

## ЭМИЛЬ ХУРЬЯ - волшебник политического анализа

Малоизвестные страницы истории изучения общественного мнения

Борис Докторов  
профессор, доктор философских наук,  
независимый исследователь (США)  
[bdoktorov@worldnet.att.net](mailto:bdoktorov@worldnet.att.net)

*Памяти сына Саши посвящается*

Автор считает своей приятной обязанностью выразить искреннюю благодарность профессору Иллинойского Университета (Чикаго) Мелвину Холли за стимулирование интереса к деятельности Эмиля Хурья и профессору Самуэлу Кернеллу (Калифорнийский Университет в Сан Диего) за внимание к его работе. Автор глубоко признателен его друзьям, руководителям Фонда «Общественное мнение» (Москва) Александру Ослоу и Елене Петренко, за поддержку Проекта АМРО, в рамках которого подготовлена настоящая статья.

Он начал свои оригинальные разработки в конце 1920-х, и его высшие достижения пришлось на первую половину 30-х. Когда имена «отцов-основателей» современной технологии измерения общественного мнения Джорджа Гэллапа, Арчиальда Кроссли и Елмо Ропера еще никому ничего не говорили, журналисты ведущих американских газет, оценивая шансы претендентов на победу в президентских выборах, начинали свои сообщения словами «как сказал Эмиль Хурья».

### Введение

Столетия стирают прошлое, разрывают цепочки событий, перемешивают близлежащее с далеко отстоящим, разрывают естественные связи между тем, что когда-то было единым, вырывают из книги истории важные страницы. Однако провалы в освещении прошлого обнаруживаются не только при изучении событий, отделенных от нас веками, но и при анализе того, что отстоит от нас всего на несколько десятилетий.

В течение ряда лет автор рассматривает процесс становления *современных* технологий изучения общественного мнения и методов прогнозирования электорального поведения. Период формирования и развития указанных направлений социального анализа по историческим меркам весьма короток, тем не менее существующая история этих исследовательских областей явно неполна и уже потому не в полной мере передает содержание рассматриваемого предмета.

Центральной темой статьи является жизнь и творчество Эмиля Хурья (Emil Hurja, 1892 - 1953) - пионера изучения общественного мнения американского электората, одного из первых профессиональных аналитиков трендов массового сознания, первооткрывателя неизвестных страниц в истории изучения общественного мнения, первого официального консультанта президента Америки по ведению избирательных кампаний, дипломата, успешного журналиста и т.д.

Эмиль Хурья абсолютно неизвестен в России, и его имя знакомо лишь крайне узкому кругу американских политологов и поллстеров. Лишь в последние годы исследователи природы американской президентской власти и аналитики «Нового курса» стали писать о нем. Качественную новизну в процесс пересмотра роли Хурья в становлении современной культуры изучения общественного мнения безусловно внесет книга историка Мелвина Холли,<sup>1</sup> опубликованная в начале 2002 года.

Основные научные достижения Хурья лежат в области анализа и прогнозирования итогов общенациональных выборов.

### Обоснование темы

Вклад Хурья в изучение общественного мнения и поведения электората настолько оригинален и значителен, что не рассмотрев его методы и результаты, невозможно многого понять в генезисе современной технологии измерения общественного мнения и развития процесса встраивания информации об общественном мнении в систему американской президентской власти. Хурья начал свои аналитические поиски в области прогноза итогов общенациональных выборов на несколько лет раньше, чем отцы-основатели приступили к систематическому изучению общественного мнения по широкому кругу социально-политических и экономических проблем, и так оказалось, что и хронологически, и логически творчество Хурья связывает эпоху «соломенных» опросов и современный период, отсчитываемый с середины 1930-х.

Свыше 30 лет назад, когда автор настоящей статьи занимался историко-методологическими и прикладными аспектами многомерного факторного анализа, выдающийся советский психолог Борис Герасимович Ананьев (1907-1972), увидевший перспективность этих исследований, обратил наше внимание на проблему *миграции методов*. По мнению Б.Г. Ананьева, изучение путей перехода различных теоретико-эмпирических методов из одной области знания в другую, следует рассматривать в качестве одного из важнейших принципов историко-научного анализа, поскольку в этом случае действительно открывается процесс становления отдельных наук и науки в целом.

В наших предыдущих публикациях было показано, что современная технология измерения общественного мнения выросла на базе обобщения опыта изучения читательских интересов аудитории прессы и радио, а также анализа приемов повышения эффективности рекламы. Более того, эта связь прослеживается не только на макроуровне рассмотрения процесса возникновения и развития методов изучения общественного мнения, но она непосредственно обнаруживается в творчестве Гэллапа и Кроссли, Ропера и Черингтона.

Э. Хурья пришел к своей аналитической технологии прогнозирования итогов выборов *иначе*, он опирался на традиции, сформировавшиеся в области изучения *качества руды* и прогнозирования изменчивости рынка *акций*. Признание этого обстоятельства принципиально меняет трактовку генезиса процедуры выборочных опросов общественного мнения и *показывает множественность* миграционных путей, пересечением которых является современная технология опросов. Кроме того движение Хурья к изучению общественного мнения и в политико-философском отношении отличалось от «дороги», по которой шел Гэллап. Таким образом, множественность миграционных линий, приведших к созданию научной методологии изучения общественного мнения, обнаруживается не только в инструментально-технологическом пласте исследовательской практики, но и в ее общенаучном базисе.

Одной из сквозных задач нашего анализа различных сторон процесса формирования современной опросной технологии, используемой в различных направлениях социологии, является поиск коррелят между двумя существенными атрибутами измерительной процедуры: ее *внутренним совершенством* и ее *внешним оправданием*. Импульс к подобному рассмотрению социологических измерительных процедур возник давно и был следствием наших многолетних дискуссий с автором ряда монографий по истории и философии физики Борисом Григорьевичем Кузнецовым (1904 - 1982). Ему же принадлежит одна из лучших биографий А. Эйнштейна, сформулировавшего критерии внутреннего совершенства и внешнего оправдания для выбора научной теории.<sup>2</sup>

Согласно первому критерию, теория должна согласовываться с опытом, что очевидно. Второй критерий подчеркивает целостность, естественность теории, отсутствие в ней специальных, *ad hoc* допущений. *Метрологическая* интерпретация эйнштейновских критериев означает, что измерительная процедура должна иметь общенаучное обоснование, а результат измерения - быть верным, т.е. находить подтверждение за рамками измерения.

В логике приведенных принципов схема опросов журнала *Литерари Дайджест* (*The Literary Digest*), проводившихся с 1916 по 1932 годы и верно предсказывавших победителя президентских выборов в Америке, обладала внешним оправданием, но была далека от внутреннего совершенства. В 20-х и начале 30-х это было понятно лишь специалистам, но в 1936 году стало общеизвестным фактом. Измерительная процедура Гэллапа, которая в 1936 году привела к верному прогнозу переизбрания Ф. Рузвельта, была более «совершенной», нежели технология Дайджеста. Однако ряд существенных элементов в гэллаповской схеме выборки в то время оставался без серьезной научной проработки, и это обнаруживалось в частности в отсутствии должной простоты, экономичности его выборочной процедуры. Эйнштейн несколько неопределенно вводил понятие внутреннего совершенства, но требования изящества, простоты явно подразумевались. Более высокой степени гармонии внешнего оправдания и внутреннего совершенства Гэллапу удалось достичь после фиаско 1948 года.

Настоящая работа лежит в пересечении двух направлений, анализируемых автором в последние годы. Первое -

это историко-методологические исследования возникновения и развития американских опросов общественного мнения.<sup>3</sup> Второе, являющееся частью первого, но имеющее свою предметно-объектную специфику, может быть названо: «опросы общественного мнения и президент». Ранее некоторые аспекты этой темы были кратко рассмотрены нами применительно к российским реалиям.<sup>4</sup>

В целом предпринимается попытка решения трех тесно связанных задач. Во-первых, охарактеризовать истоки исследовательских приемов, разработанных и использовавшихся Хурьей, во-вторых, рассмотреть эти приемы и оценить их эффективность и, в третьих, попытаться охарактеризовать роль Хурьи в становлении современной культуры изучения общественного мнения и практики учета мнений населения властными институтами.

## Биография

### политического оракула: путь в столицу

Эмиль Хурья родился в американском финском городке Crystal Falls в штате Мичиган. В 2000 году в нем жило 1722 человек; сто лет назад, судя по фотографиям начала века, это был совсем небольшой поселок. Эмиль был вторым ребенком в семье, в которой было 12 детей.



Почти все жители городка работали на шахтах, отец Эмиля тоже был горняком, но из-за аварии стал инвалидом и занялся бизнесом. Он не имел формального образования, но выучил английский и был известным человеком в финской американской общине. В семье хранилось письмо, пришедшее ему из Финляндии, с коротким адресом «Матт Хурья, США». Подобно своим родителям и основной части окружавших его финских иммигрантов, Эмиль Хурья был с детства в высшей степени трудолюбивым и целеустремленным в учении. В 6 лет он начал продавать местные англоязычные и финские газеты и рано освоил небольшой печатный станок, установленный в магазине его отца. Многие годы одновременно с обучением в школе он помогал отцу в его делах.

В 1909 году Хурья закончил школу и начал самостоя-

тельную жизнь, отправившись на Запад. Через полгода он добрался до Сиэтла - северо-запад Америки - и нашел работу печатника. Затем, сдал специальный экзамен и получил место сортировщика почты. Судьба свела его с одним из директоров фирмы, занимавшейся экономическим развитием Аляски. В мае 1911 Хурья, получив в колледже города Якима (Yakima) специальное образование в области организации бизнеса, отправился парходом в Аляску. Путешествие длилось 21 день.

В Фэрбанксе (Fairbanks) - бурно развивавшемся новом городе, центре транспортной системы Аляски - Хурья, не имея специального образования, стал работать газетным репортером и быстро превратился в заметную фигуру в местной журналистике. Добывая материалы для газет, он интервьюировал многих политиков и инженеров, изучал экономику и историю Аляски и в 21 год начал публиковать в американских газетах очерки об Аляске и Юконе.

Как истинный лютеранин Хурья понимал ценность знаний; на Аляске он не мог продолжить свое образование и вернулся в Сиэтл, поступив в 1913 году в Университет штата Вашингтон. Он специализировался в журналистике, много писал об Аляске и в начале 1915 года был выбран главным редактором университетской газеты Daily.

Сильное впечатление на Хурью произвели лекции приглашенного гарвардского профессора Фредерика Тернера (Frederic Jackson Turner, 1861-1932) - одного из наиболее известных и в наше время американских историков. Ему принадлежит концепция детерминирующей роли географических особенностей Америки в формировании американской культуры и американского национального характера. В частности, им было показано, что развитие Америки в значительной мере определялось продвижением поселенцев на Запад. Можно допустить, что уже в тех лекциях и в неформальных беседах, в которых участвовал Хурья. Ф. Тернер аргументировал важность использования в исторических исследованиях экономических и статистических методов и фактов. Позже Тернер развил эти идеи в книге *Significance of Sections in American History*.

Заметное влияние на политическое сознание Хурья оказали лекции профессора Вернона Паррингтона (Vernon Louis Parrington 1871-1929), многие годы преподававшего в Университете штата Вашингтон. Его исследование *The Main Currents of American Thought*, первые два тома которого были опубликованы в 1927 году, современные авторы признают классическим анализом интеллектуальной истории Америки. Паррингтон писал, что он всегда был мятежником и пришел к радикализму через искусство и литературу. Радикализм Паррингтона явно был демократического «замеса»; по его словам, он «был более либералом, чем консерватором, более последователем Джефферсона, чем Федералистов». Отметим, Томас Джефферсон, третий президент Америки, был демократом, верившим в способность людей участвовать в решении сложнейших вопросов государственного устройства. Его оппоненты - Федералисты - исходили из того, что управление государством слишком сложный процесс, чтобы учитывать позиции населения. Они боялись охлократии.

Пока не удалось найти упоминаний о том, что Хурья

слушал лекции еще одного крупного специалиста в области экономики и государственного управления, профессора Вашингтонского Университета Джей Аллена Смита (James Allen Smith, 1860-1924), политическая философия которого выражена в книге *The Spirit of American Government* (1907). Смит и Паррингтона связывала многолетняя дружба, и многое во взглядах Паррингтона было результатом их долгих дискуссий.

В цитированной книге М. Холли отмечает, что воззрения Тернера и Паррингтона заметно повлияли на политические установки Хурья. Более широкий историко-методологический смысл содержит утверждение политического исследователя П. Одегарда (Peter Odegard, 1901-1966), учившегося в Вашингтонском Университете несколько позже Хурья. Он был учеником Паррингтона и Смита, в 1951 году был президентом Американской ассоциации политических наук и признается одним из пионеров эмпирического изучения общественного сознания и поведения. Еще в 1930 году он писал: «Невозможно понять общественное мнение в Соединенных Штатах, не принимая во внимание проявление физических и интеллектуальных сил, формировавших наш национальный характер». Поэтому он рекомендовал социальным исследователям читать работы Паррингтона и Тернера.

Помимо обязательных для журналиста курсов, Хурья посещал лекции по анализу минералов и инженерным проблемам. В частности, он приобрел знания в области выборочных методов оценки качества руд. Став известным политическим аналитиком, Хурья говорил, что при изучении общественного мнения он применяет методы, используемые при анализе качества руды. В горном деле выбирают случайно несколько кусков руды, размельчают их, определяют качество и стоимость за тонну. В политическом исследовании берутся группы избирателей, изучаются их электоральные намерения и сравниваются с тем, как они голосовали раньше, устанавливается процентное изменение веса этой страты среди других страт избирателей... и можно аккуратно предсказать результат голосования.

Таким образом, та внутренняя пружина, энергия которой на рубеже 1920-х- 30-х подвела Хурью к анализу электоральных установок и построению прогнозов общенациональных выборов, была взведена задолго до того времени. Составляющими этой энергии были: принятие Хурьей демократических традиций общественной жизни, заложенных отцами-основателями Америки, понимание историзма во взгляде на политику, освоение идей интеллектуализма и знакомство с выборочными методами статистики. Смесь - сильная, и требовалось время и какие-то катализаторы, чтобы все это сцементировалось, превратилось в нечто единое, целостное.

Можно ли рассматривать все эти знания в качестве первичного стимула деятельности Хурья в области политических прогнозов или это все было *дополнением* к чему-то, сформировавшемуся в его сознании, в его картине мира раньше, до того, как он прослушал соответствующие курсы? В рамках историко-биографического анализа генезиса исследований общественного мнения такой вопрос вполне уместен. Нам представляется, что первичным, базовым был все же характер социализации Хурья, в процессе которого возникло *предощущение* чего-то, появились смутные ориенти-

ры направления будущего движения. Эти внутренние поиски приводили Хурья в те аудитории, где он находил то, что искал. Заметим, Хурья не готовил себя к научно-исследовательской деятельности; скорее всего, его личная интерпретация сути журналистики и роли журналиста в обществе включала в себя широкую эрудицию и аналитичность.

Занятия в университете и редактирование университетской газеты не разорвали связей Хурья с Аляской; он писал для аляскинских газет и был одним из лидеров студенческого землячества. Хурья был чрезвычайно активен в социальной и культурной жизни университета, его многие знали. Результатом стало событие, во многом определившее его карьеру и судьбу.

Осенью 1915 года Генри Форд (Henry Ford, 1863-1947) - автомобильный магнат и известный пацифист - решил отправить в Европу представительную делегацию для зондирования возможностей ведения мирных переговоров. Приглашения были высланы 150 известным и влиятельным людям, представлявшим пацифистское движение, социалистам и феминисткам. Одновременно губернаторам всех штатов было предложено самим участвовать в этих переговорах или направить своих представителей. Кроме того ректоры 15 ведущих университетов страны получили право включить в эту делегацию по два студента в качестве наблюдателей, без права голосования. Условие было одно - знание иностранных языков. Хурья подходил: он знал финский, немецкий и немного шведский. Отправляясь в Европу, Хурья получил статус официального представителя губернатора Аляски и имел от него письмо к королю Швеции с просьбой рассматривать Хурью как официального посла Аляски в Швеции.

В Норвегии, Швеции, Германии, Голландии Хурья встречался со многими политиками, анализировал виденное и писал для американских газет. Поездка принципиально расширила его кругозор, открыла ему возможности для знакомства со многими влиятельными людьми, мощно способствовала росту его профессионализма. Он продолжал публиковаться в *Фэрбанксе*, вел еженедельную колонку в одной из газет *Сиэтла* и был специальным корреспондентом одного из научных издательств Сан-Франциско.

В 1917 году - Хурья исполнилось лишь 25 лет - он становится секретарем представителя Аляски в Конгрессе США и принимает активное участие в обсуждении многих важнейших вопросов развития этой территории. В начале апреля 1918 года Хурья присутствовал на выступлении Президента Вудро Вильсона (Woodrow Wilson, 1856-1924), затребовавшего от конгресса разрешение на вступление Америки в войну против Германии. Воодушевленный призывом главы государства, Хурья вступает в армию. Пройдя краткий курс подготовки, он начал служить в только создававшихся американских воздушных силах, предполагая участвовать в военных операциях. Но начальство решило использовать его журналистский опыт, ему поручили редактировать одно из военных изданий. В 1919 году Хурья демобилизовался в чине капитана.

До периода Великой Депрессии финская община Америки голосовала за республиканскую партию и поддерживала республиканских кандидатов в президенты. Жизненный путь Хурья, его юношеские встречи с социалистическими финскими и другими этническими политическими движениями, понимание им всего происходившего в стране достаточно рано

определили демократические ориентации Хурья. Как гражданин, как участник фордовской европейской экспедиции, как ветеран Первой мировой войны, он поддерживал политику демократического правительства президента Вильсона, трактовавшего участие Америке в той войне как акт защиты демократии.

В начале 1920 жизненные траектории Франклина Рузвельта (Franklin Delano Roosevelt, 1882-1945) и Эмиля Хурья сблизились. Будучи участником конвента Демократической партии, Хурья поддержал выдвижение кандидатом в вице-президенты страны Ф. Рузвельта, отвечавшего в правительстве Вильсона за развитие военно-морского флота.

Завершив образование и женившись в июне 1920 года на своей студенческой подруге красивой и энергичной Гудрин Андерсен, происходившей из американской датской семьи, Хурья отправился в Техас; там начинался нефтяной бум. В течение последующих трех лет он издавал и редактировал газету *Daily American*. За эти годы он глубоко разобрался в нефтяном бизнесе и зарекомендовал себя ответственным журналистом и бизнесменом. Два следующих года были прожиты в Калифорнии, где Хурья владел тремя еженедельниками и редактировал их. По-видимому, южная Калифорния не давала ему того творческого и делового напряжения, которое он испытывал в Техасе, где о своих интересах к нефти нередко заявляли не словами, но оружием.

В 1927 году он возвращается в Техас и работает как аналитик нефтяной индустрии и журналист. Фактически вся жизнь Хурья была связана с добычей полезных ископаемых: и на родине в Мичигане, и на Аляске, теперь - в Техасе. Газета *Daily American* была известна широкому кругу специалистов, занимавшихся добычей полезных ископаемых и бурением нефти. Друзья пригласили его работать на Нью-Йоркской бирже, расположенной на Wall Street, и заниматься анализом ценных бумаг горнодобывающей и нефтяной отраслей. В центре его внимания стали кривые динамики рынка нефти и золота.

Помимо владения техникой анализа трендовых кривых, работа аналитика ценных бумаг предполагает глубокое понимание им всего множества обстоятельств, детерминирующих изменчивость рынка. Это не только глубокое знание системы взаимосвязанных отраслей, не только информированность о состоянии огромного числа фирм, работающих в этих отраслях, но и тонкая интерпретация макроэкономики и политики. Подобный анализ, в его лучших формах, это всегда синтез видимых трендов и угадываемых, пока латентных, но весьма вероятных при прогнозируемом развитии социально-политических и экономико-финансовых обстоятельств. Исследования деятельности классиков инвестирования в ценные бумаги и современных гуру анализа рынка акций показывают, что для них характерно обстоятельное восприятие изменчивости экономических процессов и доскональное знание писанных и неписанных законов поведения биржевых «быков» и «медведей». Но прежде всего все они - серьезные политологи и макросоциологи.<sup>6</sup>

В конце 1920-х Хурья обладал огромным опытом журналиста, знакомого со многими политиками и понимавшего скрытые и видимые пружины политической жизни страны, он прекрасно знал проблемы Аляски и был хорошо информирован о жизни Запада Америки, он работал в Вашингтоне и ему приходилось видеть вблизи, как работает федеральная

власть. Наконец, он стал экспертом в области горнодобывающей и нефтяной индустрии и выработал правила анализа и прогнозирования трендов акций фирм, представлявших эти отрасли. Несмотря на «Великий крах» рынка акций в 1929 году, когда потеряли все, Хурья продолжал работать с акциями золота и пристально следил за ходом политико-экономических процессов в стране. Представляется, что его деятельность по анализу рынка ценных бумаг, как раз и стала тем *цементирующим материалом и катализатором*, которые сделали возможным и ускорили соединение накопленных Хурьей знаний и опыта и позволил ему найти новую область применения уже знакомых ему качественно-количественных методов для отслеживания и прогнозирования динамики электоральных намерений.

## Звездные годы

Подробное рассмотрение биографии Эмиля Хурья позволяет увидеть путь, которым он шел к своим политическим исследованиям, и выделить в этом движении то *личное и величье*, что, во-первых, круто изменило траекторию его жизни, и, во-вторых, породило принципиально новый вид социально-политических исследований, включающих в себя изучение общественного мнения электората. Что послужило *импульсом* начала его работы? Ведь в течение многих лет он был успешным журналистом и к концу 20-х приобретал все больший вес среди аналитиков рынка акций. В этих двух сферах деятельности, которые Хурья эффективно совмещал, он мог в полной мере выразить себя и обеспечить себе весьма комфортабельную жизнь.

В общем случае подобный «зов» может исходить *извне*, а может возникнуть *внутри* человека, как отражение, преломление его собственного опыта. Ранее нами было показано, что Чарльз Парлин - отец изучения рынка начал свое пионерные исследования *не по собственной инициативе*, а по заданию фирмы, в которую он был приглашен именно для анализа потребностей потребителя. Гэллап *сам* пришел к созданию системы изучения общественного мнения, но для него это было *продолжением* его научной деятельности, которая начиналась и развивалась в ответ на осознанные потребности издателей знать читательские интересы аудитории и производителей рекламы - знать приемы повышения ее эффективности. Аналогичное справедливо относительно первопричин деятельности Кроссли и Ропера.

Э. Хурью никто не подталкивал, никто не звал, более того, ему пришлось долго *убеждать* людей из окружения президента Ф. Рузвельта в том, что новые аналитические методы изучения электоральных установок могут дать результаты, необходимые для успешного ведения избирательной кампании.

Парлину было предложено оценить затраты на проведение исследований и приступить к делу; фирма все финансировала. Опросы Кроссли и Ропера проводились по заказам финансово успешных издательских структур. Гэллап, хотя в полной мере взял на себя финансовый риск за неточные прогнозы исхода выборов, смог убедить в полезности данных об общественном мнении руководство мощного газетно-журнального синдиката. Хурья - на протяжении ряда лет *сам финансировал* свою работу.

Переход Хурья в область политических исследований и прогноз стал его *собственным ответом* на его *собственные вопросы*. В этих вопросах было много личного, но одновременно в них присутствовало осознание созревшего социального вызова.

В 1928 году Хурья попытался заинтересовать в целесообразности проведения опросов в целях управления избирательной кампанией председателем Национального Комитета Демократической партии Джона Раскоба (John J. Raskob, 1879-1950) и кандидата в президенты от демократов Алфреда Смита (Alfred Smith, 1873-1944), но успеха в этом он не достиг. Через год он осуществил вторую попытку, предложив Чарльзу Майкельсону (Charles Michelson), возглавлявшему в Демократической партии отдел по связи с прессой, найти любой способ использования тех подходов к анализу электоральных установок, которые Хурья начал развивать. Ответа он не получил.

А ведь это был цвет американской политической и деловой элиты, люди, в принципе способные оценить значение предложения Хурья для партии. Д. Раскоб был одним из столпов американской автомобильной промышленности, очень состоятельным человеком и с 1928 по 1932 год был ключевой фигурой в Демократической партии. А.Смит - считался ведущим американским политиком, он четыре раза избирался губернатором Нью-Йорка. Ч. Майкельсон в течение 30 лет возглавлял один из важнейших департаментов Демократической партии и был спичрайтером Ф. Рузвельта; он был младшим братом Нобелевского лауреата по физике Альфреда Майкельсона.

Не вызывает сомнений, что все эти политики читали *Литерари Дайджест*, знали о высоком качестве электоральных прогнозов журнала и, в частности об очень точном предсказании им победы Кулиджа (Calvin Coolidge, 1872 — 1933) в 1924 году. Видимо, полагая, что и в 1928 году они смогут следить за ходом развития избирательного процесса по публикациям Дайджеста, они не желали разбираться в технологии Хурья.

Однако они не осознали того факта, что, Хурья, в отличие от *Литерари Дайджеста*, предлагал новую по тому времени концепцию *активного прогноза*, т.е. он готов был не только к исполнению роли аналитика-прогнозиста, но к работе консультанта, участвующего в разработке стратегии победы Демократического кандидата. Именно в таком режиме работают аналитики рынка акций, они не только наблюдают и фиксируют взлеты и падения индекса Доу-Джонса и других показателей «здоровья» рынка, но они стремятся выявить причины этих колебаний. Но главное - они должны отыскать и дать их клиентам оптимальную стратегию инвестиционной деятельности.

В 1932 году Хурья был весьма решителен в своих действиях, он верил в эффективность своей технологии. Используя дружеские связи, он получил право представлять Аляску на конвенте Демократической партии и предложил руководству партии увязать стратегию выборов с результатами опросов электората. Возможно, что и в этот раз Хурье не удалось бы отстоять свою идею, но помогли обстоятельства; само выдвижение Рузвельта кандидатом в президенты от Демократической партии в значительной мере стало ре-

зультатом деятельности двух человек, веривших в действенность опросных технологий. Первым был Джесси Страус (Jesse Isidor Straus, 1872-1936) - активный член партии, успешный бизнесмен и будущий посол Америки во Франции. Результаты его опроса участников конвента были в пользу Рузвельта, и пресса активно использовала этот факт, по-сути лоббируя его кандидатуру. Вторым был известный медиа-магнат Рэндолф Херст (William Randolph Hearst, 1863 - 1951). Он нашел компромиссное решение, включавшее в себя поддержку конвентом кандидатуры Рузвельта. Не исключено, что при этом Херст учитывал итоги опросов общественного мнения, проводившихся в 20-30 годы рядом изданий его «империи».

Руководителем своей избирательной кампании 1932 года Рузвельт назначил Джеймса Фарлея (James Aloysius Farley, 1888-1976), а руководством Демократической партии Хурья был утвержден его политическим консультантом. В то время ни Рузвельт, ни его сторонники, ни Фарлей не понимали, почему с помощью опросов можно определить отношение избирателей к кандидатам, но избирательный штаб уже в сентябре внимательно читал победные прогнозы Хурья и его предложения по уточнению проведения избирательных кампаний в различных штатах. Хурья писал, что его отчеты нравятся Фарлею, Ч. Майкельсону и Луису Хоуву (Louis McHenry Howe 1871-1936) - многолетнему советнику Рузвельта, которого называли «второе я президента». В одном из своих осенних писем Хурья сообщает: «... мне звонили, чтобы я проконсультировал губернатора Рузвельта перед его поездкой. Он (Рузвельт) сказал, что читает мои отчеты с интересом (мой анализ прошлых выборов и текущую ситуацию в каждом из штатов на основе моих опросов) и задавал мне множество вопросов». Письмо завершается словами о том, что в июле никто не верил ему, но теперь многие видят свет.<sup>7</sup>

Все, что Хурья делал в 1932 году, в методологическом отношении базировалось на его знаниях выборочного анализа и принципах изучения трендов акций. В информационном плане - на публикациях результатов опросов, проводившихся в 1928 году *Литерари Дайджест* и рядом изданий Херста (*New York Herald*, *Cincinnati Enquirer*, *Columbus Dispatch*, *Chicago Tribune*, и другие), а также на статистике выборов президента и конгресса в 1928 и 1930 годах, соответственно. Хурья отчетливо понимал невозможность прямого использования материалов публикаций Дайджеста и херстовской прессы в силу того, что их финальные выборки не репрезентировали американский электорат.

С учетом особенностей американской избирательной системы, когда для победы кандидат в президенты должен не просто набрать большинство голосов избирателей, а должен заручиться большинством голосов выборщиков от штатов, Хурья анализировал электоральные намерения не только на общенациональном уровне, но в большинстве ключевых штатов.

В сентябре обнаружилось, что в сельской местности женщины вероятнее поддержат республиканского кандидата, действовавшего президента Гувера (Herbert Hoover, 1874 -1964), чем Рузвельта. Хурья начинает тщательный анализ электоральных установок мужчин и женщин и, с одной стороны, ищет приемы перевешивания публику-

емых материалов опросов с целью более точного представления ситуации по стране, с другой - корректирует деятельность руководства избирательного штаба Демократов: «Мериленд. Лучше с женщинами, чем мужчинами; нет необходимости в специальных усилиях»; «Теннесси. Лучше с женщинами, чем мужчинами; нет необходимости в специальной работе»; «Айова. В целом - нормально, но женщины из фермерских семей вероятно будут против Рузвельта в значительной степени». «Канзас. Произошло улучшение с женщинами. Потери с мужчинами. Надо работать с обеими группами».

Хурья создал огромную карту Америки, на которой цветами обозначал степень поддержки Рузвельта и Гувера. Это давало информацию о том, где надо было усиливать эффективность Демократической прессы и радио. В конце октября Хурья направил Фарлею отчет, с впечатляющими цифрами и оптимистическим выводом. Он писал: «Мы изучили материалы 378 различных опросов, проведенных газетами, журналами, и радио в транспорте, на судах, в самолетах. Всего было опрошено 19216000 избирателей. Все это показывает, что Рузвельт выигрывает с хорошим преимуществом...мы проверяли и перепроверяли...устраняя смещения, перевешиванием по штатам и даже по отдельным графствам...Один соломенный опрос ничего не означает, но миллион соломин в воздухе все же указывает, в каком направлении дует ветер.» Своему другу финансисту Бернарду Баруху (Bernard Mannes Baruch, 1870-1965) - экономическому советнику шести президентов, он сообщал: «Рузвельт имеет это уже в своем багаже. Я сомневаюсь в том, что кто-нибудь способен его остановить». 14 октября в отчете Фарлею было сказано: «Фактически Рузвельт - избранный президент».<sup>8</sup>

4 ноября за несколько дней до выборов, Хурья писал Фарлею, что ожидаемое будет «революцией в урне для голосований». Так оно и произошло. Прогноз был 7,5 млн. голосов, в действительности Рузвельт получил - 7,2 млн. В своих прогнозах Хурья ошибся лишь в предсказании итогов по трем штатам.

После кратковременной успешной работы в администрации Рузвельта в начале 1934 года Хурья возвращается в Национальный Комитет Демократической партии, его задача - оказание помощи кандидатам от партии в выборах в конгресс. Он разрабатывал общую стратегию проведения кампании в штатах, высылал кандидатам материалы для выступлений, консультировал по отдельным вопросам. Газеты предсказывали победу в 1934 году Республиканской партии. Оптимистически настроенные Демократы говорили о преимуществе в четыре места, Хурья прогнозировал - десять, в действительности - победили Демократы с преимуществом в девять мест. Прекрасно подтвердился и его прогноз по штатам, он ошибся только в двух случаях. Впервые после 1902 года президентская партия выиграла выборы в конгресс. Рузвельт был восхищен работой Хурья и сказал, что это «самое знаменательное», что он когда либо испытывал или слышал в течение его долгой политической карьеры.

На протяжении долгого времени деятельность Хурья протекала вдали от прессы, никто не знал, каким образом Демократическая партия так точно прогнозировала итоги голосований. Но в 1935 году Фарлей открыл его «секретное

оружие», журналисты узнали об опросах, о методике Хурьи, о его электоральной карте и прогнозах. Мгновенно он стал ключевой фигурой национальной политики.

Одновременно усиливался интерес Рузвельта к реакциям общественного мнения, Хурья регулярно направлял подготовленных работников в важнейшие штаты и с помощью вопросников изучал отношение населения к политике. Использовал он и почтовые вопросники. Личные связи помогали ему получать материалы *Литерари Дайджест* и изданий Херста ранее, чем их результаты публиковались.

В 1935 году в силу ряда внутривнутриполитических процессов фиксировалось снижение индекса доверия политике Рузвельта, и это начинало волновать и его, и руководство Демократической партии. «Секретный» опрос Хурья показал, в частности, рост популярности сенатора из Луизианы Хью Лонга (Huey Pierce Long, 1893-1935), поначалу поддерживавшего «Новый курс» Рузвельта, но потом заявившего свою программу, которая в традициях американской политической терминологии может быть названа популистско-социалистической. По данным опроса, Лонг рекрутировал скорее голоса демократов, чем республиканцев. Убийство в сентябре 1935 года сенатора Лонга не решало проблему появления кандидата от третьей партии - the Union Party, - создававшейся из бывших сторонников Рузвельта.

Начало 1936 года приносило Рузвельту далеко не лучшие новости. Результаты опросов, проводившихся Литерари *Дайджест* и недавно созданным Институтом Гэллапа (the American Institute of Public Opinion) были тревожными для президента. Хурью называли в прессе «волшебником из Вашингтона», «сверхестественным предсказателем» и ждали его прогнозы. Он опять начал свою «алхимическую» деятельность в одной из комнат штаба Демократической партии. То был скорее кабинет инженера, чем руководителя политической акции. Подшивки газет, книги по истории, итоги предыдущих выборов, счетные машины. Он говорил своим ассистентам: «Политика - это сущность географии, плюс экономика. В ней нет никакой магии, только работа». На карту США наносились данные об электоральных намерениях населения штатов и более мелких территориальных структур. Все это еженедельно обновлялось.

В ходе текущего анализа статистики Хурья заметил, что городское население было скорее за Демократов, а сельское - за Республиканцев. Это было убедительно доказано в пост-электоральных исследованиях. В этом смысле победа 1936 года была иной, чем в 1932 году. Хурья первым из исследователей обнаружил детерминирующее влияние урбанистического фактора на характер голосований.

В микромодели населения, конструировавшей Хурья, учитывались география страны и тип поселения, пол респондентов, характер их занятости, религия и т.д. Данные всех опросов, поступающие к нему, перевешивались на основе квотного принципа. Но главным оружием стал «анализ трендов», в прежние годы лишь создававшийся им. Изучая то, как население штатов голосовало прежде, Хурья, в первых, точнее представлял динамику установок избирате-

лей, во-вторых, выработал инструмент более точной оценки того, как поведут себя те, кто ранее не голосовал. Согласно Хурьи, тренд - его направление и скорость - это лучший «друг» аналитика: «Тренд - это большое дело». Тренд - это мнение в развитии.

Самостоятельной задачей было изучение прессы; по оценкам Хурьи, в то время существовало почти 13 тысяч ежедневных и еженедельных изданий. Он отобрал 174 газеты, имевшие общенациональную циркуляцию. Кроме того была разработана методика анализа установок различных радиостанций к Рузвельту и его политике.

О тонком понимании Хурьей природы трендов говорит следующий факт. В 1936 году гарвардский профессор математики и экономики Вильям Крум (William Leonard Crum, 1894-1967), безусловно значительно лучше Хурьи знавший математическую теорию статистики, построил модель голосований, учитывавшую итоги выборов 1932 года и результаты *опросов Литерари Дайджест* в 1936 году. Получалось, что республиканец Алфред Ландон (Alfred Landon, 1887-1987) должен будет выиграть избирательную кампанию. Хурья иначе взвесил данные *Дайджеста* и предсказал убедительную победу Рузвельта.

Еще в мартовском конфиденциальном отчете Хурья отмечал, что ни один из возможных республиканских кандидатов не выиграет в своем родном штате против Рузвельта. Действительно, победа Рузвельта была абсолютной: за него проголосовало большинство (почти 61%) избирателей, он проиграл Ландону лишь в двух небольших штатах.

В истории прогноза победы-36, сделанного Хурьей, есть одно не до конца понятное обстоятельство. В преддверии выборов люди, близкие к избирательному штабу Рузвельта, говорили о том, что он получит от 480 до 500 голосов выборщиков. Но самым точным, безошибочным был прогноз Фарлея, опубликованный 1 ноября в *The New York Times*: 523 голоса у Рузвельта и 8 - у его оппонента. Почему прогноз самого Хурьи был качественно верным, но очень заниженным (376 голосов выборщиков) остается загадкой. Даже в книге, изданной в 1939 году, отмечалось, что Фарлей основывался на информации Хурьи - названного «человеком графиков и схем».<sup>9</sup>

В 1936 году верными были прогнозы всех, кто использовал квотные выборки - Гэллап, Кроссли и Ропер с Черингоном. Ошибочным был *прогноз Литерари Дайджест*.

Два крупных специалиста в области изучения общественного мнения Хэдли Кэнтрил (Hadley Cantril, 1906 - 1961) и Дениэль Кац отмечали, что «под руководством Эмиля Хурья Национальный Комитет Демократической партии разработали отвечающую партийным нуждам совершенную машину для измерения общественного пульса». Таковой является оценка специалистов. Но еще в марте 1936 года, т.е. до победы «новой» технологии изучения общественного мнения над измерительной процедурой *Литерари Дайджест*, портрет Хурья появился на обложке журнала *Time*. Это означало, что Эмиль Хурья - супергерой общенационального уровня, его признавали дельфийским оракулом в политике. Имена гостей, приезжавших на приемы в доме Хурьи, читались как справочник «Who is Who».

## Технология Э. Хурья: точка смены исследовательских парадигм

После всех этих яростных и ярких для Хурья лет, его жизнь не стала гладкой и спокойной; его биографы и исследователи жизненных траекторий творческих людей найдут много интересного в том, как он жил после столь оглушительных побед и что он еще успел сделать. Но наша статья - не биографическая: для нас анализ жизнедеятельности Хурья - это прежде всего путь к расширению, углублению знаний о генезисе технологий изучения общественного мнения и электоральных исследований. Потому наиболее существенными для нас являются первые две трети его жизни. Однако прежде, чем мы попытаемся осмыслить в целом вклад Хурья в становление современной технологии и практики изучения общественного мнения, обозначим кратко, как протекала его жизнь после 1936 года.

Продолжалась его журналистская деятельность. В июле 1939 года он выкупил у известного журналиста Севеллона Брауна (Sevellon Brown, 1887-1956) журнал *Pathfinder*, выходящий в Вашингтоне с 1890-х. Издание переживало далеко не лучшие времена, и в течение двух лет Хурья, будучи одновременно редактором журнала, не получал зарплату. Через некоторое время *Pathfinder* стал популярным в «Средней Америке»: городах до 100 тыс. человек, небольших городских и сельских поселениях: в 1940 году в них жило 52% населения. Но не все развивалось благополучно, в декабре 1944 года ему пришлось покинуть журнал.

В 1937-38 годах Хурье, благодаря его работе в администрации президента и огромным личным связям, удалось содействовать успеху крупной внешнеполитической акции - празднованию 300-х летия основания New Sweden, первого шведского поселения в Америке. Одна из проблем заключалась в том, чтобы преодолеть ряд тонких моментов в истории взаимоотношения Швеции и Финляндии и сделать это событие не только шведским, но и финским. Все получилось и, по мнению специалистов, празднование юбилея способствовало сближению скандинавских стран с Америкой в период, когда многое в Европе определялось политикой СССР и Германии.

Хурья был американцем, но одновременно он сохранял свою финскую идентичность. В годы «Зимней войны» между Россией и Финляндией Хурья оказался в сложном положении. В опоре на авторитет бывшего президента Гувера Хурья совместно с рядом других видных политиков добивался финансовой и политической помощи Финляндии, но изоляционистские силы оказались сильнее, и Рузвельт решил не портить отношения со Сталиным. В годы Второй мировой войны опять же Гувер и Хурья многое сделали для того, чтобы Америка не объявляла войну Финляндии, бывшей тогда союзницей Германии. В июле 1945 года, сразу после окончания войны Хурья лоббировал, обращаясь непосредственно к президенту Трумэну, восстановление дипломатических связей с Финляндией. Это произошло в августе. Дипломатические усилия Хурья были высоко отмечены скандинавами: в 1937 году король Норвегии наградил его рыцарским орденом «Святого Олава», а через два года он получил титул Сэр Хурья и орден «Белой Розы» от Финляндии. Еще в 1933 году Ф. Рузвельт обещал Хурье пост посла в Финляндии, но этого не произошло. Второй раз его

кандидатура на этот пост обсуждалась в администрации Эйзенхауэра, победе которого в 1952 году содействовал Хурья. Но в марте следующего года он умер.

Продолжим анализ деятельности Эмиля Хурья как политического исследователя, оракула и консультанта, тем более, что он ее не прекращал. Но теперь попытаемся рассмотреть ее не в личностно-биографическом аспекте, а как часть длительного и непрерывного процесса становления исследований общественного мнения. Они начались задолго до того, как Хурья открыл для себя это исследовательско-аналитическое направление, они проводятся сейчас и нет причин говорить об их свертывании.

Заметим, что чаще всего называемая нижняя временная граница процесса изучения мнений американского электората связана с результатами исторических изысканий Хурья. Он «раскопал», что в июле 1824 года газета *the Harrisburg Pennsylvania* опубликовала отчет с указанием лидерства Эндрю Джексона (Andrew Jackson, 1767 - 1845) в президентских выборах. Хурья направил сообщение об этом Джорджу Гэллапу, и он со ссылкой на Хурью включил этот факт в книгу *The Pulse of Democracy*.<sup>10</sup>

Возможно, под влиянием лекций Тернера и Паррингтона Хурья многие годы изучал и коллекционировал материалы, связанные с деятельностью президента Джексона, и этот факт объясняет, почему он смог обнаружить публикацию *the Harrisburg Pennsylvania*. Но остается пока неясным, был ли он знаком с материалами исследования электората в штате Огайя, выполненного в 1828 году избирательным штабом Джексона. Логика того исследования и его итоги, были недавно тщательно проанализированы С. Кернеллом,<sup>11</sup> и кратко рассматривались нами ранее. На наше письмо по поводу возможного знакомства Хурья с исследованием 1828 года, С. Кернелл сообщил, что не может ответить определенно, так как он изучал материалы, хранящиеся в Огайо, а не в архиве Хурья в Теннесси.

Анализ путей миграции научных методов в соединении с изучением биографий людей, осуществлявших перенос таких методов из одной области познания в другую, иногда приводит к обнаружению удивительных обстоятельств, на первый взгляд представляющихся случайными. В действительности, это не случай, а проявление объективного хода развития многих социальных процессов, лишь кажущихся независимыми.

Американская социально-политическая и экономическая жизнь, а также идеология американского общества покоятся на двух «китах»: сильной президентской власти и свободном рынке. Отсюда, в частности, высокий интерес населения к ходу избирательных кампаний и к состоянию рынка. В годы выборов президента динамика электоральных намерений становится главной темой всех средств массовой коммуникации, а колебания индекса Доу-Джонса всегда являются важнейшей темой дня. Наш анализ показывает, что технология, разработанная Хурьей, объединила в себе, синтезировала различные аналитические приемы зондирования мнений электората и приемы изучения трендов рынка акций. Таким образом, его методолого-методический конструкт *соединил* в себе культуру и опыт исследований двух фундаментальных сторон жизни Америки.



Тем же путем, которым Хурья шел к своим политическим исследованиям, до него прошел Чарльз Доу (Charles Henry Dow, 1851-1902) - человек, давший Америке важнейший показатель здоровья ее рынка. Он тоже был журналистом и аналитиком угольных акций. Случайно ли такое совпадение? Нет. Серьезные журналисты, по-сути, всегда были историками и политологами, социологами и экономистами. И они всегда были информированными аналитиками общества.

Доу рано начал работать как журналист и довольно скоро стал известен благодаря публикациям по истории техники. В 1879 году журнал, в котором он работал, направил его Лидвилл, штат Колорадо, где были обнаружены угольные залежи; ему было поручено освещение финансовых проблем угольного бума. Доу быстро приобрел известность в финансовом мире и в 1880 он переехал в Нью Йорк, где на Wall Street продолжил анализ ситуации на рынке угля. Он становится экспертом в этой области и получает доступ к конфиденциальной информации. В 1883 году Доу и его компаньон Эдвард Джонс (Edward D. Jones, 1856-1920) приступили к ежедневной публикации финансовых новостей, и через девять лет их «листок» превратился в газету *The Wall Street Journal*.

В 1880-е годы основным каналом инвестирования денег считались бонды, акции - были новым и трудным для понимания инвестиционным инструментом; люди не могли осознать, что происходит с их акциями и как меняется рынок в целом. Чтобы помочь читателям их новостного издания, Доу решил вычислять среднюю стоимость определенного набора акций, в июле 1884 года он впервые опубликовал значение этого среднего. Тогда оно вычислялось по 11 акциям наиболее крупных железнодорожных компаний. Так возник индекс Доу-Джонса. С годами количество базовых акций увеличивалось, состав набора уточнялся и появлялись специализированные индексы, но общий подход к измерению рынка акций был сформулирован и сразу принят инвесторами.

Доу был общепризнанным интеллектуальным лидером Wall Street, но «теорию Доу» он не писал; она оформилась позже и была сформулирована его друзьями и коллегами, отталкиваясь от опыта Доу в интерпретации колебаний, изменчивости введенного им индекса.<sup>12</sup> Теория Доу раскрывающая принципы и эмпирические правила изучения изменчивости средней, или индекса, может рассматриваться как теоретико-методологический базис трендового анализа Хурья, разработанного им для исследования электоральных намерений.

Доу исходил из многокомпонентности природы изменчивости индекса, и потому его методология включала *фундаментальный* и *технологический* анализ, позволяющий выделять общие, долго действующие факторы изменчивости рынка акций, и краткосрочные тренды. Указывались три составляющих динамики: первая - движение рынка на длительном отрезке времени, т.е. общая тенденция динамики за годы; вторая - краткосрочные изменения индекса: недели или месяцы; наконец, третья - дневные флуктуации, скачки вверх и вниз.

*Методологический каркас* правил изучения рынка акций проступает в логике и технологии политических исследований и прогнозов Хурья; аналогии здесь самые прямые.

Фундаментальный анализ - это оценка политической ситуации в стране и других макрофакторов; технологический - изучение собранной статистики мнений. Обращение к истории голосований - это учет первой гармоника, рассмотрение трендов электоральный намерений в период подготовки и проведения избирательной кампании это аналог изучения краткосрочных трендов рынка акций, а измерение электорального пульса непосредственно накануне выборов - это предметная модификация третьей доувской компоненты. Более того, термин «анализ трендов», во многом передающий суть методологии и технологии Хурья, используется в теории Доу, это синтез фундаментального и технического анализа движения индекса.

Использование информации соломенных и журналистских опросов и выделение трендов мнений избирателей обнаруживается и в схемах, применявшихся за 100 лет до исследований Хурья. Это сходство определяется не только знанием Хурьей публикации *the Harrisburg Pennsylvania* (и, может быть, электоральных исследований в Огайо), но двумя объективными обстоятельствами. Первое - *естественностью* тех «старых» технологий и второе - отсутствием иной информационной базы, чем прото-соломенные и соломенные опросы. Естественность - отметим относительность этого понятия - это аспект *внутреннего совершенства* измерительного метода. Ведь во всех своих составляющих исследовательские стратегии, применявшиеся в первой трети 19 века., и приемы Хурья в целом *отвечали существовавшим представлениям* о научности и строились с учетом объективных возможностей познания социальных процессов.

В течение долгих лет Хурья был сторонником Рузвельта и одним из «архитекторов» его «Нового курса». После 1936 года, в силу несогласия с проводимой Рузвельтом политикой и неприятием стиля деятельности президента, Хурья начал отходить от Рузвельта и в 1937 году оставил работу в его администрации.

На рубеже 1939-40 стал усиливаться его интерес к Республиканской партии. В мае 1940 года его опрос, проведенный по адресам подписчиков *Pathfinder*, показал, что Демократы должны будут выиграть президентские выборы. Многие члены партии, как и Хурья, были против нарушения американской Конституции и относились отрицательно к выдвижению Рузвельта на пост президента на третий срок. Однако в Европе шла война, и партия выдвинула Рузвельта кандидатом в президенты. Ему противостоял Республиканец Венделл Вилки (Wendell Wilkie, 1892-1944), не имевший ни популярности, ни политического опыта Рузвельта. Хурья прекрасно понимал, что его «семейные опросы» не репрезентируют американский электорат, и все же публиковал результаты. По его данным выходило так, что Вилки будет первым: в середине сентября он прогнозировал победу Республиканца в 35 штатах. Анализ трендов подводил его к тому же выводу: последние годы рейтинг Рузвельта падал, а многие из подписчиков его журнала, не голосовавшие в 1936 году, заявляли о поддержке Вилки. Недооценил Хурья и все возраставшую поддержку обществом точки зрения о том, что «посреди реки лошадей не меняют». За три дня до выборов Хурья прогнозировал победу Вилки.

Он кардинально ошибся: Рузвельта поддержало более

ПОЛОВИНЫ избирателей (55%), и он был первым в 38 штатах, проиграв лишь в 10. «Большая тройка»: Гэллуп, Кроссли и Ропер, как и в 1936 году, верно предсказали победу Рузвельта.

Все повторилось через четыре года, когда Рузвельт переизбирался в четвертый раз и ему противостоял сильный республиканский кандидат Томас Девей (Thomas Edmund Dewey, 1902 -1971). Не обладая теми финансовыми и организационными возможностями, которые были у него в годы работы в штабе Демократов, Хурья избрал дешевый, но далеко не оптимальный даже по тем временам вариант построения выборки. Из более, чем трех тысяч графств, он отобрал 28, расположенных в 15 штатах. Учитывались социально-демографические параметры населения этих регионов и история президентских голосований в них с 1900 года. Его предвыборный пресс-релиз прогнозировал преимущество Девея в два миллиона голосов избирателей и 364 голоса выборщиков против 167 за Рузвельта. Новый босс газеты *Pathfinder* не принял этот прогноз и посоветовал Хурье публиковать его от своего имени. Результаты были широко распространены через *Associated Press* под заголовком «Хурья предсказывает победу Девею». Однако и в 1944 году Рузвельт одержал «чистую» победу: за него проголосовали 55% избирателей, и он получил в четыре раза большее число выборщиков, чем Девей. Гэллуп, Кроссли и Ропер, как и в двух предыдущих избирательных кампаниях, дали верный прогноз исхода голосований.

Хурья был потрясен, и если в 1940 году он еще пытался объяснить читателям *Pathfinder* и более широкой общественности причины его неверного прогноза, то в 1944 году - это уже мало кого интересовало, возможно, - лишь методологов изучения общественного мнения и прогнозирования итогов выборов. Тем более, что и сделать это ему было сложно: с журналом пришлось проститься. Еще был крупный успех в 1952 году, когда Хурья точнее многих других предсказал победу Дуайта Эйзенхауэра (Dwight Eisenhower, 1890-1969). Это было ему особенно приятно, так как в тот год Америка крайне скептически относилась к прогнозам, ибо все помнили о крупной неудаче всех полстеров «новой волны», которые в 1948 году не смогли предсказать победу Харри Трумэна (Harry Truman, 1884-1972).

Однако это достижение Хурья слабо отражено в летописи развития практики изучения общественного мнения. В 1936 году наметился, а к концу 40-х в целом завершился процесс смены исследовательской парадигмы и сформировалось новое отношение к технологии измерения общественного мнения. Соломенные опросы в их классическом варианте окончательно ушли в прошлое, а зондажи, построенные с учетом требований математической теории выборочного анализа были приняты и академической средой, и обществом. Именно это, на наш взгляд, и объясняет все случившееся позже: отсутствие интереса к деятельности Хурья и его фактическая неизвестность.

Но историческая справедливость будет восстановлена. Опыт Хурья - важнейшая составляющая процесса становления *внутренне совершенной технологии* изучения общественного мнения и прогнозирования электорального поведения. Причем в равной мере заслуживают внимания - что в истории науки обычно и наблюдается - и достижения Хурья, и его неудачи.

Представляется, что в методолого-инструментальном отношении аналитическая процедура Хурья является *высшей точкой методического оформления* соломенных опросов. Ведь он не уходил от них, он активно использовал их результаты, *доставляя* их своими *нововведениями*. Во-первых, качественно-количественными исследованиями *многолетней статистики выборов* президентов и конгресса; во-вторых, *многокритериальным взвешиванием* сырых результатов соломенных опросов; в-третьих, приемами *прото-контент анализа* электоральной прессы; в четвертых, *теоретико-эмпирическими методами* изучения трендов, разработанных и проверенных в течение нескольких десятилетий аналитиками рынка акций; в пятых, принятыми в горно-добывающей отрасли *приемами выборочных исследований*, в частности - выводами о работоспособности малых выборов.

В совокупности все это указывает, на пионерную природу методов Хурья и объясняет его успех в прогнозе итогов президентских выборов 1932, 1936 и 1952 годов, а также - в предсказании результатов выборов в конгресс в 1934, 1938, 1942 и 1946 годах.

Вместе с тем все методические шаги Хурья вели посути, лишь к *ad hoc* расширению, модификации технологии соломенных опросов: до 1936 года основной его информационной базой были материалы зондажей Литерари *Дайджест* и изданий Херста, а с начала 40-х - итоги «семейных опросов» *Pathfinder*. Когда Хурья утратил возможность во всем объеме использовать все разработанные им приемы, качество его измерительно-аналитического инструмента резко снизилось. Произошли принципиальные, закономерные, не случайные сбои в его прогнозах итогов избирательных кампаний. Нарушение *внутреннего* устройства измерительной технологии отразилось в отсутствии *ее внешнего оправдания*.

Думается, что оценка вклада Хурья в технологию и культуру изучения общественного мнения может быть более верной, если попытаться точнее охарактеризовать мотивацию и характер его деятельности. Безусловно Хурья изучал мнения людей, но он не был исследователем общественного мнения, ибо не стремился раскрыть природу общественного мнения, или, подобно Гэллапу, создать инструмент измерения пульса демократии. Хурья зондировал установки, но в крайне узкой предметной области. Опросы не были его бизнесом и потому лишь условно его можно называть полстером.

Прежде всего Хурья был политическим аналитиком, видевшим конечную цель своей деятельности в предсказании победителя общенациональных выборов: человека (президента) или партии. И изучение общественного мнения не было для него самостоятельным, замкнутым на себя процессом, а важнейшим элементом прогностической процедуры. Одновременно Хурья был консультантом, и знание политических установок населения было непременным условием его работы.

Именно в этих двух областях Хурья добился *выдающихся* результатов. Современные аналитики электоральных установок и поведения избирателей используют «дух и букву» его прогностической технологии. Дискуссии с

Хурьей ПОМОГЛИ Гэллапу уйти от «относительно» малых - в сравнении с многомиллионными *выборками*. *Литерари Дайджест* - выборки при проведении общенациональных опросов к современным «малым» объемам выборочных совокупностей. Высочайшая оценка его консультативной деятельности заключена в словах видного современного политолога Р. Эйзингера, по мнению которого, опросы Э. Хурья для Ф. Рузвельта и Х. Кэнтрила в годы Второй мировой войны «сигнализировали о рождении президентских опросов и...преобразовали президентскую власть и американскую политику».<sup>13</sup>

Не приходится сомневаться в том, что имя Эмиля Хурья навсегда вписано в историю исследований общественного мнения в 20 столетии.

#### Литература

- 1 Holly M. G. The Wizard of Washington; Emil Hurja, Franklin D. Roosevelt and the birth of public opinion polling. Palgrave. NY, 2002.
- 2 Кузнецов Б.Г. Эйнштейн. Изд-во АН СССР. М., 1963, с. 117-135.
- 3 Докторов Б. Дж. Гэллуп - наш современник: к 100 летию со дня рождения. «Телескоп»: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев», 2000, №2, с.2-18; Джордж Гэллуп: «Мне всегда нравилось изучение рекламы». «Телескоп», 2000, №6, с.2-18; Они сильнее других хотели знать, как работает реклама. «Телескоп», 2001, №4, с.2-18; Гэллаповское наследие: прошлое и настоящее одного из наиболее известных социологических индексов. (Статья 1). «Телескоп», 2001, №6, с.30-41; Гэллаповское наследие: прошлое и настоящее одного из наиболее известных социологических индексов. (Статья 2). «Телескоп», 2002, №1, с.26-36.
- 4 Докторов Б.З., Ослон А.А., Петренко Е.С. Эпоха Ельцина: мнения россиян. Институт Фонда «Общественное мнение». М., 2002.
- 5 Odegard P. The American Public Mind. Columbia University Press, NY, 1930, p. 28.
- 6 Kindleberger Ch. P. Manias, Panics, and Crashes. A History of Financial Crises. 3rd Ed., J.Wiley & Sons. 1996. Schwager J.D. Market Wizards. Harper Business. New York, 1993. Schwager J.D. The New Market Wizards. Harper Business. New York, 1994. Leckey A. The Morningstar Approach to Investing. Warner Books. New York, 1997.
- 7 Holly M., page 46.
- 8 Holly M., page 53.
- 9 Farley J. Behind The Ballot. Harcourt, Brace and Company, NY, 1938, p. 323-324; Smith Ch.W. Public Opinion in a Democracy. A Study in American Politics. Prentice-Hall, NY, p.399-400.
- 10 Gallup G., Rae S. The Pulse of Democracy. NY, 1940, p.34-35.
- 11 Kernell S. Life Before Polls: Ohio Politicians Predict the 1828 Presidential Vote. *Political Science & Politics*, Summer 2000, pp. 569-574.
- 12 Rhea R. The Dow Theory. New York: Barron's, 1932.
- 13 Eisinger R., Brown J. Pooling as a Means towards Presidential Autonomy: Emil Hurja, Hadley Cantril and the Roosevelt Administration. *International Journal of Public Opinion Research*. 10, no.3 (1998).