

УДК 316.653 (476)

Николай Николаевич Сухотский*канд. социол. наук, аналитик Белорусского института стратегических исследований***Nikolai Sukhotsky***PhD of Sociological Sciences, Analyst of the Belarusian Institute of Strategic Research**e-mail: suhotstkiy@bisr.by***ИЗУЧЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ:
СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Рассматриваются состояние и особенности изучения общественного мнения, основные проблемные вопросы в данной сфере, а также возможные перспективы развития белорусской прикладной социологии. Предлагается ряд мер по повышению эффективности использования социологического знания в анализе белорусского общества: актуализация тематики социологических исследований; расширение практики использования социологической экспертизы; проведение республиканских экспертных мероприятий по социологической тематике; формирование социологической культуры у населения и органов власти и др.

Ключевые слова: общественное мнение, социологические исследования, опросы, профессиональное сообщество, социологические службы, социологические центры.

**Public Opinion Research in the Republic of Belarus:
State, Problems and Development Perspectives**

The article discusses the state and features of the study of public opinion, the main problematic issues in this area, as well as possible prospects for the development of Belarusian applied sociology. A number of measures are proposed to increase the efficiency of using sociological knowledge in the analysis of Belarusian society: updating the topic of sociological research; expanding the use of sociological expertise; conducting republican expert events on sociological topics; the formation of a sociological culture among the population and authorities, etc.

Key words: public opinion, sociological research, polls, professional community, sociological services, sociological centers.

Введение

Социология в том или ином виде вошла в повседневную жизнь значительного числа белорусов, что ею же и подтверждается. Так, по данным опроса, проведенного в 2019 г. Информационно-аналитическим центром при Администрации Президента Республики Беларусь (далее – ИАЦ), более половины жителей страны (53,2 %) интересуются социологической информацией (результатами опросов населения в передачах телевидения, радио, в газетах, журналах, Интернете). По регионам чаще всего с ней сталкивается население Брестской области (68,1 %), реже всего – Минской (40,4 %).

В настоящее время потребителями социологических данных являются органы государственного управления, бизнес-структуры, СМИ, научные организации, учреждения образования, а также обычные граждане. Для одних социологическая информация является основой принятия взвешенного решения, для других – выступает дополнительным аргументом для развития бизне-

са, а кому-то просто интересно узнать мнение населения по определенному поводу. Социология заметно востребована населением Беларуси: по данным опроса ИАЦ 2019 г., подавляющее большинство жителей страны (79,6 %) считает необходимым изучение общественного мнения населения. Противоположной точки зрения придерживается менее пятой части респондентов – 16,8 %.

Несмотря на то что социология считается относительно молодой наукой, вклад социологов в познание проблем, актуальных для общества, заметен и признан в современном мире. Коммуникация через социологические исследования стала востребованным формализованным каналом обратной связи с гражданами, дает возможность фиксировать мнение населения по тем или иным вопросам. Зачастую именно социолог способен прогнозировать возможные варианты развития событий, социальные последствия того или иного закона, реализации политических, экономических и

управленческих решений, а также определить механизмы согласования интересов различных социальных групп [9, с. 296].

Социологические исследования в Республике Беларусь: состояние и тенденции

В Беларуси проведение исследований, направленных на изучение мнения населения, началось во второй половине 1960-х гг. Этот процесс развивался в основном в рамках деятельности высших учебных заведений, Академии наук БССР. В 1967 г. в Белорусском государственном университете была создана Проблемная научно-исследовательская лаборатория социологических исследований (ПНИЛСИ), которая по праву стала колыбелью социологической науки в республике. Фактически это первая служба, которая работала по хозяйственным договорам с организациями. Кроме того, именно в ее структурах сформировалась плеяда ныне хорошо известных в стране и далеко за ее пределами ученых, перед которыми стояли задачи по подготовке профессиональных кадров ученых социологов, исследования актуальных проблем социальной жизни страны [2, с. 84].

В 1980-е гг. социология сделала решительный шаг навстречу практике: получили значительное распространение службы социального развития на крупных предприятиях, появился даже термин «заводские социологи» [4, с. 28].

Среди высших учебных заведений важнейшую роль для развития социологии в стране сыграл БГУ, где в 1989 г. на образованном философско-экономическом факультете открылись отделение и кафедра социологии. В связи с выборами на Съезд народных депутатов СССР (1989) и депутатов Верховного Совета БССР (1990) социологи БГУ (Д. Г. Ротман, Л. А. Соглаева, А. Н. Данилов и др.) впервые начали проводить электоральные исследования и разрабатывать первые методики их осуществления [2, с. 89].

После обретения Республикой Беларусь независимости стали появляться государственные и негосударственные социологические и маркетинговые структуры. Сегодня наиболее известными и авторитетными в отечественной социологической индустрии являются две структуры: Центр социологических и политических исследований

Белорусского государственного университета (ЦСПИ БГУ) и Институт социологии Национальной академии наук Беларуси. Эти организации, известные еще с 1990-х гг., постоянно проводят опросы на политическую и социально-экономическую тематику, а также выполняют маркетинговые исследования. Обе структуры имеют собственную республиканскую опросную сеть интервьюеров, сотрудничают с различными научными фондами, а также министерствами и ведомствами.

Среди региональных структур наиболее продуктивными службами являются лаборатория социологических исследований Гомельского государственного технического университета имени П. О. Сухого, а также отдел социологических исследований и информационно-аналитической работы Информационного агентства «Могилевские ведомости». Эти структуры занимаются в основном региональной проблематикой и проводят оперативные и мониторинговые опросы населения по общественно-политической и социально-экономической проблематике в Гомельской и Могилевской областях.

Более узкой тематикой – исследованиями белорусской молодежи – занимается Молодежная лаборатория социологических исследований при Совете Республиканского союза общественных объединений «Белорусский комитет молодежных организаций» (РСОО «БКМО»). Так, совместно с Ассоциацией защиты интеллектуальной собственности «БелБренд» Молодежная лаборатория ежегодно проводит социологическое исследование «Молодежный бренд» с целью изучения молодежной потребительской среды, ее распределения по уровню материальной обеспеченности и предпочтениям. Кроме того, данная служба имеет уникальный опыт проведения экзитполов, проведенных в рамках четырех кампаний по выборам Президента Республики Беларусь в 2006, 2010, 2015, 2020 гг.). Опросы на выходе из избирательных участков в 2006 и 2010 гг. проводил также аналитический центр «ЕСОМ».

К сравнительно новым субъектам в исследовательской индустрии можно отнести созданные в 2018–2019 гг. вузовские социологические службы: Университетский научно-исследовательский кластер «Общественное мнение» (УНИК ОМ) Белорусско-

го государственного университета, Центр социально-гуманитарных исследований Белорусского государственного экономического университета, информационно-аналитическое управление Академии управления при Президенте Республики Беларусь и Центр социологических исследований научно-исследовательской части Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет “МИТСО”». Несмотря на относительно короткий период работы, эти службы уже провели несколько успешных как количественных, так и качественных социологических исследований. Кроме того, они укомплектованы профессиональными социологами, которые уверенно нарабатывают авторитет в профессиональном сообществе.

К коммерческим организациям, занимающимся проведением социологических исследований, в первую очередь маркетинговых, относятся Международное агентство социальных и маркетинговых исследований МАСМИ (международная сеть MASMI Research Group), Центр системных бизнес-технологий (САТИО), Лаборатория аксиометрических исследований НОВАК, Центр управленческих решений SARМОНТ, Исследовательский центр ИПИМ, Mia Research. Следует отметить, что указанные коммерческие организации могут проводить сбор данных (полевой этап) для международных исследовательских компаний (таких, как Gallup International Association, Ipsos Group, Pew Research Center и др.). Как правило, результаты подобных опросов публикуются под брендом зарубежного заказчика.

В этой связи актуализируется вопрос экспертного мониторинга информационного поля страны и присутствия в нем результатов исследований, выполняемых зарубежными социологическими службами. Например, в конце ноября 2019 г. содержание новостных заголовков составляли сообщения о том, что «почти 90 % белорусов выступили за союз с Россией». Обращение к первоисточнику показало, что «90 %» получилось от некорректной суммы совершенно разных показателей: тех, кто приемлемыми для Беларуси считает союзнические отношения с Россией (около 58 %), и тех, кто считает, что отношения двух стран должны быть партнерскими (около 32 %) [1]. При этом исследование проводила российская структура – Центр пространственного анализа

международных отношений МГИМО, не имеющая соответствующей аккредитации [3]. Подобная интерпретация данных опроса со стороны отдельных СМИ приводит к существенному искажению восприятия социологической информации у населения.

Следует отметить, что данный кейс не является единичным, что требует внимания со стороны государства и профессионального сообщества. Так, проведение социологических исследований по общественно-политической тематике регулируется Комиссией по опросам общественного мнения при Национальной академии наук Беларуси посредством выдачи специального сертификата [8]. При этом сам процесс получения аккредитации для социологических организаций является добровольным и проводится в целях повышения научной достоверности и объективности таких исследований.

Примечательно то, что наша страна в данном вопросе опирается на международный опыт. Так, во Франции результаты изучения общественного мнения становятся предметом рассмотрения специальной комиссии [6]. В случае если она установит, что опубликованные данные не соответствуют определенным методологическим критериям, СМИ обязано дать пояснения относительно особенностей конструирования выборки и других параметров проведенного опроса. Так, по мнению белорусского социолога С. А. Шавеля, «адекватную, достоверную социологическую информацию можно получить только путем грамотно поставленных профессиональными специалистами социологических исследований. Глубоко ошибочно представление о том, что такую информацию могут дать другие источники, как и то, что организовать социологические исследования можно своими силами» [14, с. 35].

Все большую популярность в последнее время в Сети получают различные многочисленные опросы на новостных лентах, особенно в Телеграм-каналах. Подавляющее большинство таких онлайн-голосований являются нерепрезентативными исследованиями, а представляют собой «псевдосоциологию», несмотря на десятки тысяч «респондентов», и характеризуют лишь мнение наиболее активных пользователей.

Кроме того, фейковая социологическая информация становится значимым

средством манипуляции общественным сознанием и инструментом формирования искаженного восприятия основных социально-политических процессов («вбросы» от имени известных социологических служб, «эксклюзивная социология» с претензией на истину в последней инстанции и др.).

Основные проблемы развития социологических служб Беларуси

Рассмотрим основные проблемные моменты развития социологических центров страны, на которые обращают внимание сами представители профессионального сообщества¹.

1. Недостаточный уровень коммуникации между социологическими центрами внутри страны. Взаимоотношения между социологическими службами строятся, скорее, на основе ранее установленных личных контактов, нежели профессиональной солидарности и общности. Нередким в индустрии можно назвать ревностное отношение к достижениям других социологов, восприятие их как конкурентов, а не как коллег, недоверие к их данным и используемым исследовательским методам. Отсюда, возможно, определенная закрытость исследовательских коллективов и недостаточно тесная коммуникация региональных и столичных социологов.

2. Отсутствие массового запроса на проведение социологических исследований со стороны как государственных, так и коммерческих заказчиков для решения конкретных социальных проблем, а также отсутствие запроса (осознания важности и актуальности) на внедрение социологического сопровождения и проведение социологической экспертизы. Кроме того, фиксируется низкий спрос на внутреннем рынке на получение социологической информации о процессах, происходящих в стране. Вместе с тем данная проблема также связана с однозначной заинтересованностью в постоянных заказах со стороны социологических служб и объективно колеблющейся потребностью в подобной информации со стороны

государственных органов и коммерческих структур.

3. Недостаточное материально-техническое обеспечение. В отличие от маркетинговых агентств, технологическая составляющая работы значительного числа социологических центров остается на неудовлетворительном уровне (низкое использование интернет-технологий, планшетов для опросов и т. п.). В связи с этим участники экспертного опроса полагают целесообразным в большей степени учитывать возможности современных информационно-коммуникационных технологий (например, расширить удаленный доступ сотрудников центров к различным электронным информационным ресурсам; больше использовать для работы лицензионные программы IBM SPSS Statistics; своевременно обновлять оборудование и обучать сотрудников навыкам работы с новыми ИКТ и т. п.).

4. Недостаточное обеспечение кадрами высокой квалификации. Так, зачастую более привлекательными для молодых социологов являются маркетинговые направления, PR- и HR-службы, а не исследовательские центры. Следует, однако, отметить, что выпускникам-социологам часто сложно устроиться по специальности в социологические службы, т. к. данных структур в стране не так много, а штат сотрудников в них, как правило, немногочисленный. Кроме того, для большинства современной молодежи в целом карьера академического ученого выглядит малопривлекательной, т. к. требует постоянной работы над собой, глубокого научного погружения и не приносит «на входе» высокого дохода.

5. Недостаточный уровень социологической культуры потребителей социологической информации. За время существования суверенной Беларуси органы государственного управления и граждане в целом осознали необходимость получения актуальной социологической информации по различным интересующим их вопросам. Вместе с тем следует признать, что многие граждане не умеют эффективно работать с полученными данными, не знают специфики и преимуществ данного инструмента. Так, часто у потребителя встречается недостаточное понимание методов социологии, особенно сложных методов анализа, отсюда спрос только на линейное распределение,

¹По данным экспертных интервью с представителями ведущих социологических служб страны, проведенных автором в 2020–2021 гг., а также круглых столов на базе БИСИ по вопросам развития социологической отрасли.

игнорирование методов моделирования, прогнозирования, качественных исследований.

6. Кризис социального доверия: общество часто не доверяет данным социологических исследований. До сих пор среди части граждан встречается скепсис в отношении возможностей социологических исследований в решении конкретных проблем и ориентация на социальную мифологию. При этом недоверие населения результатам опросов, непонимание их целесообразности и эффективности ведет в дальнейшем к недостаточной искренности респондентов в ответах. Также дискуссионным вопросом для экспертов часто становится вопрос репрезентативности полученных данных. Как отмечает российский социолог Г. Б. Юдин, «если раньше на это можно было в меньшей степени обращать внимание, то в последнее время это стало проблемой: в опросах участвует все меньше и меньше людей, они отказываются отвечать на вопросы. За те 85 лет, в течение которых существуют опросы общественного мнения, количество отвечающих резко снизилось. Сегодня есть исследования, которые показывают, что отвечают всего 7–10 % населения, т. е. 7–10 % от нашей случайной выборки» [12].

Вместе с тем в Беларуси ситуация с доверием населения к социологии в целом позитивная и вселяющая оптимизм для работников сферы изучения общественного мнения. По данным опроса, проведенного ИАЦ в 2019 г., две трети жителей страны (65,6 %) доверяет данным социологических исследований, каждый четвертый (26,1 %) не доверяет подобной информации. По региону ей чаще доверяет население Могилевской и Брестской областей (в среднем по 74,6 %), реже – столичные жители (48,1 %). В социально-демографическом аспекте в большей степени склонны доверять социологической информации сельчане, чем горожане (76,4 и 62,7 % соответственно), женщины, чем мужчины (70,3 и 59,9 % соответственно).

7. Влияние пандемии на проведение прикладных социологических исследований. Пандемия COVID-19 внесла существенные коррективы не только в повседневную жизнь граждан, но и в практики профессиональной деятельности социологов. Опросы в этом смысле не исключение, а, скорее, наоборот: сфера, ориентированная

на изучение общественного мнения, оказалась в условиях ограничения физического доступа к источнику этих мнений – к респондентам [11]. Социологи столкнулись с необходимостью изменения устоявшихся методов исследования, например личного интервью по месту жительства (face-to-face), переориентировав их на применение бесконтактного сбора информации (там, где возможно), в частности на онлайн-методы опроса и телефонные интервью.

В условиях пандемии актуальные для опросной индустрии методологические вопросы приобрели новое звучание. Так, среди молодого поколения социологов заметной тенденцией становится отказ от традиционных исследований в пользу неактивных методов получения информации (например, за счет Big Data). При этом вопрос требует тщательной проработки. С одной стороны, использование методологии Big Data позволяет лучше понять различные общественные процессы, повысить точность прогнозов, рационализировать принятие управленческих решений, с другой – остро возникает проблема эффективного применения этой информации, грамотной ее обработки и интерпретации, подготовки специалистов и необходимой инфраструктуры для работы с большими данными [5, с. 103].

Меры по повышению эффективности использования социологического знания в белорусском обществе

По результатам бесед с экспертами-социологами были предложены следующие возможные меры для преодоления указанных выше проблем развития социологических служб Беларуси, повышения эффективности использования экспертным сообществом, учеными и управленцами социологического знания в анализе белорусского общества.

1. Актуализация тематики социологических исследований. В первую очередь социологи должны быть в тренде текущей новостной повестки, изучать действительно животрепещущие вопросы и давать по ним объективную экспертизу, такую, которая была бы понятна и востребована всеми членами общества. Для такой работы нужны кадры, и здесь целесообразно было бы начинать работать со студентами (магистрантами, аспирантами), которые

обучаются как на социологических, так и на смежных специальностях, помогать им находить свои экспертные области и мотивировать высказываться на различных площадках. По мнению экспертов, необходимо бороться за сохранение качества социологического образования, а возможные стейкхолдеры должны оказать поддержку для актуализации тематики социологических исследований.

2. Расширение практики использования социологической экспертизы. Профессиональное сообщество считает, что необходимо чаще привлекать социологов для оценки проектов важнейших законодательных решений, касающихся социально-экономического развития страны и регионов. Сведения о мнении людей по тем или иным спорным вопросам, затрагиваемым в законопроекте, а также прогнозы последствий принятия законопроекта, сформированные по данным социологических опросов и мониторингов, прямым образом способствуют корректировке изначального текста законопроекта и своевременному внесению конкретных изменений в уже действующее законодательство. Это же относится и к оценке качества и своевременности управленческих решений.

3. Проведение республиканских экспертных мероприятий по социологической тематике. К примеру, можно организовать республиканский семинар «Социология и белорусское общество» с представителями органов государственного управления, властной и идеологической вертикали, а также СМИ, в рамках которого социологические службы и аналитические структуры будут демонстрировать основные результаты НИР и отдельных исследований, проводимых в течение года. Это будет способствовать популяризации и «публичности» социологической науки, поскольку в настоящее время аналитические записки и отчеты с результатами исследований, как правило, так и остаются «внутри» самих организаций и общественность о них ничего не знает. Кроме того, целесообразно расширить число республиканских конференций по социологической тематике и, возможно, провести масштабный национальный форум по примеру Первого белорусского философского конгресса, состоявшегося в Минске в октябре 2017 г.

4. Проведение регулярных совместных социологических исследований, включая международные. Сегодня необходимо налаживание контактов в рамках социологического сообщества в целях взаимовыгодного диалога для обмена передовыми социологическими методиками изучения общественного мнения, что в перспективе должно привести к повышению качества проводимых исследований. Также возможно расширение межстранового сотрудничества в области актуальных социологических исследований. Например, проведение совместных мониторинговых проектов с крупными и авторитетными социологическими службами Российской Федерации (ВЦИОМ, ФОМ и др.).

5. Формирование социологической культуры у населения и органов власти. Во-первых, это популяризация социологического знания, повышение уровня доверия населения к социологическим опросам, развитие достаточной для управленцев социологической компетентности. Во-вторых, развитие социологической культуры среди руководителей управленческих структур. В-третьих, внедрение социологического обеспечения на всех уровнях изучения различных общественных проблем, доступ к источникам социологических данных по различной тематике. К примеру, в США огромной популярностью пользуются интернет-ресурсы RealClearPolitics и Five-Thirty-Eight, где публикуются и обобщаются последние данные опросов, а также делаются прогнозы на их основании [15, с. 9].

6. Бóльшее включение социологических исследований в механизм государственного управления. В частности, востребованным может быть выявление социологами по конкретному запросу государственных органов потребностей, проблем, оценок, запросов, реакции населения; проведение консультаций для управленцев, государственных служащих и т. д. По точному выражению известного белорусского социолога Д. Г. Ротмана, «каждое социальное исследование можно считать своеобразным мини-референдумом, позволяющим определить позиции общества в оценках важных, волнующих всех проблем» [7, с. 11]. При этом есть важный момент: общественное мнение надо знать, учитывать, но нельзя руководствоваться при принятии важного управ-

ленческого решения только им. Следует ориентироваться на комплексную информационную подготовку конкретных управленческих решений. Необходимо пользоваться не только социологической информацией, но и статистическими данными, анализировать документы, публикации в СМИ, живую общаться с населением.

7. Консолидация усилий профессионального социологического сообщества (Белорусской социологической ассоциации) по разработке современных методологий исследования общества, научного общения, обсуждения актуальных проблем организации исследований, создание единого интернет-ресурса с публикацией теоретических, методологических, прикладных результатов исследований белорусских социологических центров, организация школ молодых социологов и т. п.

Заключение

Для повышения эффективности использования социологических данных в анализе белорусского общества социологическим службам необходимо актуализировать исследовательскую тематику, расширить практику использования социологической экспертизы, включать исследования в механизм государственного управления, формировать социологическую культуру у населения и управленцев.

Одним из путей повышения интереса белорусской молодежи к социологическим исследованиям и привлекательности социологии для будущих ученых может стать привлечение высшими учебными заведениями студентов, магистрантов, аспирантов к коммерческим исследовательским проектам в рамках экспериментального проекта по внедрению модели «Университет 3.0», реализуемого на базе ведущих вузов страны (БГУ, БНТУ, БГУИР, БГТУ, БГЭУ и др.).

Нужна непрерывная работа социологов с аудиторией по формированию доверия к представляемым в информационном пространстве данным. Это можно осуществлять через партнерство ведущих социологических организаций страны, опубликование результатов социологических исследований в СМИ с представлением детальной методологической информации, комментариями специалистов. Актуальной была бы и активизация работы

Комиссии по опросам общественного мнения при Национальной академии наук Беларуси по защите белорусского общества от все чаще появляющихся в Интернете социологических фейков и сомнительных данных, к сожалению, подрывающих доверие к социологии в целом. По мнению аналитика Белорусского института стратегических исследований В. В. Старичёнка, «защита информационного пространства Беларуси требует особого внимания к социологическому измерению и более активного использования данных социологической науки в ответ на текущие события политической повестки, выхода результатов белорусских социологических исследований в медийное пространство» [13, с. 271].

Немаловажным фактором, влияющим на качество получаемых данных, является ответственность социолога перед обществом в целом. Так, профессиональный кодекс социолога был принят еще в 1987 г. на VI Всесоюзной конференции Советской социологической ассоциации, но его принципы (профессиональная компетентность, научная честность и корректность на всех этапах социологического исследования) актуальны до сих пор и в целом согласуются с нормами, которых придерживается мировое социологическое сообщество. Действительно, социальная ответственность социолога подобна долгу врача-диагноста (принцип «не навреди») и состоит в стремлении найти пути сохранения стабильности общества, определить наименее болезненные способы достижения социального прогресса. На этот немаловажный аспект профессиональной деятельности в июне 2020 г. обратили внимание ведущие белорусские социологи, выступая в рамках проекта БелТА и БИСИ «Экспертная среда» [10].

Данные социологических опросов, полагаем, должны стать неотъемлемой частью системы информационно-аналитического обеспечения органов государственного управления и одним из дополнительных источников информации при принятии научно обоснованных управленческих решений. В связи с этим современным белорусским социологам необходимо соблюдать высокое качество проведения исследований, позволяющее достоверно отражать общественное мнение по наиболее актуальным проблемам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алейникова, С. М. «Фейковая социология»: памятка пользователю [Электронный ресурс] / С. М. Алейникова, Н. Н. Сухотский // Белорус. ин-т стратег. исслед. – Режим доступа: <https://bistr.gov.by/mneniya/kommentariy-bisi-feykovye-novosti-sociologiya/-feykovaya-sociologiya-ramyatka-polzovateliu>. – Дата доступа: 13.12.2020.
2. Данилов, А. Н. Социология в Белорусском государственном университете: история и современность / А. Н. Данилов // Весн. БДУ. – 2006. – № 3. – С. 82–93.
3. Домбровский, А. Половина белорусов выступает не за союзнические, а за партнерские отношения с Россией [Электронный ресурс] / А. Домбровский ; Ин-т социологии НАН Беларуси. – Режим доступа: <http://socio.bas-net.by/polovina-belorusov-vystupaet-ne-za-soyuznicheskie-a-za-partnerskie-otnosheniya-s-rossiej/>. – Дата доступа: 14.01.2021.
4. Иванов, В. Н. Социология в СССР (записки директора института) / В. Н. Иванов. – М. : У Никитских ворот, 2018. – 400 с.
5. Литвинович, В. М. Изучение общественного мнения в цифровую эпоху / В. М. Литвинович // Беларус. думка. – 2015. – № 2. – С. 98–103.
6. Лысенко, В. Как законы регулируют опросы общественного мнения на выборах [Электронный ресурс] / В. Лысенко ; Рос. фонд свобод. выборов. – Режим доступа: <http://www.rfsv.ru/law/normy-i-printsipy/kak-zakony-reguliruiut-oprosy-obshchestvennogo-mneniia-na-vyborakh>. – Дата доступа: 02.02.2021.
7. Михайловская, С. Компас для развития общества. О современных возможностях и роли социологии / С. Михайловская // Беларус. думка. – 2020. – № 5. – С. 11–20.
8. О некоторых вопросах проведения опросов общественного мнения, относящихся к республиканским референдумам, выборам и общественно-политической ситуации в стране и об опубликовании их результатов в средствах массовой информации [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 8 нояб. 2005 г., № 1240 // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C20501240>. – Дата доступа: 04.12.2020.
9. Общая социология. Основы современной социологической теории : учеб. пособие для вузов / под общ. ред. Н. Г. Осиповой. – М. : Канон+, 2017. – 336 с.
10. Опросы общественного мнения и ответственность социологов перед обществом [Электронный ресурс] // Информационное агентство БелТА. YouTube. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=vXQvc-05DfE>. – Дата доступа: 03.06.2020.
11. Особенности проведения социологических исследований в период пандемии: кейс массового опроса населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ncsem.o-mordovia.ru/index.php/analytics/expert-comment/item/135-osobennosti-provedeniya-sotsiologicheskikh-issledovaniy-v-period-pandemii-kejs-massovogo-oprosa-naseleniya>. – Дата доступа: 05.03.2021.
12. Сеньшин, Е. Политическая функция опросов должна быть поставлена под сомнение. Имитация народной воли. Почему нельзя доверять соцопросам? [Электронный ресурс] / Е. Сеньшин. – Режим доступа: https://www.znak.com/2020-03-27/imitaciya_na_rodnoy_voli_pochemu_nelzya_doveryat_socoprosam. – Дата доступа: 05.03.2021.
13. Старичёнок, В. В. Социологические опросы на службе пропаганды: российское измерение / В. В. Старичёнок // Междунар. журналистика – 2019: евразийско-атлантическое партнерство и медиа : материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 21 февр. 2019 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: Б. Л. Залесский (отв. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2019. – С. 266–272.
14. Шавель, С. А. Общественная миссия социологии / С. А. Шавель. – Минск : Беларус. навука, 2010. – 406 с.
15. Юдин, Г. Общественное мнение, или Власть цифр / Г. Юдин. – СПб. : Европ. ун-т в СПб., 2020. – 174 с.

REFERENCES

1. Alejnikova, S. M. «Fejkovaja sociologija»: pamiatka pol'zovatieliu [Elektronnyj riesurs] / S. M. Aliejnikova, N. N. Sukhotskij // Bielorus. in-t strateg. isslied. – Riezhim dostupa:

<https://bistr.gov.by/mneniya/kommentariy-bisi-feykovye-novosti-sociologiya/-feykovaya-sociologiya-pamyatka-polzovatelyu>. – Data dostupa: 13.12.2020.

2. Danilov, A. N. Sociologija v Bielaruskom gosudarstviennom univiersitietie: istorija i sovriemiennost' / A. N. Danilov // Viesn. BDU. – 2006. – № 3. – S. 82–93.

3. Dombrovskij, A. Polovina belorusov vystupajet nie za sojuznichieskije, a za partnorskije otnoshenija s Rossiej [Elektronnyj riesurs] / A. Dombrovskij // In-t sociologii NAN Bielarusi. – Riezhim dostupa: <http://socio.bas-net.by/polovina-belorusov-vystupaet-ne-za-soyuznichieskie-a-za-partnerskie-otnosheniya-s-rossiej/>. – Data dostupa: 14.01.2021.

4. Ivanov, V. N. Sociologija v SSSR (zapiski diriektora instituta) / V. N. Ivanov. – M. : U Nitskikh vorot, 2018. – 400 s.

5. Litvinovich, V. M. Izuchienije obshchestviennogo mnienija v cifrovuju epokhu / V. M. Litvinovich // Belarus. dumka – 2015. – № 2. – S. 98–103.

6. Lysienko, V. Kak zakony riegulirujut oprosy obshchestviennogo mnienija [Elektronnyj riesurs] / V. Lysienko // Ros. found svobod. vyborov. – Riezhim dostupa: <http://www.rfsv.ru/law/normy-i-printsipy/kak-zakony-reguliruiut-oprosy-obshchestvennogo-mneniia-na-vyborakh>. – Date dostupa: 02.02.2021.

7. Mikhajlovskaja, S. Kompas dlja razvitija obshchestva. O sovriemiennykh vozmozhnostiakh i roli sociologii / S. Mikhajlovskaja // Belarus.dumka. – 2020. – № 5. – S. 11–20.

8. O niekotorykh voprosakh proviedienija oprosov obshchestviennogo mnienija, odnosiaschikhsia k riespublikanskim riefieriendumam, vyboram i obshchestviennopolitichieskoj cituacii v stranie i ob opublikovanii ikh riezul'tatov v sriedstvakh massovoj informacii [Elektronnyj riesurs] : postanovlienije Sovieta Ministrov Rieesp. Bielarus', 8 nojab. 2005 g., № 1240 // Nac. pravovoj Internetportal Rieesp. Bielarus'. – Riezhim dostupa: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C20501240>. – Data dostupa: 04.12.2020.

9. Obshchaja sociologija. Osnovy sovriemiennoj sociologichieskoj tieorii : uchieb. posobije dlja vuzov / pod obshch. ried. N. G. Osipovoj. – M. : Kanon+, 2017. – 336 s.

10. Oprosy obshchestviennogo mnienija i otvietstnnost' sociologov pieried obshchestvom [Elektronnyj riesurs] : Informacionnoje agentstvo BielTA. YouTube. – Riezhim dostupa: <https://www.youtube.com/watch?v=vXQvc-05DfE>. – Data dostupa: 03.06.2020.

11. Osobiennosti proviedienija sociologichieskikh v period pandemii: kiejs massovogo oprosa nasielienija [Elektronnyj riesurs]. – Riezhim dostupa: <http://ncsem.o-mordovia.ru/index.php/analytics/expert-comment/item/135-osobennosti-provedeniya-sotsiologichieskikh-issledovanij-v-period-pandemii-kejs-massovogo-oprosa-naseleniya>. – Data dostupa: 05.03.2021.

12. Sien'shin, Ye. Politichieskaja funkcija oprosov dolzhna byt' postavliena pod somnienije. Imitacija narodnoj voli. Pochiemu niel'zia dovieriat' socoprosam? [Elektronnyj riesurs] / Ye. Sien'shin. – Riezhim dostupa: https://www.znak.com/2020-03-27/imitaciya_narodnoy_voli_pochemu_nelzja_doveryat_socoprosam. – Data dostupa: 05.03.2021.

13. Starichionok, V. V. Sociologichieskije oprosy na sluzhbie propagandy: rossijskoje izmierienije / V. V. Starichionok // Miezhdunar. jurnalistika – 2019: jevrasijsko-atlantichieskoje partnerstvo i media : materialy VIII Miezhdunar. nauch.-prakt. conf., Minsk, 21 fevr. 2019 g. / Bielorus. gos. un-t ; piedkol: B. L. Zaliesskij (otv. ried.) [i dr.]. – Minsk : BGU, 2019. – S. 266–272.

14. Shaviel', S. A. Obshchestviennaja missija sociologii / S. A. Shaviel' – Minsk : Bielarus. navuka, 2010. – 406 s.

15. Yudin, G. Obshchestviennoje mnienije, ili Vlast' cif / G. Yudin. – SPb., 2020. – 174 s.

Рукапіс наступіў у рэдакцыю 17.02.2021