Алексей Фирсов.

Оригинал статьи.

Социолог Алексей Фирсов — о том, почему американские социологи уверенно ставили на Клинтон.

Американские выборы показывают, что социология теряет чувствительность к обществу. Причем речь идет не только об анкетных данных, а о понимании предмета своего изучения в целом. Социологи проспали рост правых движений в Европе. Социологи ошибочно предсказали результаты референдума по Brexit. Социология уверенно ставила на победу Клинтон в США. И вот — машина прогнозирования перестает работать. Если бы такое случилось в России, критики легко нашли бы целый ряд сугубо «домашних» причин. Но мы видим этот процесс в глобальном масштабе.

Почему это происходит?

Первое. Социология привыкла опираться на рациональные мотивы поведения. Она упрощает человека; только немногие специалисты научились включать в анализ иррациональный фактор. В какие-то моменты истории люди действительно склонны действовать линейно. Но эта линейность начинает их психологически утомлять. Появляется подозрение, что «за нас всё решили». Возникает внутренняя потребность разрыва. Стабильность перестает казаться ценностью, наоборот, появляется потребность в радикальной смене картины. Нужен сильный миф, который проецируется в будущее. Возможно, эта причина покажется слишком психологичной. Но она реально действует. И, кстати, гениально описана нашим классиком Федором Достоевским в «Записках из подполья»: «А не послать ли, господа, нам всю эту гармонию к черту?».

Второе. Накопленное раздражение от элит. Национальные элиты перестают восприниматься населением как ориентиры общественного развития их стран. Они трансформировались в

особую касту, более озабоченную своими глобальными позициями, чем национальными интересами. У высших классов США и Европы гораздо больше общего, чем у той же американской элиты с жителями средних штатов. Поэтому появился четкий запрос на контрэлиту: на тех представителей политического класса, которые примут более традиционную, национальную повестку, начнут символизировать единство со своим народом, пусть даже проигрывая в респектабельности. Да, во всеамериканском варианте – ходить в «Макдоналдс», весело ржать над простецкими шутками, заметно реагировать на другой пол. Новым трендом может стать как раз отвращение к лоску и гламуру.

Третье. В обществе сформирован «панцирь» социально приемлемого поведения, который определяет границы политкорректности. При встречах с социологами работает именно этот защитный экран, он отражает в нужном направлении вопросы исследователей, реагирует на них социально приемлемыми ответами. Люди, к примеру, не признаются, что готовы голосовать за Трампа. Однако на избирательных участках срабатывает «точка свободы»: избиратель отказывается от навязанной нормативности, голосует уже на основе своего политического, эстетического или иного инстинкта.

Четвертое. Медийные инструменты перестают играть доминирующую роль. Отчасти снижение их влияния связано с возможностями социальных сетей. Но причина еще и в том, что традиционные СМИ воспринимаются как инструменты влияния элит. Это другой мир, другие проблемы, другая жизнь. В США, впрочем, велика роль местных СМИ, которые выполняют связующую роль между общегосударственной и локальной повесткой. Но общенациональные ресурсы перестают контролировать поведение избирателей. А позиции социологов (людей, безусловно, мыслящих, начитанных, подключенных к признанным информационным источникам) в значительной степени формируются этим сегментом СМИ.

Можно продолжать этот перечень, но обобщенно проблема в следующем. Традиционная социология приобрела в целом «фабричный» характер. Она получает заполненные анкеты,

специальные программы их обрабатывают, строятся компьютерные алгоритмы и модели, и вот – результат. Теряется навык живого вглядывания, погружения в социальную материю. Навык понимания. Поэтому, как заметил один американский эксперт, «опросы оказались просто цифрами».

Политическая жизнь не является просто суммой слагаемых: социология в нашу пользу, СМИ за нас, сеть штабов сильнее, денег больше – результат гарантирован. К счастью, в мире еще остается пространство для свободы, непредсказуемости.

Что требуется от социологов в такой ситуации? Выйти из кабинетов, повышать личную чувствительность к социальной среде. Изменить язык описания этой среды. Существенно менять методики. Освобождать собственное сознание от стереотипов, которые оказывают прямое влияние на результат исследований. Комбинировать свою работу с работой социальных психологов, специалистов по коммуникациям, психолингвистов. Большая работа для большой отрасли. И, кстати, в России, где развит навык синтетических решений, есть основа для того, чтобы стать активными участниками этого процесса.