-ных и прогностических технологий.	Прогностические модели, эволюция почти двухсот летнего изучения общественного мнения в США
Доминирующий метод сбора первичной информации		
Ежедневный анализ американских онлайновых публикаций об избирательной кампании 2008 г.	Ежедневный анализ американских онлайновых публикаций об избирательной кампании 2012 г.	Ежедневный анализ американских онлайновых публикаций об избирательной кампании 2016 г.
Время сбора и логика упорядочения первичной информации		
2008 г.-; систематизация собранной информации в соответствии с предполагавшейся логикой ее изучения после завершения избирательной кампании; подготовка серии отчетов.	2011-2012 гг.; систематизация собран-ной информации в соответствии с предполагавшейся логикой ее изу-чения после завершения избирательной кампании; социологический анализ хода избирательной кампании и рассмотрение опросных и прогностических технологий.	23 января – 9 ноября 2016 года.
Текущее освещение результатов исследования		
Несколько статей в прессе и на политических веб-сайтах.	Регулярная публикация результатов мониторинга в авторской колонке «Кто станет президентом США в 2012 году?», http://fom.ru/special/kto-stanet-prezidentom-ssha.html на сайте Фонда «Общественное мнение».	Ежедневное размещение постов на fb-странице https://www.facebook.com /boris.doktorov.1.

нологии изучения общественного мнения [11]. Тогда мне казалось, что концепция постгэллаповских опросов имеет сугубо «служебное» значение: она объясняет, почему исследовательское сообщество испытывало сомнения, трудности в принятии ряда приемов изучения общественного мнения, возникших на рубеже прошлого и нынешнего столетий. Позже эта концепция обсуждалась неоднократно, и в последние годы я начал говорить о догэллаповском, гэллаповском и постгэллаповском этапах в развитии исследований общественного мнения, а иногда — о трех культурах изучения общественного мнения.

В истории Америки XVII-XVIII веков было множество событий и процессов, которые готовили возникновение в стране практики изучения общественного мнения. Укрепление позиций протестантской этики, развитие капитализма, рождение прессы, становление института выборов, появление такой фор-

мы прямой демократии, как «Городское собрание Новой Англии», принятие Конституции и президентские выборы. Но то была предыстория.

Считается, что история изучения общественного мнения в США началась в июле 1824 год. Тогда, замечу, за полтора года до восстания декабристов в Петербурге, впервые в стране в газете «Harrisburg Pennsylvanian» были опубликованы результаты опроса жителей городка Вилмингтона (Wilmington), штат Делавер: фиксировалось лидерство Эндрю Джексона (335 голосов потенциальных избирателей), значительно опережавшего в борьбе за президентство Джона Адамса (169 голосов) и других кандидатов. В августе того же года газета «Raleigh Star» сообщала об итогах опроса в штате Северная Каролина: из 4256 респондентов большинство готово было проголосовать за Джексона (3428), вторым вновь был Адамс (470).

В 1824 г. использовались четыре метода сбора информации: опрос участников различных собраний, не связанных с выборами президента; опрос членов дискуссионных групп, специально создававшихся для изучения электоральных установок (видимо, что-то типа современных фокус-групп); анализ ответов на вопросы, отпечатанные на бланках и распространявшиеся в людных местах; опрос избирателей, участвовавших в выборах в местные органы власти. Опросы проводились сторонниками партий и простыми гражданами. То было проявление интереса людей к политике, особенно к президентским выборам.

В специальной литературе опросы подобного типа называют «народными», а за достаточно простой технологией тех опросов закрепилось обозначение «соломенных». Как подброшенный пучок соломы указывает направление ветра, так подобные методы выявления мнений были способны дать общую, ориентировочную информацию об электоральных предпочтениях населения.

К началу XX века в США сложилась широкая система проведения «соломенных опросов», их спонсировали и организовывали многие газеты и журналы. Лидером в этой области политической журналистики был «The Literary Digest», название которого стало синонимом крупномасштабных соломенных опросов. Еженедельник осуществил серию верных прогнозов в ходе президентских выборов с 1916 до 1932 гг.

Второй — гэллаповский этап — начался в 1936 году с предсказания переизбрания на второй срок президента Франклина Рузвельта (Таблица 4) тремя молодыми исследователями рынка: Джорджем Гэллапом, Арчибальдом Кроссли и Элмо Роупером. Непреходящее значение их опросов заключается в том, что при изучении электоральных установок они использовали не модификации соломенных опросов, а личные интервью на основе научно-спланированных выборок. Созданные ими научные методы опроса, которые строились на одних и тех же принципах, но несколько различались в процедурных оформлениях, успешно зарекомендовали себя при предсказании еще двух побед Рузвельта: в 1940 и в 1944 годах. Но все трое ошиблись в 1948 году, предсказывалась победа Томаса Дьюи, но президентом стал Гарри Трумэн.

После 1948 года в пространстве проведения общенациональных опросов оперировала лишь Организация Гэллапа, но когда появлялись новые опросные службы, Джордж Гэллап оставался самым известным специалистом. В период между 1952 и 1972 годами состоялось шесть избирательных кампаний, и во всех случаях Гэллаповские прогнозы были верными. А ведь и в 1960 году (Джон Кеннеди и Ричард Никсон), и в 1968 году (Ричард Никсон и Хуберт Хэмфри) кампании были высоко конкурентными, на финише преимущества победителей измерялось долями процентов.

В 1976 году Гэллап предсказывал победу Республиканца Джеральда Форда, но первым, опередив своего соперника на 2%, на финише оказался Демократ Джимми Картер. Эта ошибка в предсказании не давала поводов для критики опросов, к тому времени они заняли прочное положение в политической культуре страны, да и ошибка находилась в зоне случайной погрешности. Затем начался продолжительный период успешных прогнозов Гэллапа (он умер летом 1984 года), его коллег, продолжателей его дела. Подряд пять верных предсказаний победителя общенациональных выборов. Не нарушает это утверждение и итог президентских выборов 2000 года. В день голосования победителем был назван Альберт Гор, но после пересчета голосов избирателей штата Флориды на стороне Джорджа Буша-мл. оказалось большее число выборщиков, и он был объявлен президентом США.

Избирательная кампания 2012 года была последней в настоящей истории гэллаповских опросов, нацеленных на предсказание итогов всеобщего голосовании. И рассматривая Таблицу 4, приходится сказать, что «финальный» выстрел оказался неудачным. Среди большого числа полстерских организаций, работавших в тот период, Организация Гэллапа оказалась одной из немногих, чей прогноз был ошибочным. Тогда голосами 51,1% американских избирателей Обама был переизбран на второй президентский срок, тогда как Гэллап предсказывал победу Митту Ромни (50% против 47%).

Сказанное и ряд других обстоятельств стали причиной того, что еще осенью 2015 года стало известно, что в 2016 году Организация Гэллапа будет изучать отношение американцев к отдельным кандидатам в президенты, но не станет следить за динамикой электората [12]. Так оно и произошло. Впервые за восемь десятилетий научного изучения общественного мнения в Америке.

Я хотел назвать Таблицу 4 историей гэллаповских электоральных опросов в цифрах, но это было бы глубоко ошибочно. Мы имеем дело с говорящей историей, приведенная статистика не молчит. Она — основание для профессиональной гордости не только американских социологов, но всего глобального «профсоюза» аналитиков общественного мнения. За три четверти века Джордж Гэллап и продолжатели его дела наблюдали два десятка президентских избирательных кампаний, и лишь в трех случаях победитель общего голосования был назван неверно. В моем понимании, это — феноменальный научный результат, и сомневаюсь, что он может быть когда-либо и кем-либо превзойден.

Но Таблица 4 говорит много больше. Она — своего рода краткий отчет нескольких поколений полстеров о становлении, развитии и — мне думается — завершении гэллаповского этапа в изучении общественного мнения перед новыми когортами аналитиков массовых установок, политическими обозревателями и академическими учеными. Таблица 4 «призывает» к анализу возникновения и распространения в мире сложнейшей технологии исследования сознания и поведения общества. Ведь ничего подобного наука (социология, история, социальная психология и др.) ранее не имела, и никогда ранее общество не могло знать себя настолько многомерно и детально, как последние несколько десятилетий.

Таким образом, перед историей и социологий исследований общественного мнения сейчас обозначились две задачи: подведение итогов гэллаповского этапа и попытка определения общих черт нового, постгэллаповского периода.

Очевидно, что технология выборочных опросов общественного мнения, родившаяся в 1936 году, постепенно менялась. Совершенствовались приемы формирования выборок, менялась форма интервью, оттачивались формулировки вопросов, наряду с интервью «лицом к лицу» активно использовалось телефонное интервью, в конце 60-х стала складываться практика exit-опросов и так далее. Вместе с тем, все это вписывалось в гэллаповский тип опросов, в которых центральным пунктом оставалось взаимодействие интервьюера и респондента.

Изучение длительного процесса возникновения «соломенных» и научных опросов должно было в какой-то момент под-

вести меня к «точке», в которой историческое изучение должно было быть дополнено футурологическим. Другими словами, рассмотрение того, что было, должно было активизировать размышления о том, что будет. Логично было предположить, что существующие, наблюдаемые в практике технологии опросов — не вечны, они должны будут смениться более совершенными, полнее отвечающими новым социальным и собственно научным императивам. Эти инновационные технологии мне показалось оправданным и целесообразным называть постгэллаповскими.

Таблица 4. Точность прогнозов президентских выборов: 1936-2012 гг. [13]

Год	Кандидаты	Прогноз	Результаты выборов	Отклонение
1936	Франклин Рузвельт	55,7	62,5	–6,8
	Альфред Лэндон	44,3	37,5	+6,8
1940	Франклин Рузвельт	52,0	55,0	–3,0
	Уэнделл Уилки	48,0	45,0	+3,0
1944	Франклин Рузвельт	51,5	53,8	–2,3
	Томас Дьюи	48,5	46,2	+2,3
1948	Гарри Трумэн	44,5	49,5	–5,0
	Томас Дьюи	49,5	45,1	+4,4
1952	Дуайт Эйзенхауэр	51,0	55,4	–4,4
	Эдлай Стивенсон	49,0	44,6	+4,4
1956	Дуайт Эйзенхауэр	59,5	57,8	+1,7
	Эдлай Стивенсон	40,5	42,2	–1,7
1960	Джон Кеннеди	50,5	50,1	+0,4
	Ричард Никсон	49,5	49,9	–0,4
1964	Линдон Джонсон	64,0	61,3	+2,7
	Барри Голдуотер	36,0	38,7	–2,7
1968	Ричард Никсон	43,0	43,5	–0,5
	Хуберт Хэмфри	42,0	42,9	–0,9
1972	Ричард Никсон	62,0	61,8	+0,2
	Джордж Макговерн	38,0	38,2	–0,2
1976	Джимми Картер	48,0	50,1	–2,1
	Джеральд Форд	49,0	48,1	+0,9
1980	Рональд Рейган	47,0	50,8	–3,8
	Джимми Картер	44,0	41,0	+3,0
1984	Рональд Рейган	59,0	59,2	–0,2
	Уолтер Мондэйл	41,0	40,8	+0,2
1988	Джордж Буш-ст.	56,0	53,0	+3,0
	Майкл Дукакис	44,0	46,1	–2,1
1992	Билл Клинтон	49,0	43,3	+5,7
	Джордж Буш-ст.	37,0	37,7	–0,7
1996	Билл Клинтон	52,0	49,2	+2,8
	Боб Доул	41,0	40,7	0,3
2000	Джордж Буш-мл.	48,0	47,9	0,1
	Альберт Гор	46,0	48,4	–2,4
2004	Джордж Буш-мл.	49,0	50,7	-1,7
	Джон Керри	49,0	48,3	0,7
2008	Барак Обама	55,0	53,0	2,0
	Джон Маккейн	44,0	46,0	-2,0
2012	Барак Обама	49,0	51,1	-2,0
	Митт Ромни	50,0	47,0	3,0

Конспективно отмечу, что отличало процесс анализа электората в 2016 году от того, что было в 2012 году. Назову: более активное использование различных модификаций онлайнового опроса, увеличение числа полстеров, ежедневно измерявших электоральные установки, снижение интереса и доверия к результатам опросов отдельных полстерских организаций и переход к рассмотрению агрегированной информации, комбинированное использование стратегий, базирующихся на концепциях «Больших данных» (Big Data) и «Малых данных» (Little Data). Последнее открывает путь к многослойному, интерактивному таргетированию населения и электората и анализу динамики предвыборных установок на уровне супермалых групп избирателей.

Еще в 2012 году, благодаря новым прогностическим моделям Нэйта Сильвера и других молодых псефологов (прогнозистов выборов), за динамикой президентского электората можно было следить в реальном времени. В 2016 году это стало обыденностью, практически все журналисты и академические обозреватели базировали свои выводы на данных этих моделей, их рассуждения аргументировались оценками вероятности победы кандидатов в президенты. И, на мой взгляд, здесь не должно быть иронии по поводу того, что вся эта мощная технология не выявила заранее победу Трампа. Но какая революция обходится без жертв? Сбой в 2016 году мобилизует полстеров и псефологов на уточнение методологии и математических моделей прогнозирования.

Когда в начале века я ввел понятие постгэллаповской эпохи в изучении общественного мнения, я связывал это нововведение лишь с появлением и развитием новых опросных технологий. Однако 2016 год заставил меня трактовать наполненность постгэллаповского времени значительно шире. Теперь я обнаруживаю постгэллповские методы, постгэллаповских респондентов, постгэллповских полстеров и новые институты управления, коммуникации, призванные использовать данные об общественном мнении. Очевидно, когда в середине 1930-х годов «отцы-основатели» начинали зондировать общественное мнение, они имели дело не только с молодыми респондентами (до 30 лет), но и с их родителями, дедушками и бабушками. Это была еще «старая», традиционная Америка, со своими социальными институтами, традициями, представлениями о мире. Общественное мнение формировалось внутри относительно небольших общин, миграция старших слоев населения (я не беру во внимание новых эмигрантов, они тогда расселялись в нескольких штатах на Востоке страны) была ограниченной в пространстве, а также локальной прессой и локальными радиопрограммами. Политика Франклина Рузвельта и Вторая Мировая война привели к активным подвижкам в структуре населения, преодолению изоляционистских установок миллионами американцев, к обновлению старых механизмов меж-

личностной коммуникации, а затем — к достаточно быстрому распространению телевидения. Таким образом, кардинально изменились процессы распространения всех видов социальной информации и, соответственно, процессы культивации и функционирования общественного мнения.

Пропустим десятилетия. Интернет, мобильные телефоны, гаджеты, социальные сети типа Facebook породили новый тип электората, новые механизмы формирования общественного мнения, массу новых методов сбора и анализа данных об общественном мнении. Многое из того, что наблюдалось в мониторинге 2016 года, не существовало в 2008 году и лишь начинало заявлять о себе в 2012 году. Тогда говорили об освоении кибер-опросов, теперь — о влиянии на ход избирательной кампании массированных мощно замаскированных кибер-атак.

А что будет в середине XXI в., скажем, в период выборов президента США в 2056 г.? Это будет десятая после последней завершившейся избирательной кампании 2016 г. Чтобы понять, можно ли с уверенностью ответить на поставленный вопрос, давайте «отмотаем» столько же лет назад... мы окажемся в 1976 г. Опросов проводилось мало, доминировал метод личного интервью, телефонное интервью делалось без мощной компьютерной поддержки. Естественно, никто не мог предположить, что в начале 2010-х гг. на смену этим методам сбора данных придут компьютерно-телефонные технологии, онлайновые процедуры и другие изощренные схемы изучения мнений.

Я думаю, что и в 2056 г. большинство опросов будет проводиться с помощью технологий, которые сейчас мы не можем даже вообразить. Это будет уже «плотный» постгэллаповский этап. А тот арсенал методов, который мы наблюдаем сейчас, станет бабушкиным «Зингером». Такова история...

* * *

Настоящий текст — начало осмысления информации, собранной в ходе трех мониторингов президентских избирательных кампаний в США, особенно — последней. Я здесь намеренно не рассмотрел тему, которая, прежде всего, волнует многих. Что же произошло вечером 8 ноября 2016 года? Почему, несмотря на то, что большинство опросов электората выводили Хиллари Клинтон в лидеры президентской гонки и значительное число экспертов предсказывало ей победу, президентом страны стал Дональд Трамп? В чем просчеты методологии, технологии выявления и анализа мнений? Какие обстоятельства повлияли на установки избирателей?

Первые попытки дать ответ на эти и многие другие вопросы были предприняты специалистами уже 9 ноября. К настоящему моменту существует множество объяснений случившегося, но не будем торопиться с их анализом и обобщением. Дело в том, что еще в апреле 2016 года The American Association for Public Opinion Research был создан Комитет по изучению всех вопросов, возникающих в практике предвыборных опросов. Он должен закончить свою работу в мае 2017 года [14]. Вот тогда будет целесообразно рассмотреть, что и почему произошло в последние часы президентской гонки 2016 года, что было упущено полстерами и псефологами при изучении электората.

Литература

1. Докторов Б. Явление Барака Обамы. Социологические наблюдения. Москва, Издательство «Европа», Институт Фонда «Общественное мнение», 2011. URL: http://fom.ru/uploads/files/B-Obama.pdf.
2. Докторов Б. Президентские выборы в США 2012 года. URL: //http://fom.ru/special/kto-stanet-prezidentom-ssha/list.html.
3. Enten N. Trump Won Despite Being Unpopular, So Can He Govern That Way? URL: http://fivethirtyeight.com/features/trump-won-despite-being-unpopular-so-can-he-govern-that-way/.
4. Abramowitz A. I. Article: Forecasting the 2008 Presidential Election with the Time-for-Change Model // Political Science & Politics. Issue: October 2008. URL: http://www.apsanet.org/imgtest/psoct08abramowitz.pdf.
5. Abramowitz A. I. Election Forecast: A Look Back At The Time For Change Model And The 2012 Presidential Election. URL: http://journals.cambridge.org/action/displayAbstract?fromPage=online&aid=8802626.
6. Abramowitz A. I. Despite scandals and two unpopular presidential candidates, history shows Hillary Clinton will win. URL: http://www.nydailynews.com/news/politics/history-shows-hillary-clinton-win-article-1.2854411.
7. Wasserman D. You'll Likely Be Reading One Of These 5 Articles The Day After The Election. URL: http://fivethirtyeight.com/features/youll-likely-be-reading-one-of-these-5-articles-the-day-after-the-election/
8. Sabato L.J, Kondik K., and Skelley G. 16 For '16. Bite-sized observations on a wild election. URL: http://www.centerforpolitics.org/crystalball/articles/16-for-16/
9. Докторов Б. Восемь верных прогнозов Алана Лихтмана. Размышления после президентских выборов 2012 года в США [электронный ресурс]. М.: ЦСПиМ, 2013. URL: //http://www.socioprognoz.ru/publ.html?id=320.
10. Докторов Б. Президентские выборы в США 2012 года. О работе полстеров и прогнозистов. URL: //http://fom.ru/special/kto-stanet-prezidentom-ssha/10702.
11. Докторов Б. Из XVII столетия в наступивший век: к становлению пост-гэллаповских опросных технологий // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. 2003. №2, С.9-17. URL: http://www.teleskop-journal.spb.ru/files/dir_1/article_content1194854593310773file.pdf.
12. White D. Here's Why Gallup Won't Poll the 2016 Election. URL: http://time.com/4067019/gallup-horse-race-polling/.
13. Election Polls — Accuracy Record Presidential Elections. URL: http://www.gallup.com/poll/9442/election-polls-accuracy-record-presidential-elections.aspx.
14. AAPOR to Examine 2016 Presidential Election Polling. URL: https://www.aapor.org/Publications-Media/Press-Releases/AAPOR-to-Examine-2016-Presidential-Election-Pollin.aspx.