

ПУБЛИЧНАЯ СОЦИОЛОГИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Круглый стол

“Выборочные социологические исследования в Украине: история и современные проблемы. К 70-летию Николая Чурилова”

Продолжаем публикацию материалов круглых столов в рамках совместного проекта Института социологии НАН Украины, журнала “Социология: теория, методы, маркетинг” и Фонда “Демократические инициативы” им. И.Кучерива “Публичная социология как фактор развития гражданского общества в Украине”, который осуществляется при финансовой поддержке Международного фонда “Відродження”.

14 июля 2017 года в Институте социологии НАН Украины собрался круглый стол, посвященный проблематике выборочных социологических исследований, объединивший актуальный научно-социологический компонент и личный, торжественно-праздничный. Этим событием отечественное социологическое сообщество отметило 70-летие Николая Николаевича Чурилова, значимость профессионального опыта и организаторской активности которого для становления и институционализации отечественной социологии трудно переоценить. Тематика этого круглого стола не была случайной, поскольку Николай Чурилов был среди тех, тогда немногих социологов, которые еще с середины 1980-х годов начали разрабатывать методический инструментарий и формировали статистические выборки для первых в стране общенациональных эмпирических исследований. Именно Чурилов возглавил группу социологов, которые подготовили методологический инструментарий и провели в 1982 году первый всеукраинский социологический выборочный опрос. Затем были и другие важные исследования, в частности возглавляемое Н.Чуриловым исследование в зоне ЧАЭС в 1986 году, социологические опросы уже в независимой стране, а позже — и первый экзит-полл президентской избирательной кампании 1998 года, статистическую выборку для которого формировал Чурилов и который был успешно проведен во многом благодаря его профессиональной активности и организаторскому таланту.

Пожалуй, не будет преувеличением сказать, что отечественная социология превращалась в настоящую полноценную науку именно тогда, когда социологи стали опираться на статистические данные, полученные в результате эмпирических социологических исследований. Объективность этих исследований, их репрезентативность, а значит, и валидность социологических данных всегда зависят от адекватной, продуманной и профессиональной программы исследования, центральным компонентом которой яв-

ляется формирование математически точной выборки для опроса. Как правило, этот важный начальный компонент социологического исследования остается без внимания — и для многих социальных экспертов, и, тем более, для подавляющего большинства потребителей социологической продукции, которые обычно оперируют уже готовыми результатами опросов, не задумываясь над содержанием “черного ящика” самого процесса исследования. Между тем, именно выборка, способы ее обоснования, формирования и измерения служат той отправной точкой, которая ответственна за качество и объективность социологических данных.

Открывая круглый стол, директор Института социологии НАН Украины, академик НАН Украины Валерий Ворона и академик НАН Украины, президент Социологической ассоциации Украины, ректор Харьковского национального университета им. В.Н.Каразина Виль Бакиров в своих выступлениях и поздравлениях юбиляру отметили весомый профессиональный научный и организаторский вклад Николая Чурилова в становление отечественной профессиональной социологии, в частности в плане разработки ее эмпирического методологического инструментария, успешных практик подготовки и ценного опыта проведения общенациональных опросов. Сердечные поздравления юбиляру прозвучали от киевских социологов и коллег из других городов страны. Профессиональная деятельность и опыт Чурилова, который сегодня возглавляет одну из ведущих социологических компаний страны ООО “TNS Ukraine”, в равной мере востребованы в двух основных сферах репрезентации отечественной социологии — академической/вузовской и коммерческой (области маркетинговых исследований). Следует напомнить, что такие важные проекты Института социологии НАН Украины, как общенациональный мониторинг “Украинское общество” и издание нашего профессионального журнала, во многом обязаны своим появлением и непрерывностью дальнейшего существования его личной профессиональной вовлеченности, да и финансовой поддержке.

Круглый стол объединил выступления и обсуждения в рамках двух взаимосвязанных тематических частей:

1. *История выборочных социологических исследований в Украине.*
2. *Современные проблемы выборочных социологических исследований в Украине.*

Рассуждая об истории отечественных выборочных социологических исследований, заместитель директора Института социологии НАН Украины, заведующий отделом методологии и методов социологии Евгений Головаха отметил, что несмотря на современное расширение набора методов сбора социологической информации, в частности благодаря активному применению качественных методов, классический эмпирический опрос и сегодня остается главным и надежным методом социологического исследования. Стоит вспомнить и историческое начало отечественных выборочных исследований. Первый профессиональный социологический опрос с общереспубликанской выборкой в 5000 респондентов был методически подготовлен и проведен в 1982 году группой социологов, возглавляемых Н. Чуриловым, в рамках тогда еще всесоюзного исследования “Образ жизни советского человека” под руководством Т.Заславской. Важным этапом развития отечественных выборочных опросов стал также международный исследовательский проект по проблематике политической культуры общества в 1990 году. Методологический

инструментарий и выборка этого исследования, в рамках которого были проведены два общеукраинских опроса, разрабатывались Н. Чуриловым и Н. Паниной. В 1998 году группа отечественных социологов — Н. Чурилов, В. Паниотто, Н. Панина и Е. Головаха — методически и практически реализовали идею американки украинского происхождения Наталии Скочеляз касательно проведения первого экзит-полла избирательной кампании 1998 года. Со времени проведения этого первого и успешного экзит-полла данный социологический метод оценки результатов избирательных кампаний стал устоявшейся практикой в политической жизни страны.

Владимир Паниотто, генеральный директор Киевского международного института социологии (КМИС) в своем выступлении, посвященном истории отечественных выборочных исследований и личному опыту сотрудничества с Николаем Чуриловым, актуализировал некоторые этапы профессионального становления отечественной социологии. Одним из таких важных этапов было формирование в 1984 году первой общеукраинской опросной сети, подготовка интервьюеров и разработка выборки для социологического исследования по заказу Гостелерадио. До этого момента в советский период опросы в Украине фактически проводились только в трех опорных городах. Тщательное формирование выборки, основанной на многоуровневом факторном анализе разных показателей культурного развития всех областей страны, для исследования 1984 года было профессионально качественным даже по нынешним критериям. Однако первые отечественные социологи сталкивались и с серьезными проблемами и трудностями. Опросная сеть, задуманная как минимум на ежегодные опросы, без должной ресурсной поддержки и активности разваливалась, нехватка ресурсов на подготовку и проведение опросов была (да и сегодня остается) настоящей проблемой, а исследования по заказу даже со стороны госструктур (а именно Гостелерадио) считались “дополнительными коммерческими” проектами, чего, мягко говоря, не поощряли в бывшем СССР. Однако тем более важными представляются сейчас те первые шаги, сделанные для становления отечественной профессиональной социологии.

В. Паниотто также напомнил о важной общественной роли отечественной социологии в провозглашении независимости страны в 1991 году. Ведь опросы, которые проводились перед референдумом о независимости Украины и результаты которых были известны отечественным политикам, подтверждали желание подавляющего большинства граждан жить в независимой стране.

В начале 1990-х годов мощный импульс развития отечественной социологии, в частности в сфере методологического обеспечения и практики выборочных исследований, дал процесс формирования и институционализации профессиональных негосударственных социологических центров, таких как КМИС и СОЦИС (ныне ООО “TNS Ukraine”). Это значительно активизировало развитие международного сотрудничества отечественных социологов и привлечение их в международные исследовательские проекты — такие как уже упоминавшийся международный проект 1990 года, посвященный исследованию политической культуры общества, тесное сотрудничество КМИС и совместные исследовательские проекты с зарубежными социологами М. Сваффордом, Л. Кишем, С. Герингом, М. Коном, К. Сломчинским и другие инициативы международного сотрудничества.

Сергей Makeев, заведующий отделом социальных структур Института социологии НАН Украины посвятил свое выступление становлению и развитию в отечественной социологии исследовательской программы по социальной стратификации и мобильности. Он отметил, что если в вопросах методического, ресурсного и информационно-технологического обеспечения отечественная социология существенно уступала западной, то в теоретико-методологических вопросах и практиках исследований так называемой “производственной социологии” еще советского периода отечественные специалисты накопили ценный профессиональный опыт. Более того, исследования престижа профессий, социальных факторов и мотивации к труду, каковым уделялось серьезное внимание со стороны “производственной социологии”, принадлежали к основным трендам развития мировой социологии. Начало исследований социальной стратификации и мобильности в отечественной социологии также связано с ценными наработками и опытом исследований “производственной социологии”, в рамках которой эту проблематику активно изучали. Дальнейшее развитие отечественной социологии, в том числе путем накопления опыта и расширения практик подготовки и проведения общенациональных выборочных опросов, дало мощный импульс исследованиям социальной стратификации и мобильности. Теперь социологи могли изучать макродинамику этих процессов в пределах всей страны, а также в сравнительных международных исследованиях. В то же время сосредоточение внимания на крупных выборочных опросах макропоказателях привело к определенной утрате ценного опыта case-study исследований, приобретенного в традициях “производственной социологии”.

Елена Симончук, старший научный сотрудник отдела социальных структур Института социологии НАН Украины в своем выступлении охарактеризовала значение развития выборочных исследований для институционализации исследований классовой структуры в отечественной социологии. По ее мнению, которое разделяют коллеги, советская социология в основном развивала “протоклассовый” анализ общества, а институционализация профессионального структурно-классового анализа происходила уже в рамках отечественной социологии в течение последнего 25-летия. И одним из важных показателей этого процесса как раз и является развитие регулярных выборочных опросов, а также — накопление широкой эмпирической базы результатов опросов, архивирования их массивов, постоянное совершенствование методологии исследований в соответствии с уровнем мировых стандартов. Среди “этапных” эмпирических проектов, которые способствовали институционализации классового анализа в отечественной социологии, Е.Симончук выделила ежегодные мониторинговые опросы Института социологии НАНУ (“Украинское общество” и “Омнибус”), опросы с использованием международных методик касательно отношения населения к приватизации, которые проводились в 1993, 1995 и 1998 годах фирмой СОЦИС Н.Чурилова, международный сравнительный проект КМИС по социальным структурам и личности и другие инициативы. Важной вехой для развития исследований социально-классовой структуры, как и для всей отечественной социологии, стало приобщение Украины к Европейскому социальному исследованию в 2004–2005 годах. Методологический опыт этого европейского исследования отечественные специалисты в дальнейшем успешно применяли в общенациональных мониторинговых опросах 2007–2008 годов.

Вторая тематическая часть круглого стола была посвящена обсуждению актуальных проблем выборочных социологических исследований в Украине. В этой части выступил и Николай Чурилов, рассказав о своем опыте и практике маркетинговых исследований и особенностях формирования выборки для таких исследований (*текст его доклада мы публикуем в этом номере журнала*).

Ольга Балакирева, заведующая отделом мониторинговых исследований социально-экономических трансформаций ГУ “Институт экономики и прогнозирования НАН Украины” посвятила свое выступление теме выборочных исследований среди труднодоступных групп населения. В условиях вооруженного конфликта на Донбассе и реалий оккупации его части, а также сложности доступа исследователей к населению этих территорий данная проблематика особенно актуальна.

Андрей Горбачик, декан факультета социологии КНУ им. Тараса Шевченко, в своем выступлении актуализировал перспективы выборочных исследований в современных условиях непрерывного нарастания потока информации и возможностей ее анализа с применением цифровых технологий в парадигме BigData.

Эту тему на примере практических телевизионных исследований продолжила Татьяна Никитина, начальник отдела стратегической аналитики ТРК “Украина”. Она очертила новые вызовы и возможности для социологии в парадигме BigData, когда информацией становится практически все и социологи должны научиться этим пользоваться. В то же время в этом информационном потоке актуализируется и роль социологов как интерпретаторов социальной реальности и ее смыслов, поскольку растет запрос на объяснение происходящего в социальной жизни и его причин.

Людмила Юзва, ассистент факультета социологии КНУ им. Тараса Шевченко продемонстрировала определенные возможности работы социологов с интернет-данными на примере анализа медиа-источников в Media-teka. Однако она подчеркнула и существующие ограничения таких методов, поскольку требования к формированию выборки здесь не выполняются, накладываются ограничения на временной промежуток, не учитывается также отбор источников информации.

Ирина Маринич, научный сотрудник отдела истории и теории социологии НАН Украины напомнила об “эффekte интервьюера” в выборочных исследованиях, предложив в своем выступлении некоторые теоретические модели подобных эффектов.

Алексей Шестаковский в качестве ответа на выступление Николая Чурилова и обсуждение на круглом столе предложил варианты, как разобраться с реальностью, в которой репрезентативность выборки большинства опросов не соответствует “золотому стандарту” случайного отбора. По его мнению, нужно, во-первых, разрабатывать возможности разных дизайнов неслучайных выборок. Во-вторых, необходимо повышать социологическую культуру общества, в частности информируя общественность о том, что ценность социологического опроса далеко не всегда сводится к тому, насколько он похож на процедуру голосования на выборах. Ведь даже если профессиональные опросы содержат неминуемые погрешности случайного отбора, ныне отсутствуют альтернативные универсальные методы, способные лучше охватывать исследуемые аудитории.

Здесь лишь кратко очерчена тематика наиболее интересных выступлений участников этого круглого стола. И, разумеется, наш журнал приглашает всех докладчиков и участников круглого стола в качестве потенциальных авторов присылать для публикации статьи с развернутым изложением своего видения этой важной и актуальной тематики.

Журнал “Социология: теория, методы, маркетинг” искренне поздравляет Николая Николаевича Чурилова с 70-летним юбилеем, который мы отметили этим важным для всего отечественного социологического сообщества научным событием.

*ВИКТОР СТЕПАНЕНКО,
доктор социологических наук, член редколлегии журнала*

УДК 303.591.8

НИКОЛАЙ ЧУРИЛОВ,

*доктор социологических наук, директор
“TNS Ukraine”*

Выборка в маркетинговых исследованиях

Как правило, социологи-исследователи, говоря о сформированной ими выборке, подразумевают, что эта выборка репрезентирует генеральную совокупность. В большинстве случаев в социологии дело обстоит именно так. И действительно, в большинстве социологических исследований изучаются отдельные социальные проблемы, характерные или для отдельных регионов страны, или для страны в целом. Применительно к этим исследовательским проектам социологи уже научились строить репрезентативные выборки, рассчитывать случайные ошибки выборки и доверительные интервалы, в которых находятся результаты генеральной совокупности. Но для маркетинговых исследований по большей части все обстоит гораздо сложнее. Что касается подавляющего большинства маркетинговых исследований, то для них сформировать репрезентативные выборочные совокупности просто не представляется возможным. Мы можем достаточно четко описать требования, которые предъявляются к изучаемому объекту исследования, но структурировать этот объект невозможно по ряду, в основном, объективных причин. Прежде всего, мы не знаем количественных параметров, характеризующих потребителей тех или иных товаров или услуг. Мы также ничего не знаем об их распределении на территории страны, отдельных ре-