

© 1994 г.

А.В. ДМИТРИЕВ, Ж.Т. ТОЩЕНКО

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ОПРОС И ПОЛИТИКА

ОБЩАЯ СИТУАЦИЯ

Наш журнал с достаточной последовательностью публикует материалы об опросах общественного мнения населения России [1].

Особо хотелось бы выделить публикации В.Л. Мичурина и О.Л. Ягодиной, А.А. Давыдова. Если в первой статье были проштудированы данные социологических центров о будущем СССР (референдум марта 1991 г.) и убедительно показана достоверность одних и политизированность других данных, то в статьях Давыдова раскрыты возможности социологии сравнивать политические ориентации избирателей с фактическими данными, во-первых, на примере выборов в Верховный Совет СССР в Севастопольском районе г. Москвы, во-вторых, в процессе выборов в Верховный Совет РСФСР и Президента РСФСР, в процессе которых научность нередко уступала личным ориентациям ряда участников опросов общественного мнения. В письмах недовольных читателей, однако, содержатся предложения, суть которых сводится к требованию «разоблачить» не только приемы и методы опросов, но и «осудить» их организаторов и руководителей, как «мошенников» и «политиканов». Разумеется, можно вообще не обращать внимание на эти замечания, если бы они были единичными, или если бы они не разделялись в какой-то мере солидными исследователями. Некоторые из авторов статей, опубликованных за последний год в «Социологических исследованиях», отмечают противоречивую картину — падение доверия к опросам со стороны отдельных групп населения сопровождается повышенным спросом на них со стороны средств массовой информации и отдельных коммерческих и властных структур. Немногочисленные зарубежные заказчики, несмотря на известный скептицизм, вынуждены, по чисто финансовым соображениям (дешевизна услуг), также пользоваться результатами отдельных российских опросов.

Более серьезные критики вообще ставят под вопрос саму достоверность большинства опросов, в то время как другие сомневаются в выборке, интерпретации, т.е. в чисто методических и технических признаках исследования.

П. Бурдые считает, что общественное мнение не существует, по крайней мере в том виде, в каком его представляют все, кто заинтересован в утверждении его существования. С его точки зрения, есть, с одной стороны, мнения сформированные, мобилизованные, и группы давления, мобилизованные вокруг системы в явном виде сформированных интересов; и с другой стороны, — предрасположенности, которые, по определению, не есть мнение, т.е. то что может быть сформировано в виде высказывания с некоторой претензией на связность. «Общественное мнение, — пишет он, — в том значении, какое скрыто, ему придется теми, кто занимается опросами или теми, кто использует их результаты, только это, уточняя, общественное мнение не существует» [2].

Складывается впечатление, что опрос представляет собой по-прежнему дискуссионный объект, и споры вокруг него будут продолжаться до тех пор, пока его будут использовать в чисто политических или экономических целях. Власти, несмотря на некоторую культурную ограниченность ее представителей, вот уже несколько лет

как осознали, что общественное мнение — основа легитимности их существования. Стало быть, сегодня опрос представляет их обычную апелляцию к суждениям людей. Именно поэтому одновременно выявляется и неравенство опрашиваемых и тех, кто заказывает, кто проводит и кто интерпретирует опросы.

При таком неравенстве мнению легко придать представительную и отрежиссированную формы, которые и преподносят публике. И здесь душевные призывы ведущих социологов (Грушин Б.А., Заславская Т.И., Здравомыслов А.Г., Осипов Г.В., Руткевич М.Н., Ядов В.А.) к более молодым и предприимчивым организаторам опросов к методологической и методической «чистоте» и «ответственности», к сожалению, не нашли адекватного ответа.

ВЫБОРЫ В ФЕДЕРАЛЬНОЕ СОБРАНИЕ — ЭКЗАМЕН ДЛЯ СОЦИОЛОГОВ

Жизнь в очередной раз устроила строгий экзамен для социологов: насколько достоверно социологическое знание, надежны ли применяемые ими методы, обоснованы ли их прогнозы.

Для российского общества результаты выборов в Федеральное собрание 12 декабря 1993 г. были неожиданны, они изумили одних, шокировали других, несказанно обрадовали третьих. Горькое разочарование тех, кто, потерпев поражение, обманулся в своих ожиданиях, заставило искать «козлов отпущения», разумеется, не в своей среде. При этом оценивалось многое: успехи и неудачи предвыборных агитмероприятий, подсчет часов и минут, использованных лидерами партий и блоков на телевидении, поведение президента, несовершенство избирательного закона, ангажированность прессы и, наконец, что нам особенно интересно, социологическая предвыборная информация и, соответственно, «подрывная» и «вредная» роль ее поставщиков — социологов. В средствах массовой информации появились и широко распространились суждения, согласно которым именно представители этой науки «подвели», не оправдали надежд, ввели людей в заблуждение, подыграв различным политическим силам, помогли манипулировать общественным мнением и проч. Разумеется, о социологах, их позициях и оценках легче судить, чем, скажем, о представителях некоторых других общественных наук, так как они оставляют после себя наглядные результаты своей деятельности: количественные показатели и характеристики, по которым можно оценить качество их работы.

При сопоставлении этих прогнозов с окончательными данными Центризбиркома возникает вопрос: что же произошло в реальной жизни и насколько научно чисты и ответственны социологи в своей работе? Чтобы ответить на него, рассмотрим данные тех институтов и центров (табл. 1), которые, на наш взгляд, проводят довольно серьезную работу по обоснованию своих прогнозов, ориентированы на российскую аудиторию и в самом деле участвуют в формировании общественного мнения. (Сразу же оговоримся, что мы разделяем уже высказывавшееся в печати мнение (В. Вильчек), согласно которому примерно половина опросов, проводившихся в период избирательной кампании, не выдерживают научной критики.)

Прежде всего мы хотим обратить внимание на самооценку политических партий и блоков, которая была высказана в начале выборной кампании (см. позицию 1 в табл. 1).

Лидеры политических объединений — «Выбор России», «Гражданский Союз», РДДР и отчасти ПРЕС (Партия Российского Единства и Согласия), как показали итоги выборов, не смогли дать реальной оценки своего потенциала, заранее провозглашая свою победу и выражая уверенность во всеобщей или значительной поддержке (синдром «шапкозакидательства»). Думаем, это не было политическим блефом. Была более опасная болезнь — потеря реальной ориентации в окружающей их социальной среде. Именно в отношении «Выбора России» и РДДР П. Ордушук, профессор Калифорнийского технологического института, подметил: «Предвыбор-

Прогнозные оценки шансов политических блоков и партий в период избирательной кампании в Государственную Думу, %

Таблица 1

Наименование партии	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
«Выбор России»	38	25,4	13	15	22	30	35,4	29	31	37	15,74
«Яблоко»	6	29,7	8	10	9	32	12,8	38	24	8	7,35
ПРЕС	15	16	3	53	6	6	6,9	9	6	7	6,66
РДДР	8	15,4	6	2	2	7	5,6	12	6	—	3,92
КПРФ	—	11,1	12	10	5	6	7,6	—	11	4	11,89
Аграрная партия	—	11,7	0	5	3	1	43	—	0,4	—	8,96
ДПР	8	21,6	6	5	5	5	9	—	8	—	53
ЛДПР	8	9,9	7	8	2	6	2,1	—	7	—	23,21
«Женщины России»	10	26,4	11	4	менее 2	23	5,6	—	2	—	83
«Гражданский Союз»	14—20	8,7	4	3	3	23	5,9	2	2	—	1,86
КЕДР	—	—	—	2	менее 2	1	1,7	—	0,4	—	0,81
«Будущее России»	—	—	—	2	менее 2	1	1,4	—	0,4	—	1,61
Достоинство и милосердие	—	—	3	2	менее 2	1,4	1,6	—	0,4	—	0,68
% намеревающихся голосовать (голосовавших)		54,2	55	—	53	60	603	74	79		54,8
% готовых поддержать Конституцию	—	—	—	—	60	55	—	—	—	—	58,4

Источники: 1. Самооценка партий и избирательных блоков. См.: Россия. 1993. 27 окт. — 2 нояб. 2. Данные Института социологии РАН (рук. В.А. Мансуров); см.: Зеркало мнений. Результаты социологического опроса населения России за ноябрь 1993 г. М., 1993. 3. Данные Института социальных технологий «Социограф» Российской академии управления (рук. В.М. Соколов). Всероссийский опрос, 15 регионов, 1 800 человек, 3—10 ноября 1993 г. (см.: Россия. 1993. № 48,24—30 нояб.). 4. Данные института социально-политических исследований, 9 регионов, 1 650 человек, 20 ноября 1993 г. 5. Фонд «Общественное мнение»; опрос жителей крупных городов 20—21 ноября 1993 г. по заказу программы «Итоги» (Е. Киселев), 28 ноября 1993 г. 6. Центр изучения и прогнозирования социальных процессов. 23 ноября 1993 г., свыше 3 тыс. человек, (см.: Известия. 1993. 25 нояб.). 7. Телефонный опрос службы «Мнение». 1 331 респондент в телефонных интервью 15—17 ноября 1993 г. 8. Социологическая служба «Кассандра». Опрошены 188 предпринимателей всех российских регионов 27 октября 1993 г. 9. Социологическая служба «Экспресс»; 12—14 ноября 1993 г.; опрос 914 москвичей. 10. Телерадиокомпания провела опрос 1 300 человек 4 ноября 1993 г. 11. Факт: Данные Центризбиркома по итогам голосования 12 декабря 1993 г. (см.: Российская газета. 1993. 18 дек.).

ные кампании Бурбулиса и Собчака производят впечатление результата деятельности личностей, уверенных в своей непогрешимости и не желающих признать свою ответственность за провал поставленной перед ними задачи» [3].

Поражение «Гражданского Союза», ожидавшего получить 20% голосов, а в результате выборов не прошедшего пятипроцентного барьера, — это судьба политического буриданова осла, который не занимает определенной позиции, а ратуемый союзом центризм не является на самом деле политическим центризмом, ибо база последнего — это не середина между крайними точками зрения, а отражение основных ожиданий народа.

Стоит обратить внимание и на то, что в ЛДПР, наоборот, рассчитывали на более скромный результат — 8—10% голосов, а на деле увеличили свой результат в 2,5—3 раза.

Влияли ли результаты социологов на предварительную самооценку политического имиджа партий? Можно предположить, что свою лепту, прямо или косвенно, социологи внесли. Долгое время в печати мелькали сообщения (со ссылкой на социологические данные) о ведущем предпочтении электоратом «Выбора России», РДДР и низком (на уровне 3—4%) рейтинге КПП и ЛДПР, Аграрной партии. Особенно это показательно в связи с тем, что оценка имиджа некоторых партий, например, Партии экономической свободы (К. Боровой), Российской Христианской Демократического Союза, как оказалось, были явно завышены [4].

Особый вклад в дезинформацию публики внесли социологи конструируемыми рейтингами политических деятелей. Задолго до выборов, непосредственно перед ними и даже в самом начале выборов давались показатели высоких рейтингов многих ведущих политических деятелей. На этом основании и делались прогнозы успеха соответствующих партий. Однако реальная жизнь и здесь внесла свои поправки.

Рассмотрим это на конкретных примерах. ВЦИОМ в результате опроса 9—23 октября 1993 г. (1 638 человек, представлявших все население России) пришел к выводу, что, например, Гайдар вызывает доверие у 14,3% опрошенных, Явлинский — у 12,6%, Шахрай — у 11,5%, Вольский — у 1,2%, Жириновский — у 0,7%, Зюганов — у 0,4% [5].

Спустя месяц Институт системных исследований и социологии Международного университета [6], проводивший в ноябре 1993 г. опрос 1,8 тыс. жителей в 9 регионах России, утверждал, что 21% голосов поддержки имеет Гайдар, 28,5% — Шахрай, 40,5% — Явлинский, 30,5% — Собчак, Жириновский — только 13%, Вольский — 10,5%, а Зюганов — лишь 5%.

Теперь сравним с окончательными итогами голосования за эти партии, и можем сделать вывод, что, как говорится, никакой корреляции здесь не наблюдается.

Высокая степень ангажированности продемонстрировали ряд других научно-аналитических подразделений. Чем, как не желанием подыграть симпатизируемым объединениям можно объяснить прогноз Института прикладного системного анализа, согласно которому, по спискам избирательных бюллетеней «Выбор России» получит 92 мандата (на деле — 40), РДДР — 18 мандатов (на деле — 0 мандатов), «Яблоко» — 31 мандат (реально — 20), 23 мандата — Компартия (реально — 32), Аграрная партия — 46 мандатов (реально — 21), по 15 мандатов прочили ПРЕС, ЛДПР, КЕДРУ, «Женщинам России» (соответственно 18,59,0,21 мандат). В этой связи стоит только сказать, что стремясь угодить заказчикам, аналитики оказывают им «медвежью услугу», ибо на практике дезориентируют тех, кому они хотели бы помочь.

Кроме того, в очередной раз была продемонстрирована ограниченность телефонных, теле- и радиоопросов, которые при определенных обстоятельствах легко становятся средствами обмана, подтасовки и предметом последующих обвинений в заведомо спланированных политических играх. Приходится еще раз повторять общеизвестную для социологов истину: во-первых, телефонизация России и многих ее регионов не отражает социальную структуру населения: во-вторых, телефонные опросы, проведенные в Москве, где в самом деле возможен такой тип опросов, — это

результат оценки весьма специфической столичной аудитории, позиции которой никогда — ни прежде, ни теперь — не соответствовали устремлениям и ориентациям в целом населения и бывшего СССР, и нынешней России.

С этим связана еще одна постоянная проблема — выборка. И здесь, к сожалению, ввиду очень высокой стоимости работ, многие опросные центры идут на ее упрощение. А между тем общеизвестно, что при соблюдении представительной выборки достоверность прогнозов значительно повышается. Это достигается включением в выборку всех социальных групп населения основных регионов России, основных поселений — крупных, средних и малых городов, а также сельской местности. Именно игнорирование последней сказалось на достоверности многих прогнозов в отношении Аграрной партии, которая получила неожиданно значительную поддержку, став четвертой по значимости и влиянию партией, несмотря на то, что многие центры предсказывали ей неминуемое поражение. Если, например, в табл. 1 сравнить позиции 3 и 5 (данные «Социографа» и ВЦИОМ), то станет очевидным, что в первом случае, когда были охвачены все основные слои населения, достоверность результатов оказалась достаточно высокой (за исключением результатов по ЛДПР). Во втором случае достоверность снизилась, и не только в отношении ЛДПР, но и «Выбора России», и Аграрной партии, и Компартии, и «Женщин России», ибо это было мнение населения сверхкрупных городов, что лишний раз подтверждает: при всей их важности не они определяют политическую ситуацию в России.

Неубедительно и комично выглядят попытки некоторых социологов доказать, что они предвидели феномен Жириновского, но де запрет на публикации за 10 дней до выборов помешал им это выразить. Надо честно признать, что ошиблись все службы без исключения.. И не стоит в этой связи доказывать, что ошибся кто-то другой, а не я (последнее особенно проявилось в публичных выступлениях руководителя Института парламентаризма Н. Бетанели [7]).

На наш взгляд, основной поворот, в предпочтениях избирателей произошел в последние 10—12 дней и даже в последние дни, благодаря мастерски организованной агитационной кампании. ЛДПР вела работу среди тех, кто колебался в своих предпочтениях, или даже среди тех, кто был прямо враждебен ей. Она выбрала такую тактику избирательной борьбы, которая показала весомость действий этой партии в противовес «Выбору России», в основном работавшему среди «своих». Большой глупости, чем постоянное появление на экране лидеров этой партии с лоснящимися лицами, как бы специально созданными для пощечин, или клипа мальчика с собакой, жалующихся на то, что их не берут голосовать за «Выбор России», потому что «они маленькие», невозможно придумать для противопоставлений себя большинству электората.

Нестрогость в методике исказила выводы и отдельных исследователей Института социологии РАН, предложившего респондентам указать на свое предпочтение нескольким партиям; в результате электорат увеличился до 300%, чего, конечно, не могло быть за практике. Это самым серьезным образом повлияло на результаты прогноза (см. позицию 2 табл. 1).

Свою ограниченность продемонстрировали идеальные и реальные ориентации на личность депутатов. По данным Института парламентаризма, 53% избирателей явное предпочтение отдавали экономистам и 46% — юристам [8].

А реально в борьбу вступили и победили всего несколько процентов тех и других модных ныне специальностей.

Несостоятельной во многом оказалась и американская методика по подсчету часов, затраченных на выступление по телевидению. Так, ЛДПР затратила на свою рекламу около 4 часов на телевидении, «Выбор России» — на 12 минут меньше. Но разница в окончательных результатах значительно превышает разницы затрат во временных интервалах. Одни из самых малых затрат часов на телевидении осуществили коммунисты — около 1 часа, но результат, которого добилась КП РФ, был третьим.

И если, вероятно, в условиях западных стран эта методика работает, то российская аудитория опять реагирует своеобразным, нетрадиционным образом на телевизионную рекламу.

Серьезные претензии можно предъявить социологам и в связи с их участием — вольным или невольным — в работе средств массовой информации по манипулированию данными опросов общественного мнения, что особенно наглядно проявилось и в стремлении выдать локальные (например, только по Москве) и специфические (телефонные и телеопросы) исследования за истину в последней инстанции. Озвучивая и публикуя эти данные без оговорок и необходимых в таких случаях ссылок, средства массовой информации и особенно теле- и радиокomпании пытались подменить истинную информацию полуправдой, подыгрывая и вводя в заблуждение как население, так и сами предвыборные блоки. Именно это оказалось губительным для самих лидеров «Выбора России», которые постоянно убаюкивались тем, что, по данным центров, получивших выход на эфир, они шли всегда впереди по сравнению с другими политическими партиями и блоками.

Заданность некоторых средств массовой информации, чьи действия базировались не только на собственных предпочтениях, но и на услужливой информации со стороны социологов, особенно ярко высветилась в организации «нового политического года» в ночь с 12 на 13 декабря, предназначенного для показа торжества «Выбора России». Эта ангажированность проявилась и в выступлении напористого тележурналиста Е. Киселева, заявившего в 9 часов вечера 12 декабря в программе «Итоги», что первое место занимает «Выбор России», второе — «Яблоко» и третье — ЛДПР. Чего больше в этом факте? Заблуждений на основе предварительной социологической информации Фонда «Общественное мнение» или приверженности человека собственным предпочтениям, нежелания считаться ни с чем, кроме своих личных ориентаций? Но если частной телерадиокomпании это вполне пристало — она должна выполнять волю своего хозяина или своих хозяев, — то как быть с государственной телекомпанией, призванной быть информатором, а не выразителем политических взглядов отдельных партий?

Не отставала от программы «Итоги» и «Общая газета». В своем анализе от 12—18 ноября 1993 г. в попытке подыграть симпатизируемым блокам она определила по 6 регионам из 9 победу «Выбора России», «Яблока» и также «Гражданского Союза» и РДДР.

Именно на основе данных ВЦИОМ «Московский комсомолец» от 1 декабря 1993 г. опубликовал мнение О. Савельева о том, что пройдут пятипроцентный барьер блоки «Выбор России», «Яблоко», Компартия России, что неплохие шансы имеются у ДПР, РДДР (?), ПРЕС и «Женщин России», что возможно (?) прохождение по спискам ЛДПР (?), «Гражданского Союза» (?) и Аграрной партии.

Среди ярых сторонников (и от этой ярости недостаточно обоснованно судящих о ситуации) оказалась редакция газеты «Известия», которая даже 25 ноября 1993 г., когда многие стали подозревать неладное, бодро убеждала, что «правящая» партия по-прежнему имеет заметно больший запас прочности, опираясь при этом на данные Центра Л. Киссельмана (Санкт-Петербург).

Обозначилась и еще одна грань в работе социологов. Известно, что когда их данные начинают выявлять нежелательные для властей придерживающихся тенденции, сразу же следуют санкции. О чем может говорить официальный запрет на публикацию опросов общественного мнения с начала декабря? Предположительно, основанием для этого решения явилась неуверенность в высоком рейтинге «Выбора России», а не увеличение рейтинга ЛДПР. Стремление подыграть, скрыть от электората истину и тем самым повлиять на общественное мнение обернулось против самих инициаторов и, думаем, не помогло становлению подлинной демократии.

В одинаковой мере оказалось пагубным и стремление на первом этапе угодить себе. По данным социологического опроса, приведенного в записке Аналитического центра по общей политике Администрации Президента, «Выбор России», получит

29% голосов, а все прочие — коммунисты, патриоты, центристы — необходимый пятипроцентный барьер перешагнуть не смогут. На основании таких данных сомнений в победе «Выбора России» у этих аналитиков не было [9].

Правда, за кадром остается вопрос: а кто заказывал опрос и кто предоставлял эти социологические данные? И на основе какой выборки они получены?

Хотелось бы сказать несколько слов о работе социологических групп в регионах. Общая ситуация у них в общем такая же, как и в Москве. Но в целом социологи провинции выделяются большей беспристрастностью, научной добросовестностью и гражданской честностью. Хотя в средствах массовой информации часто не упоминалось, кто, какая организация проводила эти опросы, часто ограничивались более общим указанием на то, что это — данные социологических исследований, тем не менее, интересно посмотреть и оценить соответствующую информацию (см. табл. 2,3).

Особые размышления вызывает предвыборная позиция отдельных групп российской интеллигенции. Создается впечатление, что многие из них не могут сойти с проторенной дорожки критики КПСС и СССР, на которую они вступили в 1990—1991 г. Уже нет ни того, ни другого, а наиболее «бдительные» продолжают пугать общество красно-коричневыми (см. статью А. Адамовича, Д. Гранина, Э. Рязанова, М. Чудаковой в «Известиях» от 19 ноября 1993 г.). Правда, справедливости ради, нужно отметить, что после 12 декабря Г. Зюганова все чаще называют «розовым», социал-демократом и тому подобными словами, которые на самом деле больше отвечают реальности, чем образы искусственно придуманного пугала. Российская интеллигенция всегда славилась тем, что была в оппозиции к власти (правда, формы этой оппозиции были разными). Так почему же изменилась ситуация в настоящее время? Или это касается только одной небольшой части интеллигенции?

В дополнение следует отметить, что столь беспардонная манипуляция с социологическими данными не может быть вечной и поэтому бесполезно задним числом оправдывать свои многочисленные просчеты, которые касаются как форм и методов работы, так и политической заинтересованности исследователя. Ангажированность, желание угодить — по-прежнему заметно проступают при сопоставлении отечественных социологических опросов с реальной жизнью. Разумеется, это касается не одних только социологов — последних просто легче проверить.

ОБ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ПОСЛЕДСТВИЯ ОПРОСОВ

Запрет на публикацию результатов опросов за 10 дней до выборов основан на предположении негативного их влияния на эти выборы. Однако непонятно до сих пор, почему агитация за те или иные партии или отдельных кандидатов запрещена за один день, а публикация данных опросов — за 10 дней? Кроме того неясно, изменил ли кто-либо из избирателей свои намерения из-за того, что узнал результаты предварительного распределения голосов. Очевидно, что запрет основан на простом предположении о вреде публикаций результатов предварительного зондажа электората. Однако запрет не касается проведения самих опросов, что дает возможность заказчику быть достаточно информированным о расстановке политических сил, в то время как широкая общественность несомненно будет лишена какой-либо информации.

В западных обществах законы, регламентирующие публикации предвыборных опросов, встречаются не так уж часто (Франция, Португалия и некоторые другие). С учетом небогатого отечественного опыта выборов и, следовательно, полной неясности в отношении воздействия опросов на электорат, вряд ли целесообразно сохранять существующее десятидневное ограничение. Запрет на агитацию в день выборов — единственная, пожалуй, норма необходимого регулирования.

Другой вопрос, занимающий сегодня умы многих, касается **формы контроля** (если он необходим) за достоверностью результатов опросов и за возможностью манипулирования этими результатами. Что касается достоверности, то, кажется, эта проблема должна волновать прежде всего профессионалов — сообщество социологов.

Предпочтения избирателей, %

Партии	Москва		С-Петербург	Екатеринбург		Новосибирск	Воронеж		Кемерово	Казань
	начало ноября	середина ноября	середина ноября	начало ноября	Середине ноября	середина ноября	начало ноября	середине ноября	середина ноября	середина ноября
ЛДПР	1	1	1,5	1,5	1,5	3,3	4	2,2	3,8	34
Аграрная партия	—	1	0,3	—	1,8	2,0	—	3,6	0,8	—
«Гражданский Союз»	1	4	0,6	1	2,5	1,4	3	2,4	1,5	3,0
«Женщины России»	—	4	0,3	—	3,8	2,2	—	4,8	3,0	5,0
РДДР	1	6	3,0	6	10,3	4,1	1,5	6,2	9,3	9,0
КПРФ	1	3	1,6	2	1,6	3,3	6	5,8	6,8	5,0
ПРЕС	3	10	2,9	7	7,0	8,5	4,5	2,6	5,3	6,0
ДПР	2	7	1,5	5	4,3	9,0	3	6,2	11,5	9,0
«Выбор России»	20	26	14,7	22	19,2	18,0	10,5	14,5	19,3	12,2
«Яблоко»	8	16	20,6	11	8,9	11,0	8,5	11,2	11,0	13,0
Затруднились ответить	—	40	40,3	—	34,2	51,3	—	35,7	38,8	22,0
Не хотят участвовать в выборах	14	—	—	22	—	—	28	—	—	—
Не дали ответа	62	—	—	40	—	—	50,5	—	—	—

Источник: Общая газета, 12—18 ноября; 19—25 ноября 1993. С. 5.

Таблица 3

Прогнозные оценки шансов политических блоков и партий, %					
Название партий и блоков	Самара ¹	Екатеринбург ²	Ярославль ³	Москва ⁴	Урал ⁵
«Выбор России»	27	15	20,2	18,2	11,7
ПРЕС	5	5	7,4	3,7	2,6
«Яблоко»	12	8	7,2	8,7	9,3
РДДР	8	7	3	3,8	5
Компартия Россия	12	2	6,4	4	4,8
Аграрная партия	—	2	3	0,8	3,1
ДПР	5	9	10,6	3,9	3,8
«Гражданский союз»	1	—	—	2,7	3,9
ЛДПР	2	8	4	7,2	2
«Женщины России»	—	7	4,6	3,2	6
КЕДР	—	—	3	0,3	0,9
«Будущее России — новые имена»	—	—	3	1,1	1
«Достоинство и милосердие»	—	—	3	0,4	0,6

Источники: ¹Россия. 1993 1—7 дек. ²Екатеринбург, Комитет по связям с общественными организациями; Екатеринбургские ведомости. 1993. 30 нояб. ³Данные Службы общественного мнения г. Ярославля. ⁴Данные ВЦИОМ, 8 декабря 1993 г. 1 585 опрошенных. ⁵ Екатеринбургские ведомости, 1993, 30 ноября.

Столь необходимая озабоченность (к сожалению, пока в декларативной форме) проявилась в принятии Профессионального кодекса социолога (1988). Отдельные пункты этого кодекса настолько важны, что нуждаются в постоянных повторениях. Некоторые из них приводим без сокращений.

«Исследовательская деятельность:

1. Социолог проявляет профессиональную компетентность, научную честность и корректность на всех этапах социологического исследования.

2. Руководствуясь идеалом достижения истины, социолог уделяет особое внимание стремлению к максимальной достоверности и надежности социологической информация и выводов (выделено нами. — *А.Д., Ж.Т.*), которые делаются на основе анализа этой информации.

3. Как представитель наук об обществе, социолог не допускает того, чтобы при анализе социальных проблем и процессов его личные интересы и другие посторонние влияния препятствовали установлению научной истины» [10].

Другие положения регулируют отношения, связанные с публикацией полученных результатов:

«Научные публикации.

1. Несмотря на потребность как можно скорее предавать гласности полученные новые знания, социолог воздержится от поспешных публикаций (выделено нами. — *А.Д., Ж.Т.*), когда их выводы и рекомендации недостаточно проверены и обоснованы.

2. Социологические публикации, особенно если они опираются на эмпирическую базу, помимо соответствия научным требованиям, должны содержать информацию, позволяющую профессионально оценить корректность постановки исследовательских задач и достигнутую степень достоверности полученных данных. Социолог проявит заботу о том, чтобы материалы печати, радио и телевидения, прямо или косвенно использующие результаты проведенного им исследования, также удовлетворяли бы этим требованиям» [11].

Упомянутый кодекс был принят социологическим сообществом безоговорочно, и наиболее профессиональные ученые, подготовившие его, несмотря на «рыночные» искушения, неукоснительно его выполняют. Проблема заключается в другом — насколько это сообщество контролирует ситуацию в своей среде. В случае нарушений кодекса, а они носят массовый характер, особенно в пп. 1,2 (раздел, «Научные публикации»), существующие ныне «Общество социологов и демографов», «Общество социологов» и прочие социологические объединения сейчас не склонны принимать какие-либо санкции. По-видимому, это обусловлено самим внутренним состоянием сообщества. Да и возможные в таких случаях наказания (моральное осуждение, исключение из сообщества и проч.) вряд ли приведут к необходимым изменениям. Представляется единственно верным путь постепенной профессионализации социологов, включающей в себя критическое осмысление ими собственных ошибок (так же, как и успехов), предание их гласности, а не замалчивание.

Социолог таким образом сталкивается и с необходимостью упорядочить и формализовать свои отношения со средствами массовой информации. Разделение ролей журналиста и социолога, политика и социолога настолько настоятельно, что от него зависит престиж этих занятий. Можно в связи с этим напомнить журналистам, что они — представители одной из самых древних профессий и потому нет им никакого резона называть себя «социологами». На всякий случай им можно рекомендовать закончить специальные курсы или сходить пару раз на лекции методистов-практиков.

Воздержимся, ввиду их полной безнадёжности, от рекомендаций политикам — они используют лишь те социологические материалы, которые подтверждают их «квазипартийные» пристрастия и отбрасывают прочь те, которые им не нравятся. Эту естественную реакцию вряд ли удастся изменить — во всяком случае при нынешней генерации политиков.

ЛИТЕРАТУРА

1. См. например: *Мичурин В.Л., Ягодина О.Л.* Социологические прогнозы и решения (1992. № 1); *Давыдов А.А., Крыштановский А.О.* Ремонт выборки (1989. № 5). *Комаровский В.С.* Политический выбор избирателей (1992. № 3); *Туманов С.В., Гаспаривили А.Т.* На опросных фронтах (1993. № 6); *Руткевич М.Н.* Социология, власть, общественное мнение (1993. № 7); *Колозин А.И.* Шоковая экономика: тенденции общественного мнения населения России (1993. № 11).
2. *Бурдье П.* Социология политики // Социологос. 1993. С. 177.
3. Независимая газ. 1993. 30 дек.
4. Аргументы и факты. 1993. № 44.
5. Там же.
6. Там же. № 47.
7. Известия. 1993. 15 дек.
8. Коммерсант. 1993. Окт.
9. Социол. исслед. 1988. № 5. С. 95.
10. Там же. С. 96.