

## СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДВЫБОРНЫХ КОМПАНИЙ.

Бычинский В.И.

В период перед выборами возрастает интерес к выяснению общественного мнения. Различные социологические центры исследуют намерения избирателей. Прошедшие президентские, парламентские выборы в Беларуси выявили ряд недостатков в их социологическом обеспечении: не отличались глубиной, строгостью технологии проведения, заведомой подгонке результатов под интересы заказчика, неразработанности основ проведения опросов общественного мнения в условиях быстро изменяющегося политического сознания. Большой ущерб престижу социологов приносит деятельность коммерческих фирм, также проводивших социологические исследования, у которых эти недостатки проявились во всей полноте. Низкой оказалась оперативность получения информации, что обесценивало ее с точки зрения использования. Отметим иррациональность политического сознания населения, что давало самые неожиданные результаты, вызванные не только нечеткостью политических ориентаций, сиюминутным настроением избирателей, но и бросающейся в глаза уклончивостью их ответов на опросы во время предвыборной компании. Ограниченные ресурсные возможности толкали опросные службы на поиск нетрадиционных, а порой и просто суррогатных методов опросов, к которым затем применяли традиционные границы интерпретации.

На качестве полученных результатов отразились и другие теоретико-методологические проблемы. В частности, многие исследователи рассматривают общественное мнение просто как сумму ответов на то или иной вопрос, полагая, что по каждому заданному ими вопросу в обществе уже сложилось или может сложиться то или иное мнение. На самом же деле в Республике Беларусь никогда не было, да и сейчас нет общественного мнения о многих аспектах политической и экономической сфер жизнедеятельности общества. Это обусловлено отсутствием самого субъекта общественного мнения, той "общественности", которая является продуктом гражданского общества и которая не может нормально существовать, не выражая своего отношения к жизненно важным для нее проблемам. Без глубокого анализа результатов социологических исследований, допущенных ошибок мы не сможем двигаться дальше.