

ГЭЛЛАПОВСКОЕ НАСЛЕДИЕ: ПРОШЛОЕ И НАСТОЯЩЕЕ ОДНОГО ИЗ НАИБОЛЕЕ ИЗВЕСТНЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИНДЕКСОВ

(Статья первая)

Борис Докторов,
профессор, доктор философских наук,
независимый исследователь,
с 1994 года живет в США .
bdoktorov@worldnet.att.net

Журнал «Телескоп» предоставил мне идеальные условия для публикации серии статей о Джордже Гэллапе, столетний юбилей которого приходится на 18 ноября 2001 года. Искренне благодарен за эту возможность редколлегии журнала и прежде всего его издателю и редактору Михаилу Илле.

Считаю своим приятным долгом выразить глубокую благодарность д.ф.н. Борису Фирсову (Европейский Университет в Петербурге) за ценные советы, высказанные им после прочтения рукописи статьи.

Огромную благодарность я выражаю Dee Dawson (The Wagnalls Memorial Library), профессору Melvin Holli (University of Illinois at Chicago) и Dr. Ronald Marmarelli (Central Michigan University), оказавшим мне щедрую помощь в получении редкой информации, частично анализируемой ниже.

1. Введение

Тема настоящей статьи вызвана двумя обстоятельствами: внутренней логикой исторического исследования творчества Джорджа Гэллапа¹ (George Gallup, 1901-1984) и трагическими событиями сегодняшнего дня - актом терроризма против Америки, унесшего тысячи жизней и поставившего мир перед решением сложнейших проблем.

Гэллапу принадлежит огромная заслуга в разработке системы мониторинга отношения населения Америки к президентской власти и к деятельности президента. Это нашло отражение не только в серии его блистательных прогнозов исхода электоральных кампаний, но также в принципиальных изменениях политической жизни страны, деятельности средств массовой информации и всей системы политических установок населения Америки. Таким образом, изучение наследия Гэллапа обязательно должно включать в себя анализ его подходов к зондажу отношения американцев к их президентам.

Тема, объединяющая в себе методологические и технологические проблемы изуче-

ния отношения населения Америки к президенту, - огромна; она коренится в сути государственно-политического устройства Америки, а ее история должна быть прослежена по крайней мере с начала 19 века. В первой половине 1930-х электоральная тематика как часть общей проблемы развития демократии в стране оказалась в поле зрения Гэллапа, и с тех пор важность этой темы возросла многократно. Хотя в обозначенной теме явно присутствуют актуальные мотивы, она все же скорее имеет академическую, историко-методологическую (и в этом отношении - вневременную) природу.

Однако террористическая атака на Нью-Йорк и Вашингтон, произошедшая 11 сентября 2000 года, вновь доказала условность, часто искусственность противопоставления прошлого и настоящего, «большой» науки и ее прикладных разделов, социологического знания и политологических конструкций.

С начала февраля 2001 и до завершения первой десятидневки сентября индекс одобрения деятельности Джорджа Буша-младшего как президента Америки варьировал в узком интервале от 51% до 63% со средним значением 56%. К 15 сентября значение индекса подпрыгнуло до 86%, а еще через неделю достигло 90%. Это рекордное значение показателя поддержки населением страны президента за почти 60 лет наблюдений динамики индекса одобрения.

Произошло слияние двух ветвей единой истории: сегодняшней истории общества и давней истории опросов общественного мнения. С одной стороны, понимание характера поведения рейтинга Д. Буша-младшего в возникшей критической для Америки точке развития потребовало его сравнения с динамикой рейтингов предыдущих американских президентов. С другой, - инструмент измерения общественных установок, изобретенный Гэллапом и используемый уже несколькими поколениями поллстеров, никогда не «работал» в столь сложной общественной ситуации. И

только в рамках историко-методологического анализа можно будет углубить знания о степени валидности этого инструмента, его способности к мониторингу процессов, происходящих в сознании миллионов американцев и выражающихся, в частности, в их оценках деятельности президента.

Статья включает в себя два основных сюжета.

Первый - долгая история анализа электоральных установок. Многолетние *преднаучные* поиски стали отправными для гэллаповских исследований отношения американцев к президенту. Обсуждая практику изучения электоральных установок в Америке, в любом случае следовало бы обратиться к рассмотрению прошлого. Тем более это необходимо при изучении гэллаповского наследия. Гэллап, возможно, как никто другой из американских социальных исследователей, был социально и профессионально связан с историей страны, и прошлое Америки всегда было существенной частью его творческой философии. Гэллаповский - еще юношеский - лозунг: «Будь радикальным!» никогда не имел разрушительной направленности, в своем творчестве он развивал прошлое. Видимо эту черту стиля деятельности Гэллапа точно подметил П. Сипионе, обратившись к нему со словами: «Вы в действительности в той же мере историк, что и исследователь». Реакция Гэллапа была таковой: «Нет. В большей мере я - репортер. Я сообщаю о том, что граждане Америки думают и что чувствуют».

Второй сюжет статьи - это рассмотрение системы гэллаповских шагов, итогом которых стала формулировка его *классического* вопроса об отношении населения к президенту Америки в годы, свободные от выборов. Речь идет о вопросе: «Вы одобряете или не одобряете то, как (имя президента) выполняет свою работу президента?» (Do you approve or disapprove of the way ... is handling his job as president?). Процентная доля «одобряющих» является социологическим *индексом* отношения к деятельности президента. Долгие годы использования этого индекса сделали его «частью неписанной американской конституции».³

Указанный вопрос - это результат всей истории развития электоральных опросов в Америке. Его «жизнь» - это яркая иллюстрация непрерывности более чем полуторовекового процесса анализа отношения американцев к президенту.

Дж. Эдварде и А. Гэллап называют данный вопрос «самым часто задаваемым вопросом в истории опросов».⁴ По оценкам К.

Боумен, вопрос задавался 119 раз в период двух президентских сроков Д.Эйзенхауэра и 135 раз - в восьмилетнюю эпоху Рейгана. Б. Клинтон опережает всех президентов Америки по числу опросов, в которых оценивалась его работа. На официальном сайте Института Гэллапа приведены результаты 229 опросов, в которых названный вопрос использовался при изучении мнений американцев о деятельности Клинтона.

Методология исследований многолетней динамики показателей, используемых в опросах общественного мнения, стала разрабатываться только в последнее время. Причина - очевидна; в прошлом изучение динамики показателей не могло осуществляться уже просто в силу отсутствия необходимого эмпирического материала. В значительной степени именно ряды наблюдений Гэллапа дали возможность ученым перейти от рассмотрения «срезов» общественного мнения к глубинному изучению изменчивости общественного мнения и других фракций общественного сознания. Гэллап, по нашему глубокому убеждению, является одним из основателей нового направления в социологии - исследование массового сознания как процесс.

2. Из истории американских электоральных опросов

1936 год, когда Гэллап, А. Кроссли и Э. Ропер предсказали победу Ф.Рузвельта на президентских выборах, считается временем рождения научных опросов общественного мнения. Предложенная ими технология опросов населения, сменила господствовавшую в первой трети 20 века методику почтовых электоральных зондажей, применявшуюся журналом «Литерари Дайджест» (*Literary Digest*). Однако следует четко представлять, что история изучения и публичного обсуждения мнений населения Америки и избирателей имеет значительно более глубокие корни.

Когда Америка была еще небольшой и малонаселенной страной, «городское собрание» (the town meeting) фактически являлось местом выработки и выражения общественного мнения по важнейшим проблемам, волновавшим первых переселенцев.

Первый президент Америки Д. Вашингтон был избран в 1789 году; Д. Буш-младший, победивший в выборной кампании 2000 года, является 43 главой государства. Принимая во внимание глубину и регулярность изучения электоральных установок, качество получаемой в ходе опросов информации и другие параметры практики зондирования общественного мнения, весь период исто-

рии американских президентских выборов можно разделить на три этапа.

Первый этап: 1789-1824 годы Возникновение в Америке политических, социальных и информационных предпосылок для начала зондирования мнений избирателей. Состоялись первые соломенные опросы.

Второй этап: 1825 -1936 годы. Период проведения соломенных опросов электората. Внутри этого этапа выделяются две фазы. Первая - продолжительностью почти в сто лет - это эпизодические, локальные соломенные опросы, проводившиеся по небольшим выборкам. Начало второй фазы датируется 1916 годом, когда журнал «Литерари Дайджест» приступил к своим грандиозным электоральным опросам.

Третий этап: 1936 - настоящее время. 1948 год, когда основатели новой опросной технологии ошиблись в их прогнозах исхода президентской кампании, делит этот этап на два периода. Первый, «романтический», был окрашен эйфорией грандиозного успеха 1936 года и не свободен от иллюзий относительно всемогущества найденных приемов опроса населения. Второй - период постепенного осознания реальных возможностей различных опросных технологий и поиска оптимальных исследовательских стратегий.

Итак, с момента, когда Америка выбрала первого президента, до последних президентских выборов прошло более двух веков (212 лет). Из них: если иметь в виду известные науке факты, 35 лет (или одна шестая указанного периода) страна «жила» без электоральных опросов, ПО лет (половина всего этого времени) - проводились соломенные опросы и, наконец, уже 65 лет (около трети истории американской президентской власти) длится время научных электоральных опросов.

Первые два периода вместе образуют **предысторию** конструирования и использования различных показателей отношения американцев к президенту страны. До начала 1930-х, существовавшее в обществе стремление знать, как оно относится к главе государства, не могло трансформироваться в проблему, могущую иметь теоретико-эмпирическое решение. Однако позже накапливавшийся и обобщавшийся в течение первых почти 150 лет американского президентства опыт изучения общественного мнения и его учета в политике, в частности, при проведении избирательных кампаний, нашел отражение в разработке рядом поколений исследователей эмпирических индикаторов отношения к президенту. Гэллуп заложил основу индустриального мониторинга отношения населения к президенту, а разработанный

им измерительный инструмент (шкала, индекс) является уникальным изобретением. В неизменном виде он используется почти 60 лет.

Конструирование Гэллапом и использование им и его последователями индекса «одобрения» является единым процессом, внутри которого естественно обозначить два этапа. Первый - создание шкалы - охватывает десять лет: с осени 1935 года до лета 1945 года. Второй - стартовал сразу после завершения первого и продолжается сегодня. В настоящей статье кратко рассматривается лишь содержание первого этапа. В следующей - будут анализироваться некоторые эпизоды из более, чем полувековой «биографии» индекса одобрения.

3. Из предыстории: 1789 - 1824 гг. Первый proto-соломенный опрос

Выделенная треть века была периодом зарождения и оформления американской президентской системы, временем формирования философии демократии и рынка и оформления взглядов общества - в первую очередь, элиты - на роль различных институтов власти. Одной из центральных тем всего этого комплекса сложнейших правовых, философских и морально-этических проблем был вопрос о правах человека и его отношении к государству.

Отмеченный исторический период был также годами становления американской прессы, выработки механизмов ее деятельности, эмпирическим определением ее возможностей и ее роли в социально-политической жизни государства и общества. При этом следует помнить, что американская пресса старше президентской системы власти, она возникла до того, как страна стала независимой. Первая американская газета *Publick Occurrences*, правда, прекратившая свое существование сразу после сигнального выпуска, датируется 25 сентября 1690.⁶

В конце 17-го и в 18-ом веках в Америке существовали poll books (poll lists или просто polls) - особый вид регистрационного документа, в котором записывали участников выборов и то, как они голосовали. Никаких бюллетеней и тайны голосования тогда не было. Кандидаты имели друзей, доверенных лиц, наблюдавших за верностью заполнения poll books. Исследователи отмечают, что «с самых ранних дней Республики политики искали пути для предсказания - и формирования (to shape) - результатов голосований».⁷

Т. Смит, автор обстоятельного анализа истории первого из известных электоральных опросов, называет три главные причины возникновения опросов в Америке: демократиза-

ция общества, стремление к усилению центральной власти и стремление к получению количественного прогноза итогов голосований. Он отмечает, что различные заинтересованные группы приступили к оценке перспектив выборов 1824 года в самом начале президентского срока Джеймса Монро, т.е. весной 1821 года.⁸ Тем не менее, в 1824 году, когда его полномочия истекли, оставалось множество вопросов о новом президенте. Претендентов было много, прогнозы были разными, и это стало импульсом к проведению опроса избирателей.

В классической гэллаповской книге «Пульс демократии» указаны два первых исторически зафиксированных опроса, проведенных в 1824 году. 24 июля газета *The Harrisburg Pennsylvanian* опубликовала результаты опроса жителей городка Wilmington (штат Делавер) и зафиксировала лидерство Эндрю Джексона (335 голосов потенциальных избирателей), значительно опередившего Джона Адамса (169 голосов) и других кандидатов. В августе того же года газета *The Raleigh Star* сообщала об итогах опроса в Северной Каролине: из 4256 респондентов большинство (3428) готово было проголосовать за Джексона (3428), а вторым вновь был Адамс (470). Действительно, в этом штате на выборах победа была за Джексоном.

В 1824 году использовались четыре метода сбора информации: опрос участников различных собраний, не связанных с выборами президента; опрос участников дискуссий, для изучения электоральных установок (видимо, что-то типа современных фокус-групп); анализ ответов на вопросы, отпечатанные на бланках, распространявшихся в людных местах; опрос избирателей, участвовавших в выборах в местные органы власти. Опросы 1824 года проводились сторонниками партий и простыми гражданами и вызвали огромный интерес со стороны журналистов и населения.

Опросы 1824 года и те, которые проводились в течение следующих десятилетий, Т. Смит характеризует термином «прото-соломенные опросы» (proto-straw polls). Автор не определяет этого типа зондирования электоральных установок, а ограничивается замечанием: «...эти прото-соломенные опросы отличались существенно от более поздних соломенных опросов, проводившихся в девятнадцатом веке и начале двадцатого века газетами и журналами». Тем не менее, идея периодизации и типологизации соломенных опросов представляется плодотворной.

В настоящей статье не будут разделяться прото-соломенные и собственно соломенные опросы. Просуммируем вышесказанное так: зондажи мнений избирателей в 1824 году открыли долгий период «соломенных опросов» электората. Проводились ли они раньше? Т. Смит полагает, что определенные формы выявления мнений существовали и ранее, но большей определенности в этом вопросе пока нет.

4. Из предыстории: 1824 - 1916 гг.

Становление эры соломенных опросов

Согласно компетентному изданию *New Political Dictionary*, автором термина «соломенные опросы» (straw polls) является известный английский юрист, политик и ученый, один из наиболее эрудированных людей своего времени Джон Селден (John Selden, 1584-1654). Он писал: «возьмите солому и подбросьте ее в воздух - вы сможете увидеть, куда дует ветер».

Трудно сказать, когда этот термин стал распространяться на электоральные опросы, т.е. на определение направления политических ветров, но уже в 1866 году газета *The Cleveland Leader* писала: «соломенный опрос, проведенный вчера в поезде, показал...».

Начиная со второй половины 20 века, прилагательное «соломенный» применительно к опросу получил негативный смысл. Однако было бы ошибкой лишь критически относиться к опросам, проводившимся в 19 веке и в первой трети недавно завершившегося столетия. Те далеко несовершенные опросы выполняли свои важные социальные и культурные функции, кроме того они стали отправными для развития «научных» приемов изучения общественного мнения. Кратко поясним сказанное.

Соломенные опросы - их проведение, публикация результатов, их обсуждение в прессе и избирателями - вырабатывали в обществе, среди политиков и в наиболее подготовленных группах населения потребность в подобной социальной информации. Складывалась традиция, становилось нормой то, что в преддверии выборов - общенациональных и локальных - газеты публиковали результаты опросов.

Пресса быстро обнаружила в соломенных опросах не только информационный и пропагандистский, точнее сказать «пиаровский» аспект, но и их прикладную составляющую, т.е. возможность учета результатов анализа мнений при принятии решений. К. Франкович точно выделила эту функцию самых ранних зондажей мнений населения. Она пишет, что еще в мае 1824 года газета the

American Watchman and Delaware Advertiser сообщала: «Мы должны рекомендовать нашим уважаемым гражданам присоединиться к этому новому стилю (БД: опросы) выявления мнений населения. Пусть политические менеджеры в Вашингтоне и в других местах знают волю людей и, если это не решает проблему, дать людям знать об этом».¹⁰

К. Франкович указывает еще на одну роль опросов начала 19 века. В то время далеко не все имели право прямого голосования, и потому опросы показывали, за кого люди голосовали бы, если бы они обладали таким правом.

Наконец, соломенные опросы было своего рода лабораторией и полигоном для конструирования и испытания опросных методов. Как ни элементарны и тривиальны не были приемы комплектования выборок, проведения опроса и анализа полученных данных, коллективный методический опыт накапливался и процедурная часть совершенствовалась. Так, уже на рубеже 20-х - 30-х, американский поллстер Эмил Харья (Emil Hurja, 1892-1953) применял статистические методы «взвешивания» результатов нерепрезентативных соломенных опросов и точно прогнозировал исходы выборов.¹¹

Нам не известны итоги обстоятельных политических или историко-методологических исследований соломенных опросов, которые позволили бы рассмотреть их методику и результаты в соотношении с состоявшимися в XIX - первой трети XX века электоральными кампаниями. Но некоторые общие характеристики подготовки и проведения опросов и отдельные результаты могут быть названы.

К. Робинсон, один из пионеров научных опросов и автор часто цитируемых работ по истории соломенных зондажей, описывал их следующим образом. В основном соломенные опросы проводились редакциями газет. К сбору данных привлекались журналисты, загруженные своей основной работой и мало знакомые с техникой выборки. Акцент скорее делался на сборе относительно большого числа заполненных документов, чем на построении небольших репрезентативных выборок. Часто опросные документы печатались непосредственно на страницах газет или раскладывались в активно посещаемых магазинах. Обычно возврат растягивался на несколько недель, и потому не было возможности зафиксировать динамику, изменение электоральных установок.¹²

Опросы 1824 года, проведенные в период первого соперничества Адамса и Джексона за место в Белом Доме, хорошо известны

специалистам. Но недавняя публикация С. Кернелла о прогнозировании исхода президентских выборов в штате Огайо в 1828 году, когда основными конкурентами снова были эти же политики, на наш взгляд, - открытие в области политических наук, социологии и истории анализа общественного мнения.¹³

Многие очевидцы событий 1824 года, считали, и с ними согласны некоторые современные историки, что тогда выборы были «украдены» у Джексона: он получил значительно большее число голосов избирателей, чем Адаме, ставший Президентом.

Выборы в Огайо в 1828 году были крайне важны; в силу ряда обстоятельств их рассматривали в качестве одного из ключевых моментов всей избирательной кампании. Принимая во внимание итоги голосований 1824 года и расклад политических сил в стране, можно было предположить, что Джексон будет первым на выборах в штате, некоторые предсказывали ему убедительную победу. Но уверенности не было. Политическая обстановка в стране, коррупция в высших эшелонах власти, рост населения Огайо, изменения в административном строении штата и другие факторы усложняли ведение избирательной кампании и затрудняли формирование прогноза ее результата.

К тому же, выражаясь современным языком, избирательная кампания в Огайо была «грязной». Демократы распространяли слух о том, что жена действовавшего президента Адамса занималась проституцией в Москве, когда тот был послом Америки в России (1809 - 1814 гг.). Республиканцы действовали в том же ключе. Р.Ремини, автор многих книг по истории президентства Джексона, приводит следующую выдержку из прореспубликанского издания *National Journal* (1828, сентябрь 4): «Мать генерала Джексона была общественной проституткой, которую в Америку привезли британские солдаты. В последствии она вышла замуж за мулата, родила нескольких детей, из которых генерал Джексон был старшим».¹⁴

Для того, чтобы уменьшить сомнения в исходе выборов, штаб избирательной кампании Джексона провел специальное исследование прогнозного характера. Согласно отчету, опубликованному 9 июля 1828 года в газете в *The U.S. Telegraph*, их кандидат имел все шансы на победу в штате. Прогнозировалась победа Джексона с 52,7% голосов избирателей, а итог голосования был - 51,5%. Даже по современным канонам - более, чем превосходный результат для предэлекторальных исследований. Сверх того подтвердились прогнозы от-

носителем победителя в девяти избирательных округах штата из десяти.

Прогноз опирался на итоги голосований в 1824 году. В каждом избирательном округе наблюдатели в течении нескольких месяцев анализировали прессу и проходившие предвыборные дискуссии, беседовали с потенциальными избирателями, по-своему осуществляя мониторинг местного общественного мнения, и делали выводы относительно того, каким будет исход грядущих выборов в сравнении с 1824 годом. В штабе избирательной кампании вся эта информация обобщалась и строился итоговый прогноз.

Таким образом, уже в первой трети 19 века американское общество, политики и граждане, кандидаты и их избирательные команды испытывали потребность в информации об электоральных установках населения. В целом соломенные опросы с самого начала были частью высоко конкурентного, жесткого мира политики и бизнеса, и их итоги обсуждались с тем же жаром и с той же степенью общественной включенности, какие наблюдаются в начале 21 века.

С. Хербст отмечает, что «соломенные опросы проводились, начиная с 1820-х, но стали очень популярными в середине 19 века».¹⁵ Много различных типов соломенных опросов было выполнено в 1860 году во время избирательной кампании Линкольна. Вторая половина 19 века отчасти была эпохой «народных» опросов (people's или citizen's polls). Весьма распространенными были опросы в поездах, их проводили журналисты во время своих деловых поездок и простые граждане, активно вовлеченные в избирательные кампании.

В 1883 году ветеран Гражданской войны, политик генерал Чарлз Тейлор (Charles H. Taylor), редактор известной *Boston Globe*, предложил новый по тому времени прием сбора информации для уточнения финального прогноза исхода выборов. В день, предшествующий выборам, он направлял в тщательно отобранные избирательные округа своих наблюдателей, и на основе их сообщений делалось заключение об итогах выборов в штате.¹⁶

Партии призывали армии волонтеров для проведения гигантских «переписей» избирателей. В 1892 году каждая из партий провела в графствах Среднего Запада по крайней мере один зондаж, чтобы иметь необходимую статистику для оценки собственных перспектив и планирования деятельности.

К концу 19 века соломенные опросы стали обыденностью политической жизни Америки.

5. Из предистории: 1916-1936 гг. 20 лет триумфа «Литерари Дайджест»

Вершиной практики проведения соломенных зондажей электоральных установок является серия почтовых опросов журнала «Литерари Дайджест», осуществленных в первой трети прошлого века.

Даже в американской литературе приходится встречаться с упрощенным взглядом на опросы Дайджеста, что в значительной степени вызвано недооценкой роли журнала в развитии американской культуры начала прошлого века. Обычно анализ тех соломенных опросов сводится к критике использованной технологии, следствием которой была ошибка в прогнозировании исхода президентских выборов 1936 года. Однако упускается из рассмотрения и недооценивается факт осуществления Дайджестом серии верных прогнозов.

Сегодня сложно до конца понять глубину недоумения, шок, пережитые в 1936 году огромным числом американцев, узнавших об ошибочности прогноза Литерари Дайджест относительно победителя президентских выборов. Читатели доверяли журналу, для многих из них авторитет издания и верность использованной им технологии изучения мнений были вне сомнений.

Создателем Дайджеста был преподаватель Исаак Фанк (Rev. Isaac Kauffman Funk, 1839 - 1912),¹⁷ родившийся в Америке, получивший там теологическое образование и долгие годы проработавший в лютеранских церквях страны. В начале 70-х он начал издавать и распространять религиозную литературу. Постепенно расширяя свой бизнес, он приступил к изданию светской литературы. В 1891 году он и его друг по колледжу, юрист и бывший лютеранский священник Адам Уогнеллз (Adam Willis Wagnalls, 1843-1924), создали фирму *Funk & Wagnalls*. Фирма успешно издавала книги по английскому языку, дешевые варианты энциклопедий. Тысячи иммигрантов начинали освоение языка и новой для них культуры с книг этих «просветителей».

«Литерари Дайджест» был основан в 1890 году и являлся одним из изданий, относившихся к классу массовых журналов. В значительной мере еженедельник ориентировался на педагогов и священников. В нем они находили сведения о новейших идеях и исследованиях, о которых сообщали периодические издания всего мира.

Вилфред Фанк (Wilfred John Funk, 1883-1965), сын главы фирмы, выпускник Принстона тоже работал в *Funk & Wagnalls*; сначала - директором отдела образования, по-

сле смерти отца - секретарем компании, затем - вице - президентом, и в 1925 году он занял президентское кресло.¹⁸

Соломенные опросы, включавшие в себя рассылку миллионов почтовых карточек, Дайджест начал в 1916 году. Кто мог быть инициатором и мотором этого грандиозного проекта? Несомненно, в силу высокой стоимости и трудоемкости общенациональных опросов, решение об их проведении могло быть принято только «первым» лицом компании. После смерти И. Фанка это был Уогнеллз, а после 1925 года - В. Фанк. Так что в любом случае эти два человека занимают достойное место в истории становления исследований общественного мнения в Америке. Однако предпосылки к проведению опросов были созданы значительно раньше. В 1895 с исследовательской и коммуникационной целями Дайджест приступил к сбору карточек имен перспективных подписчиков. В этом начинании, можно предположить, проявилась деловая хватка Фанка-отца, которого за его энергию называли «паровой машиной».

В 1916 году журнал просил своих подписчиков из пяти штатов: Иллинойса, Индиана, Нью-Джерси, Нью-Йорка и Огайо ответить, кто имел больше шансов победить в начинавшейся президентской кампании: действовавший президент демократ В. Вилсон или его соперник - республиканец Ч. Хаджес. Прогноз Дайджеста был верным, хотя в том году Вилсон (49,2% голосов избирателей и 277 - выборщиков), относительно скромно «переиграл» республиканца (46,1% и 254, соответственно).

В 1920 году электоральные опросы проводились в тех же штатах, что и в 1916 году, и дополнительно - в Калифорнии. Прогноз был верен, но, видимо, его построение не было сложной задачей: республиканец Хардинг (60,3% голосов избирателей и 404 выборщика) значительно опередил демократа Коха (34,1% и 127).

В 1924 году журнал отправил 16,5 млн. карточек: прогноз был благоприятным для республиканца Кулиджа (54% и 382 выборщика), который и победил на выборах демократа Дэвиса (28,8% и 136). Прогноз «обещал» победителю всего на 5% больше.

В 1928 году опросные карточки Дайджеста получили 18 млн. владельцев телефонов и автомобилей: ответы респондентов вывели в лидеры республиканца Хувера (63,2%). Он победил с меньшим числом голосов (58,2%), тем не менее журнал вновь доказал состоятельность своих прогнозов.

Классическое исследование методики и результатов опросов «Литерари Дайджест», проведенное в 1930 году В. Виллкоксом, показало, что возврат почтовых карточек был невысоким (от 9,1% в 1922 году до 23,8% - в опросе 1930 года) и финальная выборка явно не репрезентировала население страны. Тем не менее журнал не менял своей технологии зондажей.

3 сентября 1932 года журнал сообщал: «На двадцати миллионах конвертов вручную написаны адреса. Двадцать миллионов опросных бюллетеней отпечатаны. Двадцать миллионов писем подготовлены, сложены и вложены в конверты». Статья завершалась словами: «Вновь Дайджест запускает в движение огромную опросную машину, которая достигла выдающихся результатов «мистической точности» в 1924 и 1928 годах».²⁰

Прогноз 1932 года вошел в историю как фантастический. 5 ноября 1932 года журнал сообщал, что губернатор Рузвельт набрал 55,99% и заручился поддержкой 474 выборщиков.²¹ Официальная статистика показывает: 57,4% голосов и 472 выборщика.

6. 1936 год. Фиаско «Литерари Дайджест» и начало истории научных опросов

22 августа 1936 года, накануне новых электоральных зондажей, в редакционной статье журнала говорилось: «Опрос Дайджеста все еще является Библией миллионов».²²

Журнал испытывал финансовые трудности, и, в значительной мере используя старые адреса, разослал 10 млн. карточек. Почти 2,4 млн. - вернулось заполненными.

Первая публикация, состоявшаяся 5 сентября, сразу же вывела в лидеры республиканца Ландона - 16056 голосов; Рузвельт заметно отставал (7645). Публикации продолжали сообщать американцам о благоприятных шансах Ландона: через три недели после начала опроса Ландон имел свыше 61 тысячи «за», а Рузвельт - 33423. К моменту, когда вернулось 250000 карточек, Ландон поддерживался 153 тысячи респондентов, Рузвельт - чуть менее 89 тыс., а третий кандидат - Лемке набрал несколько более 10 тыс. голосов. 19 сентября Дайджест писал, что итог президентской лотереи 1936 года становится все более очевидным. Через неделю публикация об опросе вышла под заголовком «Полмиллиона голосует в «Дайджест»-опросе». Сообщалось: Ландон - 293972, Рузвельт - 185495.²³ Через месяц, после обработки 2158739 карточек, журнал предсказывал победу Ландона в 32 штатах с общей долей голосов - 54,8%, а перспективы Рузвельта оценивались значительно скромнее:

40,7% голосов избирателей и поддержка 16 штатов.²⁴

Пришло время финальной публикации. «Литерари Дайджест» прогнозировал победу Ландона в 32 штатах, 54% голосов избирателей и 370 голосов выборщиков.

5 ноября стали известны официальные итоги голосований: Рузвельт - 60,8% электоральных голосов и 523 выборщика. Ландон имел в своем активе лишь 8 выборщиков от двух небольших штатов: Мэйн и Вермонт.

Причин фиаско Дайджеста рассмотрены во многих исследованиях. Отмечается серьезный перекося в структуре исходной выборки, низкий возврат, неспособность опросной технологии зафиксировать динамику мнений электората, грубость анализа информации, не учитывавшего «перекося» выборки.

Ошибка в прогнозе исхода президентских выборов 1936 года была самой «громкой», но не единственной и, видимо, не самой главной причиной прекращения деятельности Дайджеста. Объективно все двигалось в эту сторону. Журналистику и технологию электоральных опросов, которые тогда скорее были частью журналистики, чем разделом социологии и политических наук, начало определять поколение образованных и деятельных людей, родившихся на рубеже 19 и 20 веков. В 1936 году изменилась *технологическая* составляющая исследований общественного мнения в Америке. На смену «соломенным» опросам пришли «научные». Но это было лишь началом более крупных, принципиальных изменений во всей системе анализа общественного мнения. Возникали новые функции общественного мнения, вырабатывались новые цели его мониторинга, создавались новые приемы и методы его измерения.

Могло ли все это произойти до 1936 года? Исторический анализ дает отрицательный ответ. Могло ли позже? Безусловно.

Соломенные опросы Дайджеста неоднократно давали верный прогноз, и случай мог распорядиться так, что и в 1936 году прогноз журнала оказался бы верным или слегка ошибочным. В 1936 году голосование подтвердило прогноз Гэллапа, Кроссли и Ропера, использовавших новую технологию опроса, но их (или кого-либо из них) предсказания могли бы и не осуществиться. Ведь такое произошло в 1948 году.

Почему в 1936 году Дайджест начал опрос, ведь было известно, что использовавшийся метод сбора информации имел коренные недостатки и лишь *случайно* мог дать верный результат. Влияние гипноза предыдущих

успехов? Непонимание природы выборочных методов? Неспособность понять выводы статистиков, доказывавших ложность технологии Дайджеста? Надежда на то, что успех поправит финансовые дела журнала? Кто ответственней за подобное бизнес-решение?

Во главе журнала стоял В. Фанк, и именно он опубликовал возмущенное письмо в ответ на публикацию 12 июля 1936 года Гэллапа, утверждавшего еще до того, как Дайджест начал свой опрос, что прогноз будет неверным: «Никогда прежде никто не прогнозировал результат нашего опроса до того, как он начался... Нашему уважаемому другу статистику (Джорджу Гэллапу) следовало бы напомнить, что Дайджест будет проводить свой опрос с использованием тех же давно испытанных методов, которые приводили к точным прогнозам в 100 процентах случаев». Но, возможно, голос Фанка не был основным при принятии решения об опросе.

Роналд Мармарелли, изучавший опросы Литерари Дайджест, в начале 1981 года направил письмо сыну В. Фанка - Питеру Фанку с просьбой уточнить некоторые детали организации опроса в 1936 году. Ответ был получен, но его содержание не публиковалось. Р. Мармарелли прислал мне копию этого письма, и я отправил П. Фанку запрос относительно возможности публикации текста. П. Фанк, являющийся как и его дед священником Епископальной Церкви, филологом и автором многих книг, любезно разрешил публикацию его письма доктору Мармарелли.

Для нас важны следующие положения этого письма от 16 марта 1981 года. В действительности В. Фанк в 1936 году был титульным главой Дайджеста. На проведении опроса настаивал R.J.Guddihy, владевший контрольным пакетом акций журнала. По мнению В.Фанка, ориентация на владельцев телефонов вела к серьезной ошибке в выборке из-за ее перекося в сторону относительно состоятельных людей, в основном голосовавших за Ландона. Частным образом В. Фанк предсказывал скольжение голосов в пользу Рузвельта. Автор письма говорит об отце: «Забавная ирония заключается в том, что он не голосовал за Ландона». Отмечается также, что Фанк предпринимал ряд шагов в направлении спасения Литерари Дайджеста. Но они блокировались решениями мистера Guddihy, «бывшего антитезисом понятию знающий издатель».

Соломенные опросы, просуществовали в Америке свыше 100 лет, и объективно они должны были быть заменены научными технологиями. Именно это и свершилось в 1936 году.

Для Гэллапа слово «научные» применительно к его опросам было существенным и сущностным. Он писал: «Если наша работа не является научной, то никто в области социальной науки - и совсем немногие из работающих в естественных науках, - имеют право использовать это слово».²⁶ Согласно Гэллапу, придерживавшиеся иной точки зрения, «не понимали природы новой науки измерения общественного мнения».²⁷

7. Разработка индекса «одобрения»: 1935-1945 гг.

В 1972 году началась и продолжается уже многие годы публикация вопросов, использованных Институтом Гэллапа. Это фундаментальное издание является информацион-²⁸ной базой настоящего раздела.

Уже в первом опросе, проведенном 10-15 сентября 1935 года, Гэллапом была обозначена тема отношения к действовавшему президенту. «Спаренный» вопрос №2 имел формулировку: «Вы голосовали за Франклина Рузвельта в 1932 году? Голосовали бы Вы за него сегодня?» В зондаже, осуществленном 9-14 ноября, ретроспективная часть вопроса отсутствовала, но установка на готовность проголосовать за Рузвельта «сегодня» вновь измерялась. Видимо, этот вопрос представлялся Гэллапу и газетам, публиковавшим результаты опросов, интересным и важным. Во всяком случае в середине декабря того же года, он был повторен третий раз.

Наступил 1936 год; регулярное тестирование установок электората и сделанные выводы о победе Рузвельта стали звездным часом в судьбе Гэллапа. Это все описано во многих книгах и статьях, и на этом факте его жизни и творчества можно не останавливаться. Для нас важнее подчеркнуть то, что социально-политические реалии страны поставили Гэллапа перед необходимостью осознания новой задачи и поисков ее решения. Ранее, в силу различных политических, социокультурных, научно-организационных и прочих обстоятельств никто *регулярно* не анализировал отношение населения к президенту в годы, *свободные* от выборов, даже для «Литерари Дайджест» эта задача была не под силу; ограничения проистекали из-за громоздкости и дороговизны опросной технологии.

Однако эпизодически Дайджест измерял отношение американцев к текущей деятельности Рузвельта. Первый подобный опрос состоялся в марте-апреле 1934 года, и исходная выборка включала в себя 15 млн. адресов. Второй - по тем же адресам - проводился в августе-сентябре того же года.²⁹ 16 ноября

1935 года в статье «Дайджест вновь опрашивает нацию о Новом Курсе», читателям сообщалось о планируемом опросе. Отмечалось, что до новых выборов было еще далеко, и потому не было необходимости выяснять электоральные установки. Но следовало оценить популярность политики Рузвельта, и планировавшийся анонимный зондаж 10 млн. человек включал два вопроса: «Вы одобряете СЕЙЧАС положения и политику «Нового Курса» Рузвельта?» («Да», «Нет») и «За кого в качестве президента Вы голосовали в 1932 году?» (Хувер, Рузвельт, Томас).

Заказчиками и спонсорами Гэллапа всегда были редакции большого числа газет и журналов. Они знали, что публика, читатели - в относительно стабильной социальной ситуации - более всего интересуются отношением общества к президенту. В разговоре с Ирвингом Креспи в сентябре 1979 года Гэллап говорил, что уже его первые опыты в определении отношения американцев к президенту были позитивно восприняты прессой.³¹ Отчасти это объясняется тем, что люди вообще чаще фокусируют свое внимание на личностях, а не на проблемах.

Для нашего анализа важно выделить следующие обстоятельства.

Первое, с самого начала проведения Гэллапом опросов общественного мнения президентская тематика была центральной. Таким образом, в гэллаповских зондажах явно обнаруживается *преemptивность* с главной (почти единственной) темой традиционных соломенных опросов.

Второе, Гэллап активно искал удовлетворяющую его формулировку вопроса, стремясь к максимально точному измерению именно того аспекта электорального сознания, который ему казалось необходимым зафиксировать. И. Креспи удалось точно обозначить основную методологическую и методическую сложность поисков Гэллапа, детерминированную *особенностями организации* власти в стране. Американский президент одновременно является выборной главой государства и руководителем правительства, и в разные периоды жизни общества две эти функции и роли обладают разными «весами».

Далее, в поисках нужной формулировки вопроса Гэллапу необходимо было отделить оценку деятельности конкретного *человека* на посту президента от оценки деятельности *президента*. Ранее социологам не приходилось решать подобную задачу в ходе массовых опросов.

Четвертое, в течение многих лет поисков валидной формулировки Гэллап постоянно

сомневался относительно необходимости использования в шкале отношения к президенту точной локализации *времени* («сегодня»); он понимал, что это может затруднить восприятие вопроса респондентами и потому стать причиной ложных ответов.

Сразу после выборов 1936 года Гэл-лап, ему только исполнилось 35 лет, начал искать, лучше сказать, продолжил эксперименты по изучению установок населения к президенту. Уже в марте 1937 года был задан вопрос: «Голосовали бы Вы за Франклина Рузвельта сегодня?». В июне вопрос звучал несколько иначе: «Если бы выборы состоялись сегодня, голосовали бы Вы за Президента Рузвельта?»

Сентябрьская формулировка вопроса об отношении к президенту впервые оказалась свободной от привязки к выборам: «Вы за или против Президента Рузвельта?». Главное, что заслуживает здесь внимания, это не лексика вопроса, а его логика. Видимо, именно тогда начала складываться, кристаллизовываться новая исследовательская парадигма. Новая поисковая задача стала формировать свое собственное логическое и семантическое пространство. Фокус поисков смещался от темы выборов следующего президента в сторону оценки уже выбранного, действующего президента. Цель научного анализа приближалась: будущее, то есть следующие выборы, заменялось настоящим. Проблема конструирования прогноза электорального поведения, трансформировалась в проблему диагностики общественного мнения. Высокая степень неопределенности, в которую погружался респондент вопросом о выборах (многофакторная задача) сменялась более конкретной, определенной для опрашиваемого ситуацией.

В январе 1938 года еще использовалась сентябрьская (1937 года) «находка»: «Вы за или против...?», а затем формулировка вопроса изменилась. Гэл-лап вновь обозначил привязку к времени, но одновременно, и это принципиально, он начал измерять отношение *не к президенту*, т.е. к роли-функции, а к человеку, *наделенному* этими социальными «одеждами»: «Вы за или против Франклина Рузвельта сегодня?».

Что-то и здесь не отвечало внутренним механизмам поиска и/или внешним требованиям к исследованиям, и в июне в формулировке вопроса появился новый нюанс - респонденту впервые предлагалось оценить деятельность человека, *выполняющего обязанности* президента: «Как бы Вы оценили (rate) деятельность Франклина Рузвельта как Президента?» Таким образом, в самой концепции

измерения и в формулировке суждения наметилось явное разделение социальной роли (президента) и исполнителя этой роли (президента). Осенью та же логическая задача решалась несколько иначе: «Если бы Франклин Рузвельт участвовал в выборах президента сегодня, голосовали бы Вы за или против него?» Эта формулировка, если ее рассматривать в новом поисковом пространстве, была регрессивной: текущую деятельность избранного президента неявно предлагалось проецировать на электоральную шкалу. Видимо, Гэл-лап сразу обратил на это внимание, и уже в следующем опросе устранил привязку к выборам и спрашивал: «Как Вы относитесь (your attitude) к Президенту Рузвельту?». Безусловный прогресс, но автора явно не устраивал тот факт, что опрашиваемым предлагалось высказаться о выбранном (признанном большинством электората страны) президенте.

В конце первой декады ноября 1938 года задача измерения отношения к президенту впервые решалась в терминах «одобрения»: «В целом, Вы одобряете или не одобряете Франклина Рузвельта как Президента?». Эта шкала, видимо, поначалу представлялась Гэл-лапу валидной, он ее сохранил, через неделю попробовав синтезировать ее с временным континуумом: «В целом, Вы одобряете ли не одобряете сегодня Франклина Рузвельта как Президента?»

Есть ли в этом вопросе «переключка» с тем, о чем и как спрашивал американцев «Литерари Дайджест» в 1934 и 1935 годах? Безусловно, в обоих случаях отношение к президенту измерялось по шкале «одобрения». Знал ли Гэл-лап о тех опросах Дайджеста? Определенно, не мог не знать. Помнил ли он о том, что Дайджест использовал шкалу «одобрения»? Скорее помнил, но мог и забыть; прошло три года, и за это время он провел множество собственных опросов. Таким образом, Гэл-лап мог использовать шкалу одобрения вслед за Дайджестом, но мог найти ее сам. Гэл-лап всегда обладал развитым чувством языка, способность к формулировке вопросов была одной из самых сильных составляющих гэл-лаповского профессионализма.

Приведенный вопрос - иногда со словом «сегодня», иногда без него - использовался Гэл-лапом до начала 1941 года. Но, видимо, он все четче осознавал многозначность формулировки вопроса. Во-первых, логика вопроса не до конца отражала баланс двух ролей американского президента; выборная природа власти Рузвельта несколько акцентировалась. Во-вторых, вопрос слабо различал саму социальную роль и актера, играющего ее. Логиче-

ский скачок в нужном направлении произошел в середине февраля. Была найдена формулировка, в которой *явно* были разделены функция президента и деятельность социального актера: «В целом, Вы одобряете или не одобряете то, как Франклин Рузвельт сегодня выполняет свою работу Президента?» В марте Гэллуп вернулся к старой формулировке «В целом, Вы одобряете или не одобряете сегодня Франклина Рузвельта как Президента?», но в июне вновь спрашивал об одобрении работы Рузвельта в качестве президента.

В первом опросе 1942 года эта находка была закреплена и впервые вопрос вышел в свет без «в целом»: «Вы одобряете или не одобряете то, как Франклин Рузвельт сегодня выполняет свою работу Президента?» В опросе, проведенном 17-23 марта, использованная версия вопроса опять содержала «в целом», но в ней не было «сегодня».

Через неделю (17-23 марта 1942 года) респондентам была впервые предложена формулировка вопроса, ставшая *классической*: «Вы одобряете или не одобряете то, как Франклин Рузвельт выполняет свою работу Президента?». Алек Гэллуп отмечал, что создававшийся измерительный инструмент планировался так, чтобы отделить «человека» от работы.³² Скорее всего весной 1942 года или несколько позже Джордж Гэллуп пришел к

заключению о том, что цель многолетней работы достигнута.

8. Президенты сменяются, а индекс - остается

После ноября 1942 года Гэллуп прекратил мониторинг отношения американцев к Рузвельту. Главная причина - война. В апреле 1945 года Ф. Рузвельт скончался, и президентские обязанности были возложены на Харри Трумэна. Подождя два месяца, в первую неделю июня 1945 года, Гэллуп впервые замерил отношение населения к новому президенту, используя вопрос: «Вы одобряете или не одобряете то, как Харри Трумэн выполняет свою работу Президента?».

Прошло 56 лет. Д. Буш-младший - одиннадцатый после Ф.Рузвельта президент Америки. В стране многое изменилось. Но вопрос «Вы одобряете или не одобряете то, как ... выполняет свою работу Президента?», созданный Гэллапом, живет, активно работает, связывает прошлое и настоящее, дает возможность каждому американцу соотнести свое отношение к президенту страны с мнением нации в целом.

Индекс «одобрения» - уникальное научное и социокультурное явление. В следующей статье будут рассмотрены некоторые свойства этого индекса и предпринята попытка понять причину его долготлетия.

¹ Докторов Б. Дж. Гэллуп - наш современник: к 100 летию со дня рождения. «Телескоп»: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев», 2000, №2. Докторов Б. Джордж Гэллуп: «Мне всегда нравилось изучение рекламы». «Телескоп»: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев», 2000, №6. Докторов Б. Джордж Гэллуп: «В жизни нет «среднего» человека». Мониторинг общественного мнения. ВЦИОМ, Интерцентр, 2000, №5 (49). Докторов Б. Они сильнее других хотели знать, как работает реклама. «Телескоп»: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев», 2001, №5, с.2-18.

² Scipione P.A. Dr. George H. Gallup, Sr. *A Nation of Numbers*. (Forthcoming, 2002).

³ Ostrom, Jr. C.W., Simon D. M. The Man in the Teflon Suit? *Public Opinion Quarterly* 53 (1989), 354.

⁴ Newport F., Moore D., Saad L. Long-Term Gallup Poll Trends: A Portrait of American Public Opinion Through the Century <http://www.gallup.com/poll/releases/pr991220.asp>.

⁵ Bowman K. Polling to Campaign and to Govern. In: *The Permanent Campaign and Its Future*. Ed. Norman J. Ornstein and Thomas E. Mann. Washington, 2000, p. 67. (<http://jkm.thisnation.com/ps319/library/permanent/chapter03.pdf>).

⁶ America's first Newspaper in Its Entirety, <http://members.aol.com/librarian41ife/publick.htm>.

⁷ Jensen R. Democracy by the Numbers. *Public Opinion*, February/March 1980, p. 53.

⁸ Smith T. The First Straw? A Study of the Origins of Election Polls. *Public Opinion Quarterly* 54 (1990), 21-36.

⁹ Yepsen D. Straw Polls Have Played Role in Political History <http://www.dmregister.com/news/stories/c4789004/8617041.html>.

¹⁰ Frankovic K.A. Election Polls. The perils of interpretation. *Media Studies Journal*, Vol.14, No. 1, Winter 2000, pp. 104-109 (<http://www.mediaudies.org/mp4.html>).

- ¹¹ Holli M. Emil E. Hurja: Michigan's Presidential Pollster. *The Michigan Historical Review*. 1995, v. 21, n. 2, p. 126-138.
- ¹² Robinson C.E. Recent Development in the Straw-Poll Field. *Public Opinion Quarterly*, 1937, v. 1, No. 3, p. 45-46.
- ¹³ Kernell S. Life Before Polls: Ohio Politicians Predict the 1828 Presidential Vote. *Political Science & Politics*, Summer 2000, pp. 569-574. (http://www.fmdarticles.com/cf_0/m2139/3_33/65241260/print.ihtml)
- ¹⁴ Remini R.V. *Andrew Jackson and the Course of American Freedom, 1822-1832*. V.II. 1981. New York: Harper & Row, p. 134.
- ¹⁵ Herbst S. *Numbered Voices. How Opinion Polling Has Shaped American Politics*. University of Chicago Press. Chicago. 1995, p.76.
- ¹⁶ Gallup G. *The Sophisticated Poll Watcher's Guide*. Princeton, 1976, p. 240.
- ¹⁷ Graybar L.J. Funk, Isaak K. *American National Biography*. 1999, Oxford, v.8, p.575-6.
- ¹⁸ Marmarelli R.S. Funk, Wilfred J. *American National Biography*. 1999, Oxford, v.8, p.576-7.
- ¹⁹ Willcox W.F. An Attempt to Measure Public Opinion About Repealing the Eighteenth Amendment. *Journal of the American Statistical Association*, v. XXVI, No. 175 September 1931, p. 243-261.
- ²⁰ Turning Up for "The Digest's" Presidential Poll. *The Literary Digest*, September 3, 1932.
- ²¹ Roosevelt Bags 41 States Out of 48. *The Literary Digest*, November 5, 1932.
- ²² Gallup G., Rae S.F. *The Pulse of Democracy*. NY, 1940, p. 41.
- ²³ Half-Million Votes in "Digest" Poll. *The Literary Digest*, September 26, 1936.
- ²⁴ Landon Keeps Digest Poll Majority. *The Literary Digest*, October 24, 1936.
- ²⁵ Gallup G. *The Sophisticated Poll Watcher's Guide*. Princeton, 1976, p. 66.
- ²⁶ Gallup G. The Changing Climate for Public Opinion Research. *Public Opinion Quarterly*, 1957-58, v. 21, p. 26.
- ²⁷ Hogan J. Michael. George Gallup and the Rethiric of Scientific Democracy. *Communication Monographs* vol. 64, June 1997 (<http://www.gallup.spb.ru/galluplOO/mhogan.htm>).
- ²⁸ *The Gallup Poll. Public Opinion 1935-1971*. (Ed.) G.H. Gallup. Random House, NY. 1972.
- ²⁹ Digest Rechecks Sentiment on Roosevelt Policies. *The Literary Digest*, October 20, 1934, p. 8.
- ³⁰ Digest Again Polls Nation on the New Deal. *The Literary Digest*, November 16, 1935, p. 9.
- ³¹ Crespi I. The Case of Presidential Popularity. In: *The Classics of Polling*. Ed. Michael L. Young. The Scarecrow Press Inc. Metuchen, 1990, p. 459.
- ³² Newport F. Clinton's Job Approval Legacy <http://www.gallup.com/poll/FromtheEd/edQ101.asp>.