

П. Ф. ЛАЗАРСФЕЛЬД

**ВВОДНАЯ ЧАСТЬ КО ВТОРОМУ ИЗДАНИЮ
КНИГИ «ВЫБОР НАРОДА:
КАК ИЗБИРАТЕЛЬ ПРИНИМАЕТ РЕШЕНИЕ
В ПРЕЗИДЕНТСКОЙ КАМПАНИИ»**

Аннотация. Публикуемый перевод содержит «Введение ко второму изданию» и «Предисловие» книги Пола Лазарсфельда с соавторами (*Lazarsfeld P.F., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign. 2nd ed. New York: Columbia University Press, 1948.*), которая стала важной вехой в развитии методологии выборочных социологических опросов, ознаменовавшей рождение нового метода — панельного опроса. Новый метод открыл беспрецедентные возможности перейти от простой фиксации моментальных состояний общественного мнения посредством серии опросов каждый раз новых респондентов — к отслеживанию на индивидуальном уровне процесса возникновения, изменения и диссоциации определенных мнений, установок и образцов поведения. Тем самым в противовес изучению статистики предлагалась новая модель «строго контролируемого динамического исследования», которую авторы связывали с перспективами развития всех социальных наук.

Ключевые слова: панельные опросы; выборочные опросы; общественное мнение; электоральный выбор; лидеры мнения; методология социологического исследования.

Для цитирования: Лазарсфельд П. Вводная часть ко второму изданию книги «Выбор народа: как избиратель принимает решение в президентской кампании» / Пер. с англ. М.Ю. Завгородней; науч. ред. О.А. Оберемко // Социологический журнал. 2018. Том 24. № 4. С. 154–176. DOI: 10.19181/socjour.2018.24.4.6102

Пол (Пауль) Феликс Лазарсфельд (1901–1976) — известный американский социолог, основатель Бюро прикладных социальных исследований Колумбийского университета. Инициировал одно из классических американских исследований поведения избирателей в период президентской кампании 1940 г. Полученные выводы во многом определили современный облик электоральных исследований.

Пер. с англ. *М.Ю. Завгородней*; науч. ред. *О.А. Оберемко*. Небольшие сокращения отмечены значком <...>.

Обращаем внимание читателей, что в предыдущем номере опубликована статья: *Воробьев А.Н.* Становление американских электоральных исследований: Пол Лазарсфельд и «Выбор народа» // Социологический журнал. 2018. Том 24. № 3. С. 163–179. (DOI: 10.19181/socjour.2018.24.3.5998), в которой детально рассмотрены предыстория исследования 1940 г., концептуальная эволюция проекта, обстоятельства написания конечного текста книги и т. д. — *Прим. ред.*

Предисловие ко второму изданию (р. vii-xxviii)

Во время Второй мировой войны социальные ученые получили беспрецедентную возможность приумножить свои умения и знания. К социологам обратились с просьбой измерить боевой дух солдат, чтобы армия могла в дальнейшем изменить установки и состояния, ограничивающие эффективность ее действий. Социальных психологов попросили изучить пропагандистские влияния на американскую аудиторию, чтобы влияния, исходящие от нашего правительства, сделать более эффективными и нейтрализовать влияния пропаганды, распространяемой врагом. Антропологи использовали свои знания разных культур, чтобы консультировать военные администрации, как избежать или минимизировать трения с японцами, жителями Соломоновых островов и корейцами. Экономисты постоянно изучали ценовые и производственные тренды, чтобы определить, как регулировать цены и какую проводить налоговую политику.

Успех этих исследований и рекомендаций, в которые они вылились, поднял престиж социальных наук. Все чаще правительственные чиновники, промышленники и профсоюзы обращаются к социологам за советом. Послевоенные события только усилили эту тенденцию. Атомная бомба заставила нас осознать, насколько открытия в физике опередили нашу способность интегрировать их в социальную систему. Возможность третьей мировой войны, несмотря на то, что все хотят мира, заставила многих задуматься о том, до какой степени самые разные индивиды, составляющие общество, контролируют то, что в нем происходит. Во внутренних делах мы сталкиваемся с проблемами, для решения которых, похоже, нам потребуются коллективные действия, а не свободная игра конкурирующих сил. Жилищные и трудовые отношения — две самые заметные проблемы. И в их решение, как это сейчас признают все, социальные науки могут и должны внести свой вклад.

<...> Рассмотрим три важнейшие задачи, стоящие перед социальными исследованиями. Первая задача касается интеграции фактов и теории. В надлежащей интеграции фактических данных и теоретических формулировок заключена основа существования и развития любой науки. Никому нет пользы от разрозненных фактов, и никакое социальное действие нельзя обосновать на общетеоретических положениях о «природе» общества, если их нельзя систематически проверить в конкретных ситуациях.

Точно так же следует соотносить между собой и результаты отдельных исследований. [Это вторая задача.] До сих пор социальные науки демонстрировали печальную склонность тут опрос провести, там эксперимент поставить и так вести всю работу. Аспиранты, например, гордились тем, что не повторяли «проведенные уже исследования». На деле же должна возобладать противоположная тенденция. Результаты следует проверять и перепроверять в тех же самых и в измененных

условиях. Сложность социальной жизни требует, чтобы один и тот же объект изучался по многу раз, чтобы можно было отличить фундаментальные закономерности от преходящих социальных явлений.

Выполнение третьей задачи требует тщательного размежевания. На заре социологии предлагалось много грандиозных схем для понимания всей истории человечества. Даже в начале XX века, когда социальные ученые стали скромнее, еще было ощущение, что «причины войны» и «методы предотвращения преступления» можно легко и быстро открыть. Попытки быстро решить такие колоссальные проблемы столкнулись с трудностями, после чего стали утверждать, что в исследовании причин общественных изменений глубоко копать не нужно, что социальные явления следует просто описывать. Такой подход породил предпочтение статических, как переписи населения, «наблюдений» [survey] за определенным полем, но не обнаруживал каких-либо находок, которые можно было бы отнести к социальным действиям.

Решение дилеммы видится в компромиссе, возможно временном. Модель строго контролируемого динамического исследования [a disciplined and limited kind of dynamic research], сфокусированного на социальных событиях и процессах, длящихся несколько месяцев или, самое большее, несколько лет, в настоящее время представляется наиболее многообещающей. Систематический анализ политических кампаний, кризисных ситуаций, развития новых сообществ, реакций этнических групп, впервые вошедших в тесный контакт друг с другом, с высокой вероятностью дадут сведения, от которых зависит дальнейшее развитие социальных наук.

В этом Предисловии ко второму изданию книги «Выбор народа», публикация которой стала возможной благодаря издательству Колумбийского университета, мы подробно рассмотрим выделенные три задачи, стоящие перед социальными исследованиями. Этим мы надеемся получить двойной эффект. Во-первых, надеемся прояснить основные актуальные направления социального исследования. А во-вторых, мы полагаем, что чтение книги принесет больше пользы, если читатель будет иметь в виду указанные нами задачи.

При их обсуждении мы будем ссылаться на данные и наблюдения, которые либо не вошли в первоначальную версию книги, либо были собраны в более поздних исследованиях.

Теперь рассмотрим каждую задачу в обратном порядке, начиная с потребности в модели динамического социального исследования, которая позволит изучать социальные изменения: их происхождение и природу в их протяженности.

Динамическое [dynamic] социальное исследование

В настоящее время изучение общественного мнения зачастую понимается неправильно. От результатов опроса, публикуемых в журналах и газетах, у неспециалистов и даже коллег из других социаль-

ных наук, создалось впечатление, что такое исследование содержит описание того, как люди относятся к данной конкретной проблеме в конкретное время. На самом деле, сфера применения этой новой дисциплины намного шире. Социальные ученые хотят понять, как различные сегменты общественного мнения влияют на законотворчество и другие аспекты принятия политических решений. Кроме того, мы стремимся узнать, как формируются сами установки. В книге «Выбор народа» внимание сосредоточено именно на этом: как формируется, изменяется и развивается общественное мнение.

Группа социальных ученых в округе Эри, штат Огайо, с мая по ноябрь 1940 г. наблюдала за развитием и влиянием президентской кампании на местное сообщество. Было опрошено большое количество людей, но основное исследование велось на панели в 600 респондентов, которых ежемесячно опрашивали в течение семи месяцев.

В итоге участников панели мы разделили на две основные группы: те, кто не менял своего мнения в вопросах политики за время исследования, и те, кто хотя бы в чем-то менял свою позицию. Кто-то сменил партийную аффилиацию, кто-то не мог принять определенного решения до самого конца кампании, и были даже такие, кто утверждал, что определился, за кого голосовать, но на выборы не пошел. Эти различные типы избирателей, менявшие свои мнения и поведение, были в фокусе исследования, поскольку именно они представляли ту часть людей, благодаря которым можно было наблюдать процесс формирования и изменения установки. Их сравнивали с теми, кто решений своих ни разу не поменял. Тщательно сравнивались личные характеристики, контакты с другими людьми, доступность радио и газет. Приводимые объяснения изменений соотносились с их объективным социально-экономическим положением. Всякое высказанное в одном интервью мнение сравнивалось с их же мнениями в предыдущих и последующих интервью. Иными словами, мы не описывали мнение; мы изучали его *в процессе формирования*.

Теперь давайте рассмотрим одну фазу этого динамического анализа и выделим его основные элементы. Участников панели интервьюировали в шестой раз в октябре и в седьмой (заключительный) раз — сразу после выборов. Таким образом, мы знаем, как эти люди намеревались голосовать незадолго до выборов и за кого они действительно проголосовали (табл.).

Эта незамысловатая таблица весьма содержательна. Давайте предположим на мгновение, что интервью в октябре и ноябре проводились с разными людьми, а не с теми же самыми, как было на самом деле. Результаты выглядели бы следующим образом: в октябре 42% (167 из 396) тех, кто определился, за кого голосовать, собирались отдать голос за демократическую партию; в ноябре 41% (160 из 392) проголосовали за нее. Это производит впечатление постоянства в политических взглядах. Однако на деле только респонденты, нахо-

дящиеся на пересечении совпадающих позиций в таблице, мнения не меняли: 418 из 483 респондентов сделали то, что и намеревались сделать; 13% решение поменяли.

Эти 13% представляют собой *движение электората* [turnover], произошедшее за считанные недели до голосования. Понятие движения электората является основным для анализа формирования мнения. Большое движение указывает на неуверенность во мнении или поведении. По неуверенности людей можно делать вывод об эффективности пропаганды или, напротив, о необходимости дальнейшей разъяснительной работы.

Таблица

**[Сравнение данных двух опросов:
непосредственно до и непосредственно после голосования, n=483]**

Реальное голосование	Намерения голосовать в октябре				Всего
	Республи- канцы	Демократы	Не знаю	Не намерены голосовать	
Республиканцы	215	7	4	6	232
Демократы	4	144	12	0	160
Не голосовали	10	16	6	59	91
Всего	229	167	22	65	483

Увеличение частоты таких исследований в будущем, возможно, позволит классифицировать общественные события по следующим критериям: какие виды событий способствуют уменьшению, а какие увеличению движения электората? наблюдается ли тенденция к его уменьшению, когда события идут своим чередом (и ничего не происходит)? в какой точке достигается минимальное движение, и что его может увеличить снова? при каких условиях можно достичь равновесного движения электората, когда разнонаправленные изменения взаимно погашают друг друга? когда движение электората оборачивается статистически значимым сдвигом мнений?

Однако ответы на такие вопросы дали бы только грубую картину различных социальных событий. Мы можем сформулировать точнее: движение электората есть результат изменений, которые проявляются в намерениях, ожиданиях и поведении индивидов. Здесь мы можем задать три общих вопроса:

- (а) У какого типа людей вероятнее всего случаются изменения?
- (б) Под влиянием чего происходят эти изменения?
- (с) В каких направлениях происходят изменения?

На вопрос (а) можно ответить по-разному. Возьмем тех, кто вырабатывал решение [“crystallizers”]: кто в октябре не знал, за кого будет

голосовать, а в ноябре пошел на выборы. Задолго до того, как они пришли к решению, мы могли довольно точно предсказать, за кого они проголосуют: в конце концов, они решат голосовать так же, как и люди с такими же социальными характеристиками, но принявшие решение в начале кампании. Например, широко известный факт современной американской политики был подтвержден и в этом исследовании, что горожане чаще, чем сельские жители, голосуют за демократическую партию, а еще за демократов чаще голосуют католики, чем протестанты. Поэтому, если мы спрогнозируем, что неопределившийся горожанин-католик проголосует за демократическую партию, мы будем правы в большом количестве случаев, а взятые после выборов интервью подтвердят наши прогнозы.

Столь «поверхностные корреляции» иногда приводят к ложным прогнозам. Однако анализ движения электората позволяет глубже вникнуть в ситуацию. Мы можем выделить множество разнообразных психологических «посредников» между социальными обстоятельствами вокруг респондента и его последующим решением. В каждом интервью, например, респондентов спрашивали, кто, по их мнению, победит на выборах. Даже среди неопределившихся с выбором было много людей с определенным ожиданием. И вполне показательно, что высказанные неопределившимися респондентами ожидания не были случайными, а, напротив, преобладали в их социальных средах. Если мы сделаем всего лишь еще один шаг, то обнаружим, что ожидания предвосхищали окончательное решение: многие голосовали за кандидата, которого они ранее называли победителем. Таким образом, эти ожидания были одной из «промежуточных» переменных, которые помогли объяснить формирование электоральных решений. (Детали этого анализа обсуждаются в Главе XII.)

Таблица также содержит ответы на вопросы о конкретных влияниях, которые ведут к изменению установок или поведения. Теперь вернемся к группе тех, кто в октябре сказал, что не собирается голосовать. Отметим, что действия этой группы респондентов в большинстве своем совпали с тем, что они говорили: 59 из 65 действительно в ноябре не проголосовали. Но эти шестеро, изменившие свое мнение, кто сначала не хотел голосовать, а потом все же проголосовал, все отдали голос кандидату от республиканской партии. Факты, повлиявшие на это изменение мнений, нетрудно обнаружить. Исследователи, работавшие в округе Эри, заметили, что, по крайней мере, на этих выборах республиканцы была гораздо активнее и эффективнее, чем демократы. И действительно, когда этих шестерых, изменивших свое мнение, спросили, что заставило их пойти на выборы, все заявили, что в последний момент их посетил представитель республиканской партии, который и убедил их проголосовать.

Таким образом, изучая разные группы, чьи представители участвуют в движении электората, мы можем вычлени́ть факторы, изменяющие поведение. Это само по себе расширяет область исследований. Мы можем записать, что́ люди читают и слушают, и сравнить эти два способа воздействия с изменениями в сознании. О влиянии конкретных прочитанных и прослушанных сообщений некоторые говорили в специальных интервью, которые проводились со всеми избирателями, изменившими свое мнение. А слабо осознаваемые влияния выявлялись сложным статистическим анализом¹.

Согласно собранным данным, личные контакты оказали наибольшее влияние на изменение мнения. Для активиста политической партии это, вероятно, неудивительно, но для социального ученого это оказалось определенным вызовом. Выявить условия, при которых установки и модели поведения оказываются особенно подвержены личностному влиянию, классифицировать наиболее эффективные для изменения мнений типы личностного влияния, изучить ситуации, в которых изменения вызываются формальным влиянием средств массовой информации, — вот задачи, которые должна решить модель динамического социального исследования.

Но картина будет неполной, если мы узнаем только о том, кто и под каким влиянием меняет свои установки и поведение. Мы еще хотим знать направления этих изменений: приводят ли они к случайному перераспределению мнения, или есть какая-то очевидная закономерность? Анализ движения электората в данном исследовании позволил нам получить предварительный, но вполне определенный ответ на этот вопрос. В некоторых подгруппах внутри сообщества изменения установок повысило их гомогенность: индивидуальные изменения привели их членов к большему согласию друг с другом. Но в сообществе в целом изменение установки привело к большему разнообразию и поляризации: индивидуальные изменения обострили разногласия между членами одной подгруппы с членами других подгрупп. Этот процесс мы подробнее рассмотрим в одном из следующих параграфов предисловия. Здесь подчеркнем, что посредством реализованного динамического научного исследования такие проблемы, как углубление разобщенности группы или осознание классовых интересов, становятся доступными для социального исследования.

Изучение общества как процесс [continuing endeavor]

Нас часто предупреждают о том, что результаты отдельного исследования валидны только в то время и в том месте, где оно проводилось. Означает ли это, что результаты каждого отдельного исследования

¹ Подробно см.: Zeisel H. Say it with figures. N.Y.: Harper and bros., 1947. Ch. X.

неповторимы? Надо ли непременно ожидать различий в результатах даже в сходных условиях? Вопросы подобного рода предполагают, что к таким терминам, как «повторение» и «подтверждение», необходимо относиться более аккуратно. Фактически, если провести однотипные исследования, сравнительный анализ может выполнить три позитивные функции:

1. Сравнение может показать, что результаты обоих исследований — одни и те же. Мы назовем это «функцией подтверждения».

2. Сравнение может показать, что вопреки различиям между статистическими результатами двух исследований, учет конкретных условий получения результатов приведет к сходным общим выводам. Мы назовем это «функцией конкретизации».

3. Отрицательный результат в первом исследовании может быть разъяснен новыми результатами во втором. Это мы назовем «функцией разъяснения».

Так получилось, что результаты настоящего исследования есть с чем сравнивать. Второе, но более краткое панельное исследование проводилось во время президентской кампании 1944 г., спустя четыре года после исследования, описываемого в данной книге. Бюро прикладных социальных исследований в сотрудничестве с Национальным центром изучения общественного мнения (National Opinion Research Center), затем с университетом Денвера провело по два интервью с респондентами из общенациональной репрезентативной выборки объемом около 2000 человек: одно интервью проводилось перед выборами, другое — после. Что может дать сравнение этих двух исследований? Мы выберем несколько примеров, чтобы проиллюстрировать функции сравнительного анализа.

Первый пример относится к подтверждению результатов. В исследовании округа Эри 54 человека изменили свою партийную аффилиацию. И здесь снова ставили вопрос: в каком направлении изменялась установка. Привела ли смена партийной аффилиации к большей гармонии с другими членами своей подгруппы, или изменения произошли в каком-то ином направлении?

Чтобы ответить на этот вопрос, мы использовали уже упомянутый факт, что бедные, горожане и католики чаще голосуют за демократов, а зажиточные, протестанты и селяне чаще находятся в лагере республиканцев. На основе этих трех социальных признаков, индикаторов членства в различных социальных группах, появилась возможность построить *индекс политической предрасположенности* [index of political predisposition]. Этот индекс позволил нам ранжировать социальные условия всех индивидов по вероятности их голосования за республиканцев или демократов (подробнее об индексе и способах анализа, см. Главу III) и дал возможность различать два типа избирателей: те, чьи электоральные намерения гармонизировали с их социальным

происхождением, и отклоняющихся индивидов, чьи намерения отличались от намерений членов подгрупп, к которым они принадлежали.

Изучение 54 человек, изменивших свою партийную аффилиацию, показало, что перед сменой 36 человек выражали намерения, отличные от намерений своей социальной среды, в то время как после смены позиции отклонившихся оказалось только 20 человек. Так мы пришли к выводу о том, что смена партийной аффилиации происходит в сторону повышения согласованности мнений внутри подгрупп.

Поскольку исследование 1944 г. велось только в последние недели кампании, когда партийную аффилиацию уже редко меняют, мы обнаружили мало «перебежчиков». Кроме того, индекс политической предрасположенности менее валиден при применении к общенациональным выборкам, чем к жителям одного округа. И все же, несмотря на эти ограничения, результаты второго исследования *по существу* подтвердили результаты первого. В 1944 г. оказалось 36 респондентов, сменивших партийную аффилиацию. До смены 22 человека выражали намерения, отклоняющиеся от преобладающего в их социальных средах; после смены отклонений было только 14.

Сравнение сходных исследований может, таким образом, повысить доверие к результатам, которые мы могли бы подвергнуть сомнению, если бы они были получены только в каком-то одном исследовании. Без такого подтверждения выводам каждого исследования с выборкой объемом 54 человек и 36 человек по отдельности мы отказали бы в валидности. А вот при подтверждении результатов одного исследования результатами более позднего исследования тот же вывод мы уже склонны принять.

Сравнительный анализ также может подтвердить общие выводы, если статистически различные результаты получены в разных конкретных условиях. Чтобы проиллюстрировать функцию конкретизации, обратимся снова к группе опрошенных «перебежчиков»: тех, кто в интервью перед выборами говорил, что не будет голосовать, но все-таки пришел на избирательный участок. В исследовании округа Эри все «перебежчики» проголосовали за республиканцев, тогда как в исследовании 1944 г. большинство «перебежчиков» проголосовало за демократов. На первый взгляд может показаться, что данные двух исследований противоречат друг другу. Но так ли это? В 1940 г. машина республиканцев в округе Эри была вне конкуренции; в 1944-м Комитет политического действия² был активен по всей стране. Более того, Комитет вел целенаправленную агитацию среди людей с низкими доходами, предполагая, что если они вообще придут на выборы, то проголосуют за демократов. Результаты исследования 1944 г. дока-

² Political Action Committee (P.A.C.) — организация в США, занимающаяся сбором частных пожертвований и распределением полученных средств между кандидатами на политические посты. — *Прим. перев.*

зывают верность этого предположения. Из 20 человек (в основном из групп с низким доходом), которые не собирались голосовать, но в итоге все-таки проголосовали, трое отдали голоса республиканцу и 17 — демократу.

Таким образом, сравнительный анализ исследований, проведенных в различных исторических и социальных условиях, может дать почти такое же подтверждение, как фактическое повторение результатов. Сравнение того, как избиратели в последний момент принимают окончательные решения в ситуации с сильной республиканской машиной и в ситуации, где активны продемократические силы, приводит к одному общему выводу: штаб, который в канун выборов будет активно призывать на избирательные участки неопределившихся избирателей, может оказать большую помощь своей партии.

Наконец, сравнение схожих исследований может привести к прояснению результатов. В исследовании 1940 г. наблюдались указания на то, что, людям, изменившим свое первоначальное мнение, было свойственно некоторое безразличие к исходу выборов. Этот вывод был неожиданным, поскольку политические эксперты часто утверждают, что во время президентской кампании более умный и заинтересованный избиратель будет менять свои предпочтения по мере знакомства с избирательными платформами кандидатов, поскольку именно он способен оценить их квалификацию в решении актуальных международных и внутренними проблем. Так как связь между сменой партийной аффилиации и индифферентностью обнаружилась неожиданно, план исследования 1940 г. не позволил соответствующим образом проверить это предположение.

Это было исправлено в исследовании 1944 г. Тогда всем респондентам, которые сказали, что определились с кандидатом, в интервью до выборов задавали два вопроса: сильно ли они беспокоятся о том, победит их кандидат или не победит, и думают ли они, что между двумя кандидатами имеются существенные различия? Анализ ответов на эти вопросы фактически показал, что люди, изменившие партийное предпочтение (кто голосовал за одного кандидата, сказав ранее, что намерен голосовать за другого), гораздо менее интересовались выборами, чем стойкие избиратели (кто фактически голосовал так, как намеревался изначально): 38% изменивших свое намерение, по сравнению с 21% стойких избирателей, сказали, что им было все равно, чей кандидат победит на выборах; 65% изменивших свое намерение, по сравнению с 46% стойких избирателей, не видели реальных различий между кандидатами. Важно признать, что выраженное респондентами безразличие не является апостериорным обоснованием смены партийных предпочтений; безразличие было выражено прежде, чем произошла смена установки.

Мы можем таким образом прояснить результат более раннего исследования. Люди, которые меняют свое политическое мнение, не слишком

интересуются выборами и их результатом. Их безразличие мешает им прийти к твердому решению, поскольку они легко поддаются случайным влияниям. Разговор с другом сегодня склоняет их к одному кандидату; доходчивая радиопередача завтра убедит их голосовать за другого. Не исключено, что некоторые индифферентные избиратели даже в кабине для голосования толком так и не приходят к электоральному выбору.

Только что мы лишь по некоторым аспектам сравнили всего лишь два исследования, и все же сравнительный анализ оказался продуктивным. Он укрепил наше доверие к результатам каждого исследования в отдельности и подтвердил некоторые расширенные их интерпретации. Теперь ясно, что социальные ученые упускают ценную возможность пополнять запас фундаментальных знаний ввиду отсутствия в их арсенале повторных исследований в постоянных и переменных условиях. Панельные исследования особенно полезны для такого рода повторений: их логика ясна, и сопоставимые аспекты различных ситуаций можно легко выделять и сравнивать между собой.

Пока наше обсуждение фокусировалось на исследовательских методах и планах, благодаря которым можно получать данные, социологически значимые и отвечающие научным требованиям точности. Но социальное исследование не ограничивается сбором таких данных. В дальнейшем необходима систематическая интеграция собранных данных в теоретический контекст. Только тогда мы можем ожидать, что данные, с одной стороны, применимы к конкретным социальным ситуациям и, с другой стороны, указывают направления, по которым должна развиваться будущая исследовательская работа.

В первом издании этой книги мы старались указать более широкие импликации наших конкретных результатов. Мы продолжаем исследовать выявленные ранее конкретные проблемы, но предстоит еще много работы. И здесь мы намерены четче эксплицировать теоретический каркас, в рамках которого выполняется исследование, и раскрыть теоретические импликации уже полученных результатов.

Эмпирические данные и социальные процессы

Изучение округа Эри дало ряд обобщений, значимых для любых исследований краткосрочных изменений в установках и поведении. Они еще не сложились в связную систему. Но именно эти обобщения формируют переход от фактов, какими они наблюдаются, к систематической теорией, которая все еще ждет своего построения. Они суть утверждения о социальных процессах и являются, таким образом, обобщениями высокого порядка по сравнению с утверждениями об эмпирическом факте и одновременно обобщениями низшего порядка по сравнению с теоретическими формулами, к которым стремится социальное познание.

Все наши выводы о социальных процессах, благодаря которым установки изменяются, тесно взаимосвязаны друг с другом, но для текущих задач целесообразно обсудить их по отдельности.

1. Первый момент касается стабильности установок. Люди в нашем исследовании были склонны голосовать так, как они всегда голосовали раньше, а точнее, как всегда голосовали в их семье. Целых 77% участников панели сказали, что их родители, бабушки и дедушки постоянно голосовали за одну из главных политических партий, и они сами, в свою очередь, поддержали эти семейные традиции на выборах 1940 г. Эта стабильность стала возможной благодаря своего рода защитному экрану, построенному вокруг центральных установок. Вопреки целым потокам пропаганды и контрпропаганды, доступным избирателю, мало что из этих потоков до него доходит. И анализируя, какая именно информация достигает своей целевой аудитории, мы обнаруживаем, что избиратель сам себе отбирает пропагандистские сообщения, с которыми он заранее согласен, и блокирует те, с которыми он едва ли согласится.

2. Такую стабильность нельзя объяснять «упрямством» или «инерцией» человеческой природы. Независимо от того, какие социальные или психологические функции выполняет сохранение базовых установок, индивидам оно приносит удовлетворение в общении со своей группой. Поддерживая неизменность своих установок, люди приобретают способность избегать или минимизировать конфликты и разногласия со своим социальным окружением, разделяющим эти установки. Таким образом, стабильность установок поддерживает чувство индивидуальной безопасности.

3. Наклонность индивидов сохранять установки находит поддержку в групповых процессах. Обеспечивая свою безопасность ограждением себя от пропаганды, которая может угрожать стабильности установок, он обнаруживает, что его установки подкрепляются в ходе контактов с другими членами своей группы. Ввиду общего группового членства участники группы будут разделять сходные установки и сходным образом демонстрировать избирательность по отношению к пропагандистским влияниям. Но это не означает, что все члены группы будут подвергать себя абсолютно одним и тем же воздействиям пропаганды или что на них будут влиять абсолютно одинаковые аспекты общего опыта. У каждого индивида есть свой частный запас информации и свой частный каталог переживаний, даже если все они отобраны и оценены по общим для группы стандартам.

Во внутригрупповом взаимодействии каждый индивид делает публичной определенную долю частной информации и некоторых приватных переживаний, которые поддерживают общие установки. Таким образом, все люди подвергаются широкому диапазону прошедших отбор пропагандистских влияний. Взаимодействия служат увеличению изоляции любого индивида; они предоставляют ему дополнительные аргументы для поддержания своей позиции. Конечным результатом таких взаимодействий внутри группы является взаимное укрепление, усиление общих установок.

4. И все же в каких-то случаях изменение происходит. Поэтому важно определить условия, при которых установки перестают быть стабильными, а также процессы, посредством которых происходит изменение.

Один процесс зависит от активации предыдущего опыта и идей. Каждый индивид несет в себе зерна наблюдений и полузабытые события, которые в некотором смысле являются рецессивными, потому что обычно они не вписываются в преобладающие традиции или интересы группы, к которой он принадлежит. Однако при определенных обстоятельствах, во время кризиса или в период интенсивной пропаганды они могут выйти на передний план. В эти моменты они могут привести к перестройке установок и в некоторых случаях даже к изменению групповой аффилиации.

5. Такая предрасположенность к смене мнения более типична для индивидов, на которых действует перекрестное давление. В нашем сложном обществе люди не принадлежат только к одной группе. Есть несколько основных социальных общностей, к которым мы принадлежим: социальный класс, этническая и религиозная группы, неофициальные ассоциации, в которых мы участвуем. К некоторым индивидам эти различные общности предъявляют противоречивые требования: католик, принадлежащий к высшему классу, например, может обнаружить, что его религиозная принадлежность тянет его в одну сторону, в то время как его класс тянет в противоположную. И когда конкретные ситуации, такие как избирательная кампания, требуют, чтобы он принял определенное решение, ему еще надо решить, какая из групповых принадлежностей станет приоритетной.

Определить, как разрешается перекрестное давление — одна из главных задач для социального исследования. Здесь актуальны следующие вопросы: со стороны каких именно групп индивид испытывает противоречивые требования? есть ли какие-то общие правила для прогнозирования исхода? какие именно требования берут верх в конфликте требований? В данном исследовании читатель найдет массу конкретных ответов на эти вопросы, однако никаких обобщений о столь сложной материи нельзя делать на основе одного единственного исследования. Метод, разработанный в проекте округа Эри, призван найти средства для ответа на вопрос: как ведет себя индивид под перекрестным давлением? В настоящем исследовании мы обнаружили, что по сравнению с остальным населением округа Эри индивиды, испытывавшие перекрестное давление, значительно дольше принимали электоральное решение. Но подобное промедление — не единственная возможная реакция на него. Ответы варьируют от индивидуальных невротических реакций, включая неспособность принять хоть какое-то решение, до осмысленных решений, способных приводить к новым социальным движениям. На многие трудные вопросы о связи между

индивидуальными установками и социальной средой мы сможем ответить, когда вопрос перекрестного давления и реакции на него будет изучен со всей основательностью.

6. Но когда мы говорим о человеке и его среде, мы упрощаем проблему, поскольку окружающая среда состоит из других индивидов. Как формируются их установки? Или, выражаясь несколько иначе, через какие механизмы и процессы группа формирует общие установки?

Снова поставленная задача вынудила нас двигаться сразу по нескольким направлениям. В первую очередь, мы изучали лидеров мнения. В каждой социальной группе есть индивиды, которые выделяются активностью и красноречием. По сравнению с другими они более чувствительны к интересам своей группы и сильнее стремятся высказаться по поводу значимых проблем. Этих людей нетрудно выявить, чтобы изучить, чем они отличаются от большинства в своей группе.

В данном исследовании мы обнаружили, что одна из функций лидеров мнения заключается в посредничестве между средствами массовой информации и другими членами группы. Обычно думают, что индивиды черпают информацию непосредственно из газет, радио и других СМИ. Наши результаты, однако, этого не подтвердили. Большую часть информации и своих идей большинство людей получили через личные контакты с лидерами мнения внутри своих групп. Эти лидеры мнения, в свою очередь, подвергали себя влиянию различных средств массовой информации больше, чем другие члены группы. Открытие двухуровневого потока информации имеет очевидное практическое значение для любого исследования пропаганды.

Понятие лидерства мнения, кстати, не новое. По многим исследованиям власти, влияния и лидерства мы помним, что в каждом сообществе можно указать на авторитетных мужчин и женщин, на которых ориентируются другие. Но наше исследование предлагает модифицировать это привычное понятие, ибо мы выясняли, что лидерство мнения действует не только вертикально, сверху вниз, но и горизонтально: в каждой социальной группе есть неформальные лидеры.

7. Но лидерство мнения — это лишь один из механизмов, посредством которых формируются установки группы. Другой механизм мы называем «возникновением [emergence]», или «кристаллизацией» мнения. Социальные ситуации, типичным примером которых может служить политическая кампания, постоянно требуют совершать действия или выражать мнения. И члены группы сталкиваются с этими требованиями даже тогда, когда нет никакого специального человека, на совет которого они могут положиться. Ибо помимо лидерства мнения работают взаимодействия между членами группы, подкрепляющие смутные чувства каждого отдельного индивида. Когда такого рода взаимодействие начинается, кристаллизуется новое распределение выраженных мнений и установок.

В сущности, процесс возникновения мнения — это очередная фаза процесса подкрепления, описанного ранее в пункте 3. Когда установки заранее сформированы, взаимодействие их подкрепляет; пока установки еще не сформированы, взаимодействия кристаллизуют смутные чувства в определенное мнение.

Как возникают [emergence] установки и действия до сих пор обычно изучалось только в ситуациях паники, или в попытках понять «поведение толпы [mob behavior]». Однако те же самые процессы работают во многих других ситуациях, и они не всегда приводят к общественным волнениям или насилию. Они происходят всякий раз, когда на сообщество обрушивается поток пропаганды, когда происходит важное событие или когда предстоит принять какое-то важное групповое решение. Поскольку волнения происходят повсеместно, важно изучать, при каких условиях и каким образом возникают установки и действия.

Интересно, что сформулированные таким образом вопросы о формировании общественного мнения аналогичны проблемам, над которыми экономисты бьются уже много лет. Например, они часто рассматривают стабилизацию уровня цен как функцию от взаимодействий между спросом и предложением множества индивидов. Логически эта ситуация сходна с анализом распределения мнений в группе как результата взаимодействия людей. Ни в одном из этих двух случаев конечный результат нельзя объяснить никакими предыдущими действиями или мнениями людей, взятыми по отдельности. В обоих случаях конечный результат — это функция взаимодействий, побочный продукт которых есть нечто, чего не было прежде.

8. Есть еще один фактор изменения мнения. Похоже, что мнения организуются в относительно стабильную иерархию. В ходе пропагандистской кампании более гибкие мнения адаптируются к мнениям более высоких уровней стабильности. Каждая политическая партия имеет набор доктринальных принципов, которыми она пытается привлечь избирателей. В начале политической кампании довольно много людей дают «республиканские» ответы на одни вопросы и «демократические» — на другие. Но по мере того, как кампания набирает ход, можно наблюдать тенденцию к росту гомогенности в структуре мнений все большего числа людей. Изучая изменения, содержательные темы сообщений можно ранжировать по степени их гибкости. Наиболее стабильно намерение голосовать; установки по более конкретным вопросам, скорее, согласуются с позицией партии. В свою очередь, на уровне конкретики, как представляется, одни вопросы тянут за собой другие. Во время кампании 1940 г., например, мнение о личностях кандидатов было более стабильным, а мнение по конкретным темам, например о роли правительства в экономике, скорее, следовало за оценками кандидатов.

Это лишь некоторые процессы, посредством которых мнения формируются и изменяются. Но их понимание помогло ответить на поставленный ранее вопрос: происходит ли смещение установок в каком-то определенном направлении. Ибо мы выяснили, что причина изменений установки неважна; изменилась ли установка под влиянием перекрестного давления, лидеров мнения, внешних событий или взаимодействий между членами группы, результат изменения будет одинаковым — увеличится согласованность мнений, как на уровне групп, так и на уровне индивидов. По мере того, как эти процессы формируют и изменяют мнения, члены группы начинают замечать, как между ними растет согласие; таким образом, одновременно увеличивается однородность внутри групп и поляризация между группами, о чем мы писали ранее. И соответственно, по мере того, как индивид согласует свои мнения со своей социальной средой, делает выбор под влиянием перекрестных давлений и кристаллизует смутные чувства в определенные мнения, между его частными установками многие противоречия исчезают.

Сделанные обобщения, конечно, уточняют результаты данного исследования, но важно признать их предварительный, пробный характер. Исследования других конкретных ситуаций могут привести к новым обобщениям или указать на необходимость внести изменения в обобщения, изложенные здесь. Нужно помнить о взаимосвязи между конкретным исследованием и типом обобщения, которую мы раскрыли. Эти обобщения суммируют информацию, собранную к настоящему времени, но это не единственная их функция. Они еще выступают ориентирами для новых исследований, поскольку, держа их в голове, мы с самого начала знаем, что искать. Такие обобщения, однако, всегда слишком широки. Содержащиеся в них концепты следует перевести на язык конкретных индикаторов, адаптированных к конкретной ситуации. Систематического прогресса в познании можно достичь только новыми исследованиями и постоянным сопоставлением данных с обобщениями.

Перспективы дальнейших исследований

Есть четыре главных вопроса, которые требуют дальнейшего исследования и уточнения.

Во-первых, мы хотели бы повторить данное исследование в иных политических условиях, чтобы выяснить, как принимаются электоральные решения, когда выборы строятся [не вокруг кандидатов, а] вокруг принципиального выбора пути решения важных проблем? В этой ситуации на мнения влияют те же самые факторы или какие-то другие? Во время недавних президентских кампаний, которые мы изучали в рамках исследовательских проектов 1940 и 1944 гг., было мало принципиальных вопросов, по которым партии могли занимать противоположные позиции. В результате партийная традиция и партийный аппарат стали мощными факторами в принятии электораль-

ных решений. Но мы все отчетливее видим, как Республиканская и Демократическая партии идут к острому конфликту по такой важной проблеме, как трудовое законодательство. В этом случае будущие президентские кампании обеспечат возможность для изучения того, как кристаллизуются установки по конкретным вопросам и как эти установки связаны с влияниями своей группы и традицией голосовать за определенную партию.

Подобную информацию можно получить и при изучении местных выборов. Мы знаем, что в большинстве из них внимание сосредоточено на местных проблемах и что очень часто комбинации интересов временных заинтересованных групп противоречат линии партии. В таких условиях партийная активность снижается. Чтобы сделать электоральный выбор, нужно сначала сформировать свою позицию по важнейшим вопросам местной политики. Поэтому избиратель может быть открыт для убеждения различным источником информации, и процессы, посредством которых он сформирует свой электоральный выбор, могут отличаться от процессов, которые действовали на недавних президентских выборах.

Во-вторых, мы хотели бы узнать больше о чертах личности и социальном происхождении индивидов, которые меняют свои установки. Для этого потребуются детализированные описания кейсов как «перебежчиков», так и «стойких» избирателей. В исследовании округа Эри с «перебежчиками» проводились специальные интервью, но ограниченность в ресурсах не позволила нам изучить этот вопрос, как следует и как мы того хотели бы.

Третья задача касается того, какое место занимают влияния, не охваченные нашим панельным анализом, в совокупном потоке влияний и решений внутри сообщества. Результаты панели часто могут быть поняты только в общем контексте сообщества. Одной из причин ограниченности данного исследования, к примеру, стало то, что мы детально не изучили все сообщество. Только к концу сбора интервью мы узнали от наших респондентов, насколько сильно местный аппарат Республиканской партии влиял на формирование мнений. К тому времени, однако, уже не было возможности изучить политическую ситуацию в достаточной мере.

Сходная недоработка произошла от того, что нам не удалось более тщательно изучить лидеров мнения. Когда участники панели упоминали, что они получили информацию или совет от других лиц, этот факт фиксировался, и определялся общий охват личных влияний. Но попытки взять интервью у самих лидеров мнения не предпринимались.

Это было исправлено в новом исследовании, результаты которого скоро будут опубликованы. Здесь также проект строился вокруг панели респондентов, на сей раз в одном из округов штата Иллинойс. Однако лидеры мнения получили особое внимание: любому, кого упомяну-

ли как человека, повлиявшего на чье-либо мнение, задавали серию специальных вопросов, чтобы определить источники информации, повлиявшие на его мнение. Таким образом, мы смогли получить более четкую картину потока влияний в сообществе. Мы не только рассмотрели его глазами отдельных участников панели, но смогли проследить его по вертикальным и горизонтальным цепочкам взаимного влияния.

Четвертая проблема имеет методологическую природу. Ни преимущества, ни недостатки панельного метода пока еще полностью не исследованы. Как долго можно удерживать панель? Какие темы можно спокойно включать в интервью повторно, а какие темы приведут к смещениям в более поздних интервью? Получим ли мы новое знание, если проанализируем результаты панели с помощью сложных математических методов, разработанных в анализе временных рядов? Как соотносится опыт лабораторных экспериментов по формированию установки с повторными интервью в полевых условиях?

К счастью, у нас есть возможность изучить некоторые из этих вопросов. Комитет по измерению мнений, установок и потребительских запросов, учрежденный Национальным исследовательским советом и Советом по общественным наукам, получил грант от Фонда Рокфеллера на изучение теоретических и прикладных вопросов панельных методов.

Уже на предварительных этапах исследования в округе Эри стало ясно, что метод повторных интервью никоим образом не ограничивается изучением политической пропаганды. Это — общий метод, применимый в исследовании формирования любых установок, которое реализуется в течение некоторого промежутка времени. Например, если мы хотим скорректировать этнические установки, изменить характер потребительских запросов или улучшить взаимопонимание между народами, мы должны делать больше, а не просто описывать установки. Мы должны также изучать, как эти установки формируются и как на них можно влиять. Все это — задачи для динамического социального исследования, пример которого показан в данной работе.

ВВЕДЕНИЕ

Эта книга — отчет о современном политическом поведении американцев, в частности, о процессе формирования электорального решения во время одной президентской кампании. Каждые четыре года страна ставит крупномасштабный эксперимент в области политической пропаганды и общественного мнения. Стимулами выступает все то, что делают две партии ради того, чтобы выбрали именно их кандидатов. А то, что делает народ в ходе этой кампании, видно по его реакциям, описанным и проанализированным в этом отчете.

Нас интересуют все те малейшие условия, которые определяют политическое поведение избирателей. Если кратко, цель такова: рас-

крыть, как и почему люди решили голосовать так, как они проголосовали. Что сильнее всего повлияло на них во время кампании 1940 года? Мы полагаем, что знаем ответы на некоторые вопросы, и мы уверены, что не на все. Подобные исследования ряда основных избирательных кампаний, особенно в сравнении друг с другом, подтверждают верные результаты этого отчета, исправят ошибки и в целом разъяснят и дополнят имеющуюся информацию о детерминантах политического мнения в современной демократии.

Есть несколько способов анализа выборов. До недавнего времени единственный доступный материал по выборам был представлен официальными отчетами итогов голосования. Они были полезны для изучения географического распределения политических взглядов людей и не более того. Затем группа политологов Чикагского университета, ввела то, что можно назвать экологическим анализом электорального поведения. Исследуя отчеты о результатах выборов в небольших районах городов и штатов, по которым были доступны существенные объемы данных (переписи населения), они смогли выделить некоторую степень влияния на голосование таких факторов как религия, происхождение и экономическое положение. Хотя они работали только с агрегированными данными — [и не могли учитывать того, что] например, в «ирландском» районе живут не только ирландцы, — тем не менее, благодаря им мы стали лучше понимать некоторые важнейшие детерминанты электорального выбора.

Затем появились опросы общественного мнения, которые существенно расширили наши знания, связывая политическое мнение с особенностями отдельного избирателя и выявляя электоральные намерения перед самими выборами. Тем самым опросы позволили более точно изучать некоторые детерминанты голосования и до некоторой степени сделали возможным исследовать процесс формирования электорального решения во время политической кампании.

И именно тогда возникла необходимость двигаться дальше. Полностью влияние кампании нельзя исследовать посредством череды опросов каждый раз разных людей. Такие опросы фиксируют лишь, как изменяется большинство, что фактически является остаточным результатом изменений самого разного рода — переходов от или к отсутствию выбора и перемен партийного предпочтения. В данных таких опросов остаются невидны и небольшие нейтрализующие друг друга изменения, и крупные изменения, перекрываемые более мощным противоположным трендом. Но самое главное, они не показывают, *кто именно* изменил решение. Они не отслеживают перемены мнений отдельного избирателя во время принятия электорального решения и не способны выявить, какие факторы повлияли на его окончательное решение.

Коротко говоря, прежде никогда на уровне личности не изучали формирование электоральных решений на протяжении всей поли-

тической кампании — начиная доконвенциональными установками, продолжая реакциями на препоны пропаганды, составляющей собственно саму кампанию, и завершая фактическим голосованием в день выборов. Только благодаря такому исследованию мы можем более достоверно установить степень влияния разных факторов на голосование (и другие политические установки), отличая влияния внешних стимулов от predispositions. В исследовании, разработанном как раз для получения ответов на эти вопросы, была использована технология панельного опроса. Это новый этап развития опросов общественного мнения: повторное интервьюирование одних и тех же людей.

Новый метод исследования

Кратко рассмотрим технический план исследования <...>.

Опрос проводился в округе Эри, штат Огайо, расположенном на берегу озера Эри между городами Кливленд и Толедо. Этот округ был выбран по следующим причинам: он достаточно мал для того, чтобы тщательно отслеживать [работу] интервьюеров; у него почти не было никаких местных особенностей; в нем не было крупного городского центра, но это давало возможность сравнить электоральное поведение в селе и в небольшом городе; во время всех президентских выборов на протяжении 40 лет местные электоральные предпочтения очень мало отклонялись от общеамериканских. Из-за разнообразия жизни в Америке нет такого понятия, как «типичный американский округ». Но не исключено, что округ Эри как-то мог бы репрезентировать малые территории северной и западной частей страны. В любом случае мы изучали, как формируются голоса, а не их распределение.

В мае 1940 каждый четвертый дом в округе Эри посетил представитель команды исследователей, в которую входило от двенадцати до пятнадцати специально обученных местных интервьюеров, в основном женщин. Так было отобрано приблизительно 3000 человек, чтобы как можно точнее репрезентировать население округа. Эта группа — пул избирателей [the poll] — отражала структуру населения округа по возрасту, полу, месту жительства, образованию, наличию телефона и автомобиля и месту рождения.

Из пула избирателей стратифицированным отбором были выделены четыре группы по 600 человек. Все группы были идентичны по составу и являлись выборками, репрезентирующими и пул избирателей, и сам округ. Из этих четырех групп три интервьюировались только один раз: одна в июле, одна в августе, одна в октябре. Они использовались в качестве контрольных групп для проверки эффекта повторного интервьюирования в панели. В то же время они обеспечили более объемную выборку (1200 респондентов) для ответов на различные важные вопросы. У четвертой группы интервью брали каждый месяц с мая по ноябрь.

Выбранная периодичность интервью позволила отобразить все события избирательной кампании. Первые два интервью были сделаны

в мае и июне, до съезда Республиканской партии, во время которого производился первый опрос и первое обращение к участникам панели <...>. Третье интервью состоялось в июле между двумя съездами, четвертое — в августе, после обоих съездов. Еще два опроса были проведены между съездами и днем выборов: последний — в самый канун выборов. Седьмое и заключительное восьмое интервью были взяты в ноябре, вскоре после выборов.

Таким образом, 600 членов панели были под непрерывным наблюдением с мая по ноябрь 1940 г. Если у кого-то в период между интервью позиция менялась, собиралась подробная информация о том, почему это произошло. Респондентам также регулярно задавались вопросы о влиянии на них в ходе пропагандистской кампании различных средств коммуникации — прессы, радио, личных контактов и др. Кроме того, повторные интервью обеспечили доступ к значительному объему информации о личных особенностях каждого респондента: о мировоззрении, политических взглядах, личных чертах, отношениях с другими людьми, мнении о проблемах, связанных с выборами — то есть, обо всем, что могло способствовать пониманию, как формируются политические предпочтения.

Сейчас мы покажем, что дает панельный метод на примере конкретного человека. Этот пример нетипичен, поскольку человек изменял свое решение чаще, чем средний избиратель, однако мы его сознательно выбрали, чтобы показать, как с помощью повторных интервью можно проследить подобные изменения.

Этот молодой человек в мае колебался, за кого голосовать, и в ноябре проголосовал за Рузвельта. Но было бы неправильно думать, что однажды он сразу взял и сделал окончательный выбор. На самом деле он преодолел извилистый путь к выборам. Голосовал он в первый раз, немного проучился в колледже, социальный статус имел «выше среднего». Изначально он думал голосовать за республиканца Р. Тафта, потому что тот был жителем Огайо, однако остановиться на этом выборе мешала склонность к Демократической партии, поскольку «его дед всегда голосовал за демократов». Эта склонность возобладала в июле, когда он объявил, что будет голосовать за Рузвельта в угоду своему деду. Однако в августе из-за несогласия с президентской позицией относительно военного призыва молодой человек выступил в поддержку Уилки, хотя мало что о нем знал. В тот момент его электоральное предпочтение было голосом против военного призыва и против оказываемого Рузвельтом давления в этом вопросе. В то же самое время неодобрение военного призыва он обобщил в неодобрение третьего срока Рузвельта. Еще через месяц он снова изменил позицию: он просто слишком мало знал об Уилки, чтобы стоять за этот выбор, и начал подумывать о том, чтобы не голосовать вовсе. Эта установка сохранилась в последние дни кампании, когда он указывал, что результат выборов не имеет для него никакого

значения. В течение августа и сентября он полагал, что победит Уилки, но позже разуверился в этом, отчасти потому, что аудитория освистала кандидата от Республиканской партии, когда тот появился в кинохронике. Проникшись призывами Уилки принять участие в выборах, молодой человек все-таки проголосовал. Однако его выбор пал на Рузвельта, что объясняется влиянием коллег на литейном заводе. Хроника формирования его решения показывает, какие данные были недоступны до разработки методики повторных интервью.

Коротко говоря, была разработана панель как наиболее эффективный способ получения ответов на следующие важные вопросы: как социальное положение влияет на голосование? какое влияние оказывают партийные съезды и номинации? какую роль играет официальная пропаганда? какую роль играют пресса и радио? в чем выражается влияние семьи и друзей? почему одни определяются с выбором раньше, а другие позже? Короче говоря, как формируются голоса? Почему люди голосуют так, как они голосуют? При помощи логических выводов и прямых отчетов респондентов мы попытаемся показать, какие факторы влияли между маем и ноябрем, чтобы определить исход выборов 5 ноября 1940 года. <...>

Дата поступления: 04.02.2018.

SOTSIOLOGICHESKIY ZHURNAL = SOCIOLOGICAL JOURNAL
2018. VOL. 24. No. 4. P. 154–176. DOI: 10.19181/socjour.2018.24.4.6102

P.F. LAZARSELD

Columbia University, USA.

Paul Felix Lazarsfeld (1901–1976) — a famous American sociologist. He initiated one of the classic American studies of voters' behavior, conducted during the presidential campaign of 1940. This study largely defined the modern guise of electoral studies. Lazarsfeld is considered a pioneer in the field of media research. He influenced modern mass communications theory, survey research, public opinion, and polling.

M.A. ZAVGORODNIAYA

Ulyanovsk State University, Ulyanovsk, Russian Federation.
Email: zmu2707@gmail.com

O.A. OBEREMKO

National Research University — Higher School of Economics,
Moscow, Russian Federation.
Email: ooberemko@hse.ru

**PREFACE AND INTRODUCTION TO THE SECOND EDITION
OF “THE PEOPLE’S CHOICE: HOW THE VOTER MAKES UP HIS MIND
IN A PRESIDENTIAL ELECTION CAMPAIGN”**

Abstract. This translation contains an introduction to the second edition of a book written by Paul Lazarsfeld and his co-authors (*Lazarsfeld P.F., Berelson B., Gaudet H.* The

People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign. 2nd ed. New York: Columbia University Press, 1948.), which became an important benchmark for the development of the methodology of sociological sample surveys, and which marked the emergence of a new method – “panel surveys”. This new method opened up unprecedented opportunities for transitioning from simply registering the public opinion at any given moment, utilizing a series of surveys each time with the participation of new respondents, towards tracking the emergence, shifts and dissociation of certain opinions, ideas and behavior patterns on an individual level. Thereby in contrast to static evaluation a new model had been proposed, “a disciplined and limited kind of dynamic research”, which its authors associated with the long-term development of all social sciences.

Keywords: panel surveys; sample surveys; public opinion; opinion leaders; electoral choice; the methodology of sociological studies; Paul Lazarsfeld.

For citation: Lazarsfeld P.F. Preface and Introduction to the Second Edition of “The People’s Choice: How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Election Campaign” / Transl. from Eng. by M.A. Zavgorodniaya; Ed. by O.A. Oberemko. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2018. Vol. 24. No. 4. P. 154–176. DOI: 10.19181/socjour.2018.24.4.6102

Received: 04.02.2018.
