

Задорин И.В.

Кризис доверия социологии как политическая проблема

Семинар «Полития», 26.04.2012

- Потеря доверия конечных потребителей - управленцев



- Потеря доверия «образованной общественности» и экспертов



- Потеря доверия граждан

Кризис доверия социологии

Почему это политическая проблема ?

Кризис доверия социологии



Система политического управления с обратной связью

- **Прямой «глас народа»**
(заборы, демонстрации и собрания, интернет)
- **Опосредованный «глас народа»** (СМИ, эксперты, общественные организации)
- **Валидизированный «глас народа» (социологи)**
- **Государственная статистика и отчетность государственных ведомств**
- **Спецканалы (спецслужбы, советники-консультанты, «совещания», лоббисты и пр.)**

Каналы обратной связи

- ❑ *Недоверие – это тромб в канале обратной связи. В ситуации недоверия какому-то каналу «система управления» вынуждена действовать, исходя из информации других каналов или «по интуиции».*

- ❑ *Недоверие любому каналу информации в системе управления – это основа перехвата управления, замены поставщика информации, попытка повлиять на объект управления «несистемно».*

Почему это политическая проблема?

□ Недостоверность и неполнота социологической информации

- Сознательное и заинтересованное «искажение»
- Добросовестное заблуждение, несовершенство методик

□ Действия заинтересованных субъектов

- Дискредитирующие действия заинтересованных конкурентов среди других каналов обратной связи (СМИ vs социологи, политконсалтинг vs социология и т.п.).
- Дискредитирующие действия заинтересованных субъектов в самой политической системе управления.

Причины недоверия социологии

□ *Недостоверность и неполнота социологической информации*

□ *Сознательное и заинтересованное
«искажение», халтура*

- Рост числа имитационных псевдо-исследований
- Рынок черных социологов (история ПРОК-центра, Цемойл и т.п.)
- Рост судебных исков к «исполнителям» псевдо-исследований
- Отсутствие стандартов качества, системы сертификации
- Отсутствие профессионального сообщества, способного противостоять мутному потоку халтуры

Причины недоверия социологии

□ *Недостоверность и неполнота социологической информации*

□ *Добросовестное заблуждение,
несовершенство методик,
дисквалификация кадров*

- Отсутствие должной государственной статистики, падение качества выборок
- несовершенство, архаизм методик,
- Низкая квалификация исполнителей, неспособных порой выполнить и стандартные процедуры

Причины недоверия социологии

- *Действия заинтересованных субъектов*
 - *Дискредитирующие действия заинтересованных конкурентов среди других каналов обратной связи*
 - СМИ против социологов
 - Политконсультанты против социологов
 - Спецканалы против социологов

Причины недоверия социологии

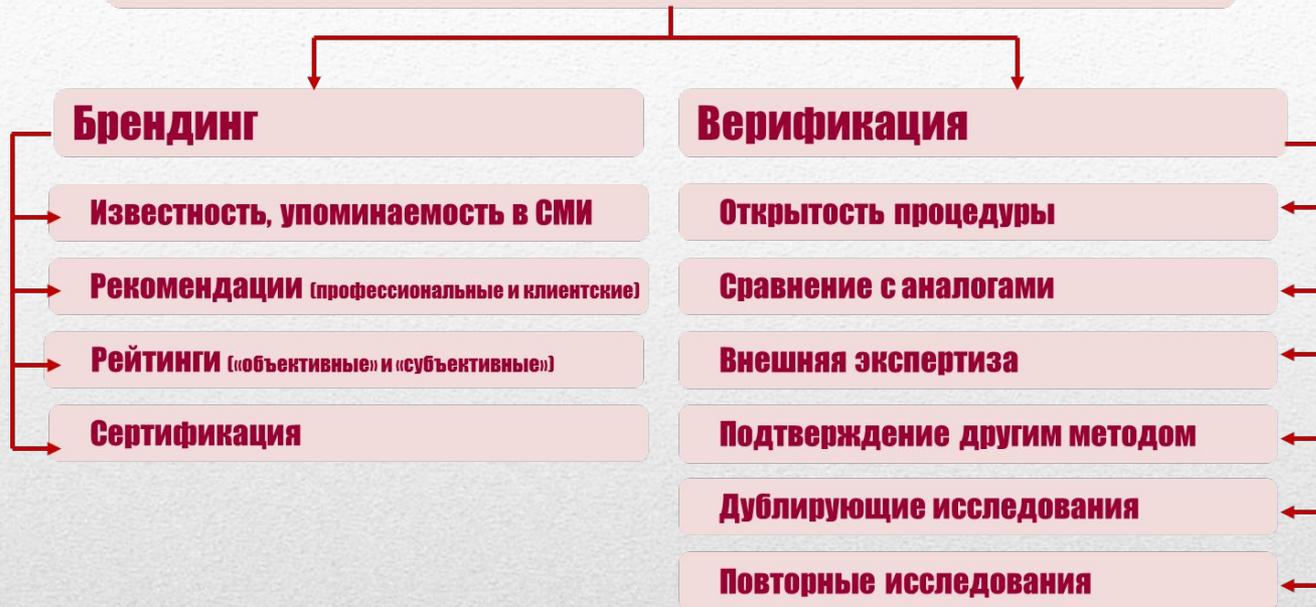
□ *Действия заинтересованных субъектов*

□ *Дискредитирующие действия
заинтересованных субъектов в самой
политической системе управления*

- Информационные кампании конкурирующих политических субъектов (антисоциологическая кампания «Заговор социологов» 1999 г. и пр.)
- Информационные кампании оппозиции – «машина делигитимации»
- Действия органов власти против общественной оценки (противодействие Указу Президента РФ №825)

Причины недоверия социологии

ПОВЫШЕНИЕ ДОВЕРИЯ



См. И.Задорин
«Данные социологических исследований: проблема доверия и способы верификации», 2008

+ Независимость (неангажированность, самофинансирование)

+ Открытость данных и результатов

Попытки повышения доверия

Проект «Открытое мнение» - инициативный эксперимент по проведению полномасштабного социологического исследования в новом для российской социологии формате «collaborative open research» – совместных открытых исследований. Основная задача проекта – получение достоверной, надежной и общедоступной исследовательской информации о социально-политических настроениях и установках населения на основе независимого, самофинансируемого и полностью открытого исследования.

В реализации проекта участвовали (в основном НА ОБЩЕСТВЕННЫХ НАЧАЛАХ) около 200 представителей столичных и региональных исследовательских организаций, академических институтов и вузов, СМИ и общественных объединений.

Все промежуточные и итоговые продукты коллективной работы открыты для свободного доступа.

Подробнее см. <http://www.sociologos.ru/novosti/>

Попытки повышения доверия

СПАСИБО!
