

Социология в избирательных процессах

В произведении Юрия Олеши «Три толстяка» есть песенка, суть которой сводится к тому, что все на свете знает доктор Гаспар Арнери. Вряд ли сейчас какой-нибудь ученый рискнет утверждать, что ему ведомы ответы на все вопросы. Но есть наука, которой просто по самому факту существования положено знать все об обществе или, по крайней мере, об общественном мнении. Конечно, речь идет о социологии. Потому и ответственность социологов как ученых также должна быть высока, особенно в судьбоносные периоды развития страны, какими являются избирательные кампании. О социологической работе именно во время выборов и шел разговор в ходе круглого стола, организованного редакцией журнала «Беларуская думка».

— **Социология дает богатую пищу и политикам, и журналистам для размышлений и последующей работы. В чем основное отличие деятельности социологов во время избирательной кампании?**

Д. РОТМАН: Что касается чисто научных проблем, то здесь особых отличий нет. А вот относительно использования полученных данных и их значения, пожалуй, есть. Оно заключается в том, что результаты исследований предельно важны для государственных структур и общественных организаций, для всех избирателей, потому что они предоставляют информацию о ходе избирательного процесса. Кроме того, социологические исследования дают возможность прогноза. И сегодняшнее социальное исследование отличается от того, каким оно было 20 или 40 лет назад. Если ранее считалось, что достаточно одного метода для получения результата и построения прогнозных моделей, то теперь мировой опыт развития социологии как науки показывает: этого мало. Социологические службы должны, во-первых, проводить сбор информации с применением как количественных, так и качественных методов. Имеются в виду экспертные опросы, групповые фокусированные интервью, глубинные интервью, массовый опрос – и это все в сочетании. Так мы уточняем полученную в ходе массового опроса информацию, правильно формулируем

варианты ответов и сами вопросы, повышая уровень их валидности.

Предельно важно наличие у социологических служб, проводящих подобные исследования, данных о прошлых избирательных кампаниях. Динамика, сравнение, глубокий анализ, правильный прогноз невозможны без таких сопоставлений. Скажем, наш центр проводит электоральные исследования с 1989 года. И сейчас мы создали новый метод, который уже начали применять в других странах. Речь о социологической реконструкции событий прошлого.

Итак, главным методологическим принципом анализа социологических данных в электоральный период является сравнение результатов. Если такая возможность есть, то повышается и адекватность выводов, и качество информации, и уровень исследования в целом. Мы не должны забывать, что социологическое исследование призвано ответить на четыре вопроса: что происходит? Почему это происходит? Что нужно сделать для того, чтобы снять негативные последствия того, что происходит? Что будет в будущем? Если ответы на эти вопросы получены, значит, исследование состоялось.

— **Ответственность социолога на таких важных, порой судьбоносных этапах жизни общества, как выборы, возрастает. Но, очевидно, речь идет не только о моральных обязательствах, но и о юридических. Каким образом регулируется**

деятельность социологических служб в электоральный период?

И. КОТЛЯРОВ: Для начала немного личной истории. Ровно 20 лет назад меня выдвинули кандидатом в депутаты Верховного Совета 13-го созыва по Пуховичскому избирательному округу. Я никогда раньше не был в Марьиной Горке, но приехал туда и провел большое социологическое исследование, определил проблемы, которые существуют в этом округе. Затем моя группа поддержки наметила, как их решать. Такой подход позволил мне одержать победу среди 12 кандидатов. Так что электоральная социология – крупнейшее оружие в политической борьбе, но... только для слабых кандидатов. Ведь если бы я изначально знал местные проблемы, то не понадобилось бы проводить социологические исследования. В Беларуси на президентских выборах главный кандидат – очень сильный, он знает все проблемы общества. Ничего нового социология ему не подскажет.

В то же время целый ряд «социологических структур» пытаются использовать предвыборную ситуацию для решения своих собственных проблем. Поэтому в 2002 году решением Совета Министров была учреждена Комиссия по опросам общественного мнения при Национальной академии наук Беларуси, которая осуществляет аккредитацию тех социологических структур, что желают проводить исследования во время выборов президента, парламента, проведения референдумов, а также изучать социально-политическую ситуацию в целом. В состав Комиссии входят все ведущие социологи страны. На сегодня там аккредитованы четыре организации: Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь, Центр социологических и политических исследований БГУ, Могилевский институт региональных социально-политических исследований и Институт социологии НАН Беларуси. Список не закрыт, однако те структуры, которые создались «на кухне», где нет подготовленных кадров, через Комиссию не пройдут. Работа Комиссии проходит открыто, и любой журналист может побывать на ее заседаниях.

С. МУСИЕНКО: Судьбой мне была уготована миссия провести первый экзитпол в Беларуси на референдуме 2004 года. Затем мы проводили такие же исследования в 2006 и

2010 годах. Поэтому есть чем поделиться. Но для начала хотел бы заострить внимание на интересном прецеденте, имевшем место во время президентских выборов в Польше. Анджей Дуда, кандидат от партии «Право и справедливость», в марте, по социологическим данным, имел 12-процентный рейтинг, в апреле ему давали 15 %, в начале мая, за две недели до выборов, – 29 %. Многие авторитетные специалисты утверждали, что это потолок. Но на выборах, во втором туре, он победил действующего президента с результатом почти 52 %. Вот вам профессиональные оценки и рейтинги. Причем там работали как международные компании, так и польские. И все они ошиблись.

– **Как вы считаете, почему так получилось?**

С. МУСИЕНКО: А вот это как раз предмет для серьезного размышления. За две недели двукратный рост рейтинга?! Может, методика хромает? Или она была «заточена» под победу Бронислава Коморовского? На мой взгляд, это серьезный и урок, и вызов для соседней Польши. Нужно внимательно посмотреть и на развитие науки, и на отношение социологов к делу. Впрочем, такие случаи бывали в США, во Франции и в других странах.

– **А как обстоят дела в Беларуси? Есть ли вероятность повторения польского прецедента, или все же наша социология находится в лучшем положении?**

С. МУСИЕНКО: На мой взгляд, у нас все более благополучно. Но как только начинается самоуспокоение, ослабление, то и случаются неожиданные ситуации. Я был в Варшавском университете буквально за две-три недели до выборов, общался с людьми, и у меня не было ощущения, что у Коморовского большая поддержка, около 63 %, как ему предсказывали. Надо глубже изучать мнение людей и опрашивать не только какой-то узкий круг.

В. ЛИТВИНОВИЧ: На самом деле, проблема, которую обозначил Сергей Григорьевич, весьма актуальна, и никакого самоуспокоения быть не должно. Действительно, в электоральных исследованиях, да и вообще в прикладной социологии, значительное место занимает система выборочных опросов, то есть когда опрашивается не все население, а какая-то его часть. И здесь возможны ошибки, а задача профессионалов – свести их к минимуму. Что касается польской

ситуации, то там все неоднозначно. Если проанализировать результаты поллстеров (структур, осуществляющих электоральные исследования), которые накануне и во время избирательной кампании выдавали какие-то рейтинги, то можно заметить любопытную тенденцию. Накануне избирательной кампании Коморовский имел преимущество, а уже по ее ходу он его терял, а Дуда набирал. Общественное мнение – явление очень динамичное, особенно в наше время, и под влиянием различных поводов настроения населения могут меняться. Чтобы объективно оценивать ситуацию и понимать, что происходит с общественным мнением, нужно активно использовать инструменты, позволяющие выявить эту динамику. Если бы замеры происходили накануне выборов, то они показали бы преимущество Дуды. Подтверждением этого является экзитпол. И в первом туре голосования поллстеры говорили о серьезном прорыве и победе Дуды. Понимаете, ведь исследования проводятся волнами, с какой-то периодичностью.

А. ДЕРБИН: Самые точные электоральные исследования – это максимально близкие к моменту самих выборов, то есть экзитполы. Конечно, информационные потоки, которые воздействуют на население, влияют на динамику настроений избирателей. Социологическое исследование немножко не поспевает за этим, поэтому могут быть ошибки. Но в современном мире разработаны и другие, может быть, не совсем социологические методы. Речь о пиллметрии, позволяющей в какие-то моменты выявлять настроения лиц, которые смотрят те или иные передачи или реагируют на различные информационные вбросы. Это более оперативный инструмент замера настроений людей.

В целом же социологическое сообщество активно противостоит тому, чтобы исследовательские данные использовались как инструмент политической борьбы. Профессиональная честь и этикет не позволяют делать определенных вещей, которые бы нанесли ущерб социологии как науке и бросили бы тень на авторитетные институты и центры.

Д. РОТМАН: Кстати, ситуация, аналогичная польской, сложилась в Великобритании, где на парламентских выборах предсказывали поражение консерваторов, а вышло все наоборот. Поэтому еще раз повторю: исследование ни в коем случае не должно давать

только какие-то точечные результаты. Это неправильно! Нужен анализ, следует получать данные о проблемных ситуациях, и кандидаты должны учитывать их в своей деятельности, выступлениях перед избирателями. Если этого не происходит, то электоральное пространство сужается. Можно сказать одно неудачное слово, и весь расклад поменяется. Насколько я понимаю, что-то подобное произошло в Польше. Коморовский за два дня до выборов излишне критиковал Россию, а это не понравилось сельхозпроизводителям, страдающим от ответных санкций.

– Так ведь и Анджей Дуда, мягко говоря, не отличается особыми симпатиями к России!

Д. РОТМАН: Нет, он говорил более мягко и не вызывал у людей ощущения, что сейчас возникнут проблемы, которые продолжат мешать поставкам польской сельхозпродукции в Россию. И последовала мгновенная реакция! Нужно изучать ситуацию, анализировать и предсказывать, что может измениться, если не предпринять необходимые меры. Вот что мы должны делать, а не просто фиксировать какие-то цифры.

И. КОТЛЯРОВ: Этим социология должна заниматься всегда, а не только во время выборов. И я не могу согласиться с мнением коллег, будто общественное мнение подвержено высокой динамике. Наоборот, оно очень консервативно. Одно сказанное слово не может повлиять на настроения целого региона. К сожалению, политики часто пытаются использовать социологию в своих целях. Приведу пример из собственной практики. Год назад многие украинские новостные сайты написали, что Институт социологии НАН Беларуси провел в Луганской области социологическое исследование, которое показало негативное отношение большинства жителей к ЛНР. Мы прокомментировали, что не проводили подобных исследований. И вновь заявление о том, что Институт социологии подтвердил полученные результаты. Такая ситуация продолжалась около месяца. Это типичный пример, когда социология против воли самих ученых используется в политических целях. Перед выборами таких откровенных провокаций может быть очень много.

– Мы уже затрагивали тему экзитпол. Наверное, это самая политизированная часть социологических исследований в избирательный период. В Сербии,



Игорь КОТЛЯРОВ,
директор Института
социологии НАН Беларуси,
доктор социологических
наук, профессор



Давид РОТМАН, директор
Центра социологических
и политических
исследований БГУ, доктор
социологических наук,
профессор



Сергей МУСИЕНКО,
директор аналитического
центра ЕсооМ

Грузии, Украине они использовались как повод для начала «цветных революций». Какой должна быть методика проведения экзитполов, чтобы не допустить повторения таких ситуаций?

С. МУСИЕНКО: Порядок с этим надо наводить. Хотя на последнем киевском Майдане мы увидели, что даже без использования экзитполов можно вывести людей и свергнуть власть. Но хочу вернуться к польскому прецеденту и ответственности социологов. Я не слышал, чтобы какой-то авторитетный польский социолог съел шляпу или подал в отставку в связи с победой Дуды, которую он не сумел предсказать. А ведь был еще один кандидат – рок-звезда Павел Кукиз, которому все специалисты давали 4–5 %, а он получил 20! Кто сумел это объяснить?

Мы проходили подобное в 2006 году, когда в Левада-центре заявили, что провели телефонный опрос накануне выборов Президента Беларуси. Ну как к этому относиться? Из Москвы кто-то кому-то якобы позвонил в Беларуси и выдает это за серьезное исследование. Естественно, таким фактам надо давать правовую оценку. Нельзя допускать тиражирование недостоверной информации в СМИ. Что касается экзитполов, то их могут проводить те структуры, которые имеют соответствующую базу. Скажем, на выборах президента США в 2008 году наш центр приглашали проводить экзитполы. Проект получил поддержку на уровне Демократической партии. Мы уже вели подготовку американских, канадских, британских специалистов. К сожалению, тогда экзитполы в США запретили. Это, кстати, к вопросу о развитости демократии и претензиях, которые к нам предъявляют те же Соединенные Штаты. У нас, как известно, экзитполы на выборах не запрещены.

– Вопрос к представителям ИАЦ. Ваш центр в проведении экзитполов не участвует. Это принципиальная позиция?

А. ДЕРБИН: Это не наша специализация. Экзитполы проводятся целым рядом других организаций. Мы в основном занимаемся регулярными социологическими исследованиями по наиболее важным социально-экономическим и политическим проблемам.

С. МУСИЕНКО: Экзитполы – это все-таки срез и проверка деятельности государства на выборах. И как государственная структура может их проводить? Тут и доверия

меньше будет. Поэтому я считаю, что такая позиция ИАЦ вполне разумна. Когда экзитполами занимается негосударственная структура, то это метод общественного контроля, который показывает открытость и гласность в стране.

И. КОТЛЯРОВ: Уместно напомнить, как проводится экзитпол. Его заказывает какая-то структура, как правило, СМИ, но не государство. Закажут нам, будем проводить, но это очень сложная работа: нужны методики, люди, технологии. Если технологию не соблюсти, то не будет точных данных. Естественно, такие исследования должны проводить организация, аккредитованная Комиссией при НАН.

Д. РОТМАН: Любые социологические исследования проводятся либо по заказу какой-то организации, либо по инициативе социологической службы, если она имеет для этого средства. Это означает, что данная служба должна быть достаточно профессиональной, чтобы не врать, соблюдать методологические принципы. Что касается экзитполов, то мы сможем их проводить, если будет заказчик и финансирование. И еще. Инструкция категорически запрещает кому бы то ни было озвучивать результаты экзитполов до завершения голосования. Только через 20–30 минут после закрытия избирательных участков они могут быть оглашены, но не социологами, а заказчиком исследования. На прошлых президентских выборах в Беларуси была привлечена украинская компания ТНС. Заказчиком выступил телеканал ОНТ, и первые сведения по результатам экзитпола были озвучены на ток-шоу в 20 часов 20 минут. Там же присутствовал руководитель исследования профессор Николай Чурилов, и к нему можно было обратиться с вопросами.

Что касается деятельности Комиссии при НАН, то ее функция заключается в полной аналитической проверке любой социологической службы на профессионализм, на умение проводить социологические исследования, связанные с общественно-политическими процессами.

С. МУСИЕНКО: На мой взгляд, экзитполы – очень интересное дело. А трудности только облагораживают и укрепляют дух. Если заказчик у нас появится, то мы готовы поучаствовать в их проведении и на этот раз.

– Если пройдет аккредитацию во все той же Комиссии...

С. МУСИЕНКО: Придает уверенности то, что коллектив нашего центра профессионален и работает в практически неизменном составе более 10 лет. Заместитель руководителя центра – авторитетный профессионал доктор социологических наук С.А. Шавель.

В. ЛИТВИНОВИЧ: Экзитпол как явление обладает несколькими функциями. Во-первых, это форма общественного контроля за ходом голосования. Во-вторых, в некоторой степени информационно-развлекательное действо. В США объявление результатов экзитпола превращается в шоу, когда по очереди по штатам объявляются результаты, и это публикой воспринимается либо с восторгом, либо с разочарованием. Но и там специалисты ошибаются. В 2004 году на президентских выборах результаты экзитполов давали победу Керри, а в итоге победил Буш. Как уже прозвучало, в Грузии, Украине поводом для начала «цветных революций» являлись результаты экзитполов. Поэтому во многих странах стремятся максимально снизить возможные манипуляции с данными экзитполов. В России в сам день выборов запрещено объявлять какие-то электоральные рейтинги. Во Франции существует комиссия, аналогичная нашей. Организация, которая собирается проводить какие-то электоральные исследования, обязательно предоставляет туда данные и подписывает декларацию, что будет следовать в своей работе определенным требованиям. Большую роль играют профессиональные общественные структуры, которые создают стандарты. В России, США насчитываются тысячи организаций, изучающих общественное мнение. Наш рынок социологических исследований небольшой, деятельности Комиссии при НАН вполне достаточно.

– Но как обычному гражданину разобраться, где адекватные социологические данные, а где совсем наоборот? Ведь в публикациях в СМИ не указывается, аккредитована ли организация, предоставившая сведения, Комиссией при НАН.

Д. РОТМАН: Тут есть определенная проблема. Недавно «Народная воля» поместила статью «Ці падтрымае Давід Ротман сваю рэпутацыю?», в которой использованы термины «государственные» и «негосударственные», или «независимые» социологические службы. Я считаю, что это в корне неверно. Есть профессиональные структуры, а есть непо-

нятно какие. Между профессионалами могут проходить дискуссии, но только на общей методологической основе. Все участники профессионального сообщества обращаются в нашу Комиссию за аккредитацией. Таким образом мы проверяем сами себя, уровень своей профессиональной грамотности и организационных возможностей. В первую очередь это касается тех исследований, которые затрагивают все общество.

– А отказывала ли Комиссия при НАН кому-то в аккредитации?

И. КОТЛЯРОВ: Конечно, такие случаи были. Потом шли жалобы. Но процесс абсолютно открыт и прозрачен. Поэтому каких-то громких скандалов и не случилось. Все объективно.

А. ДЕРБИН: Есть те, чья работа видна, и те, чьи результаты появляются практически из ниоткуда. Здесь срабатывает и такой неожиданный критерий. Те, кто проводит регулярные опросы, попадают в поле зрения бдительных граждан или даже правоохранительных органов. Нередки ситуации, когда наших интервьюеров спрашивают сотрудники милиции, кто они такие и чем занимаются. А есть структуры, об опросных сетях которых никто ничего не слышал.

– То есть можно сказать так: если вашего интервьюера не сдали в милицию, то у вас сети нет?

А. ДЕРБИН: Это слишком утрировано. У аккредитованных структур есть определенные атрибуты, в том числе документы, которые обязан иметь при себе каждый интервьюер. У него должно быть удостоверение установленной формы, в котором отражено, какую социологическую службу он представляет, что именно делает. Естественно, там должна стоять печать организации, присутствовать иные признаки.

В. ЛИТВИНОВИЧ: Я Алексея Павловича поддерживаю. За год несколько раз нашим интервьюерам приходилось иметь дело с органами внутренних дел, когда бдительные граждане, видя каких-то незнакомых людей, которые с анкетами звонят в квартиры, обращались в милицию. Там, конечно, отреагировали. Но когда есть документы (а паспорт и удостоверение у сотрудника социологической службы должны быть всегда), то разобраться не составляет проблемы.

– А сколько таких интервьюеров должно насчитываться в социологической сети?



Алексей ДЕРБИН,
директор
Информационно-
аналитического центра
при Администрации
Президента Республики
Беларусь



Владимир ЛИТВИНОВИЧ,
начальник управления
социологических
исследований
Информационно-
аналитического центра
при Администрации
Президента Республики
Беларусь

В. ЛИТВИНОВИЧ: Все зависит от того, какие задачи стоят перед исследованием. В ИАЦ мы много внимания уделяем контролю за деятельностью наших интервьюеров. Не секрет, что бывают проблемы в их работе. Для того чтобы минимизировать последствия от недобросовестных действий, мы стараемся давать меньше бланков анкет. Соответственно, обратная сторона медали – необходимость задействовать большее количество интервьюеров.

А. ДЕРБИН: Создать опросную сеть и затем контролировать ее сложно, а сделать это из-за рубежа практически невозможно. У нас есть специальные уполномоченные люди, контролирующие работу интервьюеров. Они перезванивают тем, кого опрашивали, и уточняют, действительно ли это имело место.

Д. РОТМАН: Есть два понятия: внутренний и внешний контроль. Внутренний контроль осуществляет организация, которая проводит исследование и проверяет качество работы своих интервьюеров. А внешний – представитель заказчика, неважно, отечественного или зарубежного, методом повторного посещения, а чаще всего телефонным обзвоном участников опроса, отобранных случайным образом по маршрутным листам. Каждый интервьюер имеет так называемый маршрутный лист. На нем записывают адрес, куда он ходил, с кем он разговаривал: пол, примерный возраст и, как правило, номер телефона, если человек соглашается его дать.

Теперь об экзитполах. На прошлых президентских выборах в Беларуси было примерно 6500 избирательных участков. С помощью специальной математической формулы было рассчитано число участков, которые должны были попасть в выборку. Получилось 360 участков. Они были распределены пропорционально числу избирателей по областям. Примерно такой же подход должен быть применен и на нынешних выборах. На каждом из отобранных избирательных участков должны работать три человека: один старший и два интервьюера, которые подменяют друг друга.

Что касается арестов интервьюеров, то такие случаи бывали. Но не обязательно сразу вызывать милицию, достаточно просто проверить документы. Есть еще одно неприятное обстоятельство. В некоторых маленьких городах следом за нашими

людьми начинали ходить по квартирам представители различных сект, которые представлялись именем нашего Центра. К сожалению, такое есть, поэтому просто обязательно проверять документы. В их число входит и копия свидетельства Комиссии при НАН.

С. МУСИЕНКО: Относительно того, можно ли организовать опрос из-за границы, практика показывает, что ничего невозможного нет, но это затруднено целым рядом обстоятельств, которые коллеги уже осветили. Скажем, работая в сельской местности, в малом населенном пункте, невозможно остаться незамеченным. Но, видимо, для кого-то проще придумать результаты, сидя за чаем.

Я бы вернулся еще к вопросу про экзитпопы. Это живое дело, ему нет еще и полувека. Методику придумал Уоррен Митофски, применив ее в 1967 году на выборах губернатора штата Кентукки, а в 1972 году она была использована в США на общенациональном уровне. Отец-основатель постоянно вносил какие-то новации в свое изобретение, тот же «телефонник» он придумал. Мы тоже не стоим на месте. Нашим опытом пользуются коллеги в России, в Европе. Сейчас ведем переговоры с американскими университетами о проведении исследований, то есть это открытое свободное дело. И не нужно к экзитполам относиться как к догме.

– Из нашего разговора становится очевидным, что, наряду с ученым, ключевой фигурой в проведении социологических исследований, в том числе электоральных, является интервьюер. Каковы критерии отбора этих людей?

С. МУСИЕНКО: Это должен быть человек, который может подойти, задать вопрос кому угодно, получить ответ... Кстати, белорусское общество открыто к опросам, хотя есть предубеждение, что это не так. Самое удивительное, что как раз в глубинке люди рассказывают гораздо больше, чем предполагает опрос: и о жизни, и о водопроводе, и о дорогах. Там зачастую даже анонимные анкеты подписывают.

И. КОТЛЯРОВ: Начнем с того, что солидные социологические структуры стремятся сохранить свой престиж, а это серьезный фактор, удерживающий от всякого рода подтасовок. И все без исключения социологические исследования, которые публикуются в СМИ, должны содержать несколько аспектов. Первое – какая структура про-

водила. Второе – место и время. Третье – четкий и конкретный вопрос и обязательно ответ. Наш Институт социологии никогда не принимает заказы на исследования непонятного свойства. Да, мы проводим в год по 8–10 коммерческих исследований. Причем платят за это большие деньги. Но мы даже отказываемся от некоторых социологических исследований. Народ у нас умный и прекрасно понимает, делает выводы, какой структуре можно доверять, а какой нет.

Далее. Действительно, в сельской местности хорошо можно проконтролировать, проводилось ли там реальное социологическое исследование. С тем же НИСЭПИ, который базируется в Вильнюсе, мы никогда в сельской местности не пересекались, и совершенно непонятно, как эта структура проводит исследования.

Если говорить о социологической сети, то это самая большая проблема. Найти человека, который готов по 5–6 часов собирать данные, приходиться к людям (причем в городах могут и не пустить, не открыть двери) крайне сложно. Мы подбираем таких сотрудников, обучаем. Как правило, среди интервьюеров много людей пенсионного возраста, учителей, работников почты. С ними надо постоянно работать. Кстати, интервьюеру категорически запрещено помогать респонденту отвечать на вопросы, подсказывать.

Для сравнения скажу, что в украинской социологии сейчас сложилась тревожная ситуация. У нас такого и близко нет, и люди чувствуют наш профессионализм. Кстати, здесь, на круглом столе, присутствуют представители исследовательских структур, которые активно взаимодействуют. Мы активно контактируем и с нашими заказчиками, скажем, с Министерством культуры, чьи представители постоянно бывают у нас на ученых советах. И они говорят, что рады нашим исследованиям и ждут их.

– А что нужно еще сделать, чтобы не допустить такой ситуации, как в Украине, то есть не скатиться до войны созданных, не потерять репутацию социологии? Нужны ли в Беларуси законодательные инициативы, или всего хватает?

А. ДЕРБИН: Сложившаяся у нас ситуация вполне удовлетворительна. Есть Комиссия при НАН, там работают авторитетные люди, способные оценить ту или иную социологическую структуру, которая претендует на занятия электоральными исследованиями. Кроме того, Кодекс об административных



правонарушениях устанавливает ответственность за проведение опросов по избирательной и общественно-политической тематике без получения аккредитации. С другой стороны, у нас есть здоровое профессиональное сообщество, которое взаимодействует и в Минске, и в регионах. Таким образом, все необходимое в наличии.

В. ЛИТВИНОВИЧ: Поддержу коллегу в том плане, что более тесное взаимодействие должно приводить к обсуждению тонких методических моментов, которые будут не так интересны широкой публике, но представляют большой интерес для профессионалов. И этот процесс идет, может быть, не так интенсивно.

А. ДЕРБИН: Коль скоро затрагивается тема грядущих выборов, я хотел бы озвучить данные нашего опроса в феврале текущего года. Итак, 91,2 % респондентов заявили: они знают, что в 2015 году в стране пройдут президентские выборы, 89,3 % сказали, что планируют принять участие в выборах. Это характеризует и ответственное отношение наших граждан к избирательному процессу.

С. МУСИЕНКО: Я не вижу никаких особых проблем, чтобы выполнить все требования Комиссии по аккредитации. Они разумны и правильны.

Д. РОТМАН: Хочу обратиться ко всем гражданам нашей страны, чтобы они, проверив документы, все-таки разговаривали с со-

циологами, а самое главное – честно отвечали на вопросы. Потому что эти опросы делаются не только для заказчика, но и для государства в целом, для наших людей, жителей Беларуси, чтобы выявить и устранить проблемы, которые их волнуют.

И еще одно предложение. В России есть День социолога, я предлагаю и у нас ввести такой профессиональный праздник. Тогда значительная часть электората будет понимать, кто такие социологи, лучше к нам относиться и, соответственно, честнее отвечать.

– Учитывая близость двух дисциплин, социологии и политологии, предлагаю назвать праздник – День социолога и политолога.

Д. РОТМАН: Принимается!

В. ЛИТВИНОВИЧ: В любом случае социологические данные до народа доносят СМИ. Часто журналист не до конца разберется в итогах или же увидит там противоречия, которых не существует. Отсюда возникает актуальная проблема медийной интерпретации. В России вопрос был решен, когда на факультете журналистики появилась дисциплина, связанная с интерпретацией созданных.

И. КОТЛЯРОВ: Я не соглашусь с коллегами: проблемы есть. И нужны более активные действия по их устранению. Лет десять назад в парламент был внесен законопроект о социологических исследованиях – он обсуждался около года. Тогда депутаты ре-

шили, что проект не учитывает все аспекты социологических исследований. Но я убежден, что такой закон нужен. Он поможет решать многие возникающие вопросы, в том числе с правоохранительными органами. У нас существует огромная проблема социологических кадров. В Институте за последние 20 лет не защищена ни одна докторская диссертация. Я уже давно предлагаю всем заинтересованным сторонам создать некую структуру, куда бы входили ведущие социологи и там бы обсуждались гласно и открыто все монографии, диссертации. Социология должна развиваться, не стоять на месте. Уже года два-три наши СМИ много внимания уделяют социологии, и это помогает. Мы часто собираемся в ИАЦ, там определяем актуальные болевые точки и пути решения. Но государство – это постоянно развивающийся организм, а потому вслед за решенной проблемой появляется другая.

Нужно понимать, что социология будет существенно влиять на белорусское общество, и влияние это положительное. Приведу пример, который может стать образцом для подражания. Спикер верхней палаты белорусского парламента на все мероприятия приглашает представителей нашего Института. Кстати, данные социологии используются в решениях, которые принимает Совет Республики.

**Круглый стол подготовил и провел
Вадим ГИГИН,
кандидат исторических наук, доцент**

ПОДПИСКА НА ЖУРНАЛ

Идет подписка на «Беларускую думку» на II полугодие 2015 года!

«БЕЛАРУСКАЯ ДУМКА»

74938 – ИНДИВИДУАЛЬНАЯ ПОДПИСКА.

Стоимость: 1 мес. – 16 700 руб., 3 мес. – 50 100 руб.,
6 мес. – 100 200 руб.

749382 – ВЕДОМСТВЕННАЯ ПОДПИСКА.

Стоимость: 1 мес. – 39 702 руб., 3 мес. – 119 106 руб.,
6 мес. – 238 212 руб. (включая НДС).

**СТОИМОСТЬ ЖУРНАЛА ПО ПОДПИСКЕ –
В 2 РАЗА НИЖЕ РОЗНИЧНОЙ**