

Мені здається, що новий елемент цієї виборчої кампанії – це публічна продажність. Якщо раніше хтось чогось соромився, то зараз «технічні кандидати», огидні ролики яких крутять по телебаченню на всю країну, спокійно виступають по телебаченню, борці з владою на очах в усіх стають радниками цієї влади. Руйнівники всіх і вся (як Д.Корчинський) починають руйнувати тільки опозицію, а про журналістів і говорити годі - нещодавно зустрів вираз «журналістика а ля Піховшек» - напевно, складається певний стиль сучасної журналістики.

На цьому тлі не підозрювати соціологів було б дивно. Політики і журналісти продаються, а соціологи ні? З якого дива, чим вони краще? І в політиків і в журналістів, що увесь час крутяться в такому середовищі, не виникає ніяких сумнівів у продажності соціологів. І публіка, якій це повідомляють, тільки-но комусь не сподобався черговий рейтинг, охоче цьому вірить.

Ризикну викликати скептичну усмішку читачів, але все-таки це не так. Поки що не так. Не тому, що соціологи чимось кращі за інших, а тому, що існують визначені механізми, що їх обмежують.

По-перше, це професійне співтовариство. Воно є і в журналістів і воно створює визначені норми, стандарти, представлення про етику. Щемлива стаття Ю.Мостової в Українській правді 27 жовтня (<http://www2.pravda.com.ua/archive/2004/october/27/6.shtml>) і протести журналістів показують, що певний моральний тиск воно робить. Але в соціологів професійне співтовариство, наприклад, ЕСОМАР (Європейське співтовариство вивчення суспільної думки і маркетингу), до якого вже увійшли 11 українських компаній, видає довідник, що використовується закордонними замовниками для проведення тендерів, це одне з основних джерел замовлень для найбільш великих компаній. Тому порушення норм професійного співтовариства грозить виключенням зі співтовариства, з довідника і відповідно фінансовим крахом. Погроза фінансового краху дуже істотно доповнює моральний тиск професійного співтовариства.

По-друге, дотримання стандартів, сумлінність, чесність є необхідним елементом професійної репутації, замовник повинний бути упевнений, що одержує достовірну інформацію, нечесність катастрофічно знижує ринкову вартість соціолога (не хочу нікого скривдити, але чи будь-якому каналу або виданню потрібний чесний і принциповий журналіст, що буде мати свою точку зору? Чи підвищує чесність ринкову вартість журналіста?).

По-третє, фальсифікацію даних, про яку так люблять говорити останнім часом, важко здійснити технологічно, процес дослідження документується на кожному кроці, є анкети, щоденники, 10-20% інтерв'ю контролюються повторними відвідуваннями в кожному опитуванні, у зборі й узагальненні інформації беруть участь десятки людей, будь-які відхилення від розрахованих показників при публікації викликають питання 5-6 основних менеджерів компанії (так що фальсифікація повинна бути груповою), нарешті, вона дуже просто з'ясовується при аудиті. Інша річ, що під вибори іноді створюються «разові» соціологічні компанії, що дають потрібні дані, іноді і не проводячи досліджень, але я говорю не про їх, а про професійні компанії.

Звичайно, це не дає стовідсоткової гарантії. Як відзначив В.Полохало в «Україні молодій» від 16 жовтня, про повну незалежність соціологів можна було б говорити, якби вони знаходилися за межами досяжності нашої податкової практики, на соціологів можна «наїхати» як на будь-який бізнес. Але тут теж є свої особливості. Якщо Ваш бізнес - випуск телевізорів, і під загрозою закриття бізнесу вас змусили перейти з однієї фракції парламенту до іншої, то на випуску телевізорів це не відб'ється. Для соціолога ж спроба фальсифікації даних – це ризик утрати свого бізнесу, утрата репутації так само небезпечна, як «наїзд».

У всякому разі, поки що всі перевірки «дивних» даних провідних професійних компаній жодного разу не зафіксували ні однієї спроби фальсифікації даних, усі відмінності пояснювалися методологічними чи особливостями недоліками інструменту й процедури досліджень. Цього року зіставлення даних провідних компаній (по тих самих показниках і в той же самий період часу) показали більш високу узгодженість, чим раніш

(див. нашу з В.Хмелько статтю в Українській правді 16 вересня і мою статтю в газеті «День» 13 жовтня).

Тим часом, у цій виборчій кампанії соціологів трують як ніколи раніш. Історія ця почалася з організації консорціуму для проведення екзит-полу (ініціатор – фонд «Демократичні ініціативи», учасники – СОЦИС, Соціальний моніторинг, центр ім.Разумкова і Київський міжнародний інститут соціології (КМІС), фінансування – 8 посольств і 4 фонди, докладніше див. сайт <http://www.exitpoll.org.ua/>). На парламентських виборах проведений майже тим же складом екзит-пол показав відхилення від даних ЦВКА менш ніж на 1.5%, тому є надія, що він буде певною перешкодою для маніпуляцій з підрахунком голосів (причому, опитано буде вже не 18, а 50 тисяч респондентів, що дасть можливість проконтролювати не тільки Україну в цілому, але і кожную область окремо). Проект включав співробітництво з Інститутом масової інформації, який отримав грант на висвітлення роботи консорціуму.

КМІС і СОЦИС серед інших проектів провели опитування і по анкеті центра, керованого М.Погребінським, причому анкета мала певні недоліки, але не істотні (дані, отримані по цій анкеті, збіглися з даними, отриманими по анкеті Дем.ініціатив через тиждень).

Директор інституту масової інформації С.Таран став бити на сполох із приводу морального падіння соціологів, написав статтю з критикою анкети, повідомивши, що за її допомогою рейтинг Януковича зростає на 10% і «не помітивши» переданих йому даних про збіг результатів, отриманих за допомогою цієї анкети, з результатами, отриманими за допомогою «правильної» анкети Дем.ініціатив. Скликав прес-конференцію. Дав ряд інтерв'ю. Це було підхоплено цілою низкою видань, де містилися нападки на нас і на соціологію взагалі, у тому числі й обвинувачення в співробітництві з провладними структурами. (До речі, багато хто не бажає розуміти, що точні дані – це наша продукція, наш бізнес, ми не можемо їх продавати «тільки членам профспілки»). Коротше кажучи, у пресі пройшла кампанія по дискредитації КМІСу, СОЦИСу, консорціуму в цілому, довіру до екзит-полу було сильно підірвано.

Консорціум виступив із заявою (див. нижче), що, однак, не одержало такого широкого розголосу як обвинувачення.

Що ж тепер? Як у детективі – підозрюються усі. Опозиція, частина журналістів і частина населення підозрюють, що консорціум (чи частина членів консорціуму – КМІС і СОЦИС) куплені владою. Влада підозрює, що консорціум працює на опозицію і «дасть» вигідні їй дані. Тому виникла ідея проведення рівнобіжних «правильних» екзит-полів. Оголошено про проведення екзит-полу Фондом суспільної думки (ФОМ), близьким до адміністрації Путіна, що, звичайно ж, підозрюється в майбутній фальсифікації даних екзит-пола на користь адміністрації Кучми. Неофіційна інформація про мотиви проведення екзит-пола ФОМом – підозри в тім, що консорціум фальсифікує дані екзит-пола, щоб створити платформу для проведення опозицією «каштанової» революції. Оголошений ще один екзит-пол – «Український», що проводить Інститут соціальних досліджень з Центром політичного менеджменту і шістьма університетами і поки неоголошеним джерелом фінансування – звичайно ж він підозрюється у фальсифікації даних на користь влади.

Отже, усі усіх підозрюють. ***Ми теж не можемо залишитися осторонь від цього процесу загальних підозр і нам залишається тільки підозрювати, що С.Таран – провокатор від влади, що успішно вирішив задачу підризу довіри до такої форми цивільного контролю виборів як екзит-пол (причому, за гроші, виділені для його пропаганди).***

Післязавтра екзит-пол, ще дуже багато роботи, що вимагає зібраності і чіткості, а я пишу ці замітки і час від часу з тугою дивлюся у вікно на жовті листи...Що б ні показали наші дані і чим би ні закінчилися вибори, нас чекають одні неприємності – або з боку влади або з боку опозиції (а, може бути, і від тих і від інших).

В.Паниотто – ген.директор Київського міжнародного ін-ту соціології,  
проф. Національного ун-ту Києво-Могилянська Академія

## ДОДАТОК

Київ 19 жовтня 2004 долі

### ЗАЯВА

Консорціуму з проведення національного екзит-полу'2004

Порівняльний аналіз опублікованих даних щодо рейтингів кандидатів у Президенти України, отриманих в опитуваннях, проведених учасниками Консорціуму, засвідчив, що усі розбіжності між тими даними, які зібрані близько за годину, знаходяться в межах звичайних статистичних похибок і **не можуть бути підставою для звинувачень у фальсифікації даних або маніпулюванні громадською думкою**. Публікації з подібними звинуваченнями щодо даних бу-кого з членів Консорціуму, у тому числі розміщені на сайтах Інституту масової інформації, "Телекритики", "Української правди" та "Майдану" стосовно окремих даних КМІС і Центру "Соціс", є безпідставними.

За дорученням членів Консорціуму

Ілько Кучерів,

координатор проекту "Національний екзит-пол'2004"

### КОМЕНТАР ДО ЗАЯВИ

У зв'язку із наближенням виборів відбувається загострення політичної боротьби, яка годину перекидається на соціологів. Зацікавлені сторони намагаються ділити весь світ на своїх і чужих. Такий підхід до організацій, які проводять опитування громадської думки, неприпустимий. Адже їхня позначка — професійно та неупереджено проводити опитування, що, зазвичай, суперечить прагненням політиків бачити свої рейтинги вищими, ніж смороду є насправді. Організації, що займаються дослідженням громадської думки, як правило, є бізнесовими організаціями, які надають свої послуги замовникам. І є світова практика регламентації такої роботи, яка найкраще викладена в етичних кодексах WAPOR та ESOMAR, а також в етичному кодексі Соціологічної асоціації України. Дотримання цих кодексів є мірилом професійної етики соціологів.

**Я не сумніваюсь, що всі учасники Консорціуму Екзит-пол'2004 неухильно дотримуються українських та міжнародних професійних стандартів.** І закличу усі інші організації, що проводять електоральні дослідження, неухильно дотримуватись професійної етики, а також довести світовій спільноті, що рівень професійності українських соціологів відповідає найвищим світовим стандартам.

Ілько Кучерів,

Директор Фонду „демократичні ініціативи”