

ПУБЛІЧНА СОЦІОЛОГІЯ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Круглий стіл “Вибіркові соціологічні дослідження в Україні: історія та сучасні проблеми. До 70-річчя Миколи Чурилова”

Продовжуємо публікацію матеріалів круглих столів у рамках спільного проекту Інституту соціології НАН України, журналу “Соціологія: теорія, методи, маркетинг” та фонду “Демократичні ініціативи” ім. І.Кучеріва “Публічна соціологія як чинник розвитку громадянського суспільства в Україні”, що здійснюється за фінансової підтримки Міжнародного фонду “Відродження”.

14 липня 2017 року в Інституті соціології НАН України зібрався круглий стіл, присвячений проблематиці вибіркового соціологічного дослідження, що поєднав актуальний науково-соціологічний компонент і особистісний, урочисто-святковий. Цією подією вітчизняна соціологічна спільнота відзначила 70-річчя Миколи Миколайовича Чурилова, значущість професійного досвіду та організаторської активності якого для становлення та інституціоналізації вітчизняної соціології важко переоцінити. Тематика цього круглого столу не була випадковою. Адже Микола Чурилов був серед тих, тоді небагатьох соціологів, які ще із середини 1980-х років почали розробляти методичний інструментарій і формували статистичні вибірки для перших у країні загальнонаціональних емпіричних досліджень. Саме Чурилов очолював групу соціологів, які підготували методологічний інструментарій і провели у 1982 році перше загальноукраїнське соціологічне вибіркове опитування. Далі були й інші важливі дослідження, зокрема очолюване М. Чуриловим дослідження у зоні ЧАЕС у 1986 році, соціологічне опитування вже у незалежній країні, а згодом — і перший екзит-пол президентської виборчої кампанії 1998 року, статистичну вибірку для якого формував Чурилов і який був успішно проведений великою мірою завдяки його професійній активності та організаційному талантові.

Мабуть, не буде перебільшенням сказати, що вітчизняна соціологія перетворювалась на справжню повноцінну науку саме тоді, коли соціологи почали спиратися на статистичні дані, отримані в результаті емпіричних соціологічних досліджень. Об'єктивність цих досліджень, їхня репрезентативність, а отже, і валідність соціологічних даних завжди залежать від адекватної, продуманої та професійної програми дослідження, центральним

компонентом якої є формування математично точної вибірки для опитування. Як правило, цей важливий початковий компонент соціологічного дослідження залишається поза увагою — і для багатьох соціальних експертів, і, тим паче, для переважної більшості споживачів соціологічної продукції, які зазвичай оперують вже готовими результатами опитувань, не замислюючись над змістом “чорної скриньки” самого процесу дослідження. Між тим, саме вибірка, способи її обґрунтування, формування та вимірювання є тією відправною точкою, що є відповідальною за якість та об’єктивність соціологічних даних.

Відкриваючи круглий стіл, директор Інституту соціології НАН України, академік НАН України Валерій Ворона та академік НАН України, президент Соціологічної асоціації України, ректор Харківського національного університету ім. В.Н.Каразіна Віль Бакіров у своїх виступах і вітаннях ювілярові відзначили вагомий професійний науковий і організаторський внесок Миколи Чурилова у становлення вітчизняної професійної соціології, зокрема щодо розроблення її емпіричного методологічного інструментарію, успішних практик підготовки та цінного досвіду проведення загальнонаціональних опитувань. Щірі привітання ювілярові також висловили київські соціологи й колеги з інших міст країни. Професійна діяльність і досвід Чурилова, який нині очолює одну із провідних соціологічних компаній країни ТОВ “TNS Ukraine”, є однаковою мірою запитуваними для двох основних сфер репрезентації вітчизняної соціології — академічної/вишівської та комерційної (зокрема, царини маркетингових досліджень). Варто лише згадати, що такі важливі проекти Інституту соціології НАН України, як загальнонаціональний моніторинг “Українське суспільство” і видання нашого професійного часопису, великою мірою завдячують своєю появою і безперервністю свого подальшого існування його особистій професійній залученості, ба також — і фінансовій підтримці.

Круглий стіл об’єднав виступи та обговорення в межах двох взаємопов’язаних тематичних частин:

1. *Історія вибіркового соціологічного дослідження в Україні.*
2. *Сучасні проблеми вибіркового соціологічного дослідження в Україні.*

Розмірковуючи про історію вітчизняних вибіркового соціологічного дослідження, заступник директора Інституту соціології НАН України, завідувач відділу методології та методів соціології Євген Головаха зазначив, що незважаючи на сучасне розширення набору методів збирання соціологічної інформації, зокрема через активне застосування якісних методів, класичне емпіричне вибірконе опитування й нині залишається головним і надійним методом соціологічного дослідження. Варто згадати і історичний початок вітчизняних вибіркового дослідження. Перше професійне соціологічне опитування із загальнореспубліканською вибіркою 5000 респондентів було методично підготовлене і проведене у 1982 році групою соціологів, очолюваних М. Чуриловим, у рамках тоді ще всерадянського дослідження “Спосіб життя радянської людини” під керівництвом Т. Заславської. Важливим етапом розвитку вітчизняних вибіркового опитувань став також і міжнародний дослідницький проект із проблематики політичної культури суспільства у 1990 році. Методологічний інструментарій і вибірка цього дослідження, в

межах якого були проведені два загальноукраїнські опитування, були розроблені М. Чуриловим і Н. Паніною. У 1998 році група вітчизняних соціологів — М. Чурилов, В. Паніотто, Н. Паніна і Є. Головаха — методично і практично реалізували ідею американки українського походження Наталі Скочеляз щодо проведення першого екзит-полу виборчої кампанії 1998 року. Від часу проведення цього першого й успішного екзит-полу цей соціологічний метод оцінювання результатів виборчих кампаній став уже усталеною практикою у політичному житті країни.

Володимир Паніотто, генеральний директор Київського міжнародного інституту соціології (КМІС) у своєму виступі, присвяченому історії вітчизняних вибіркових досліджень та особистому досвідові співпраці з Миколою Чуриловим, також актуалізував деякі етапи професійного становлення вітчизняної соціології. Зокрема, одним із таких важливих етапів було формування у 1984 році першої загальноукраїнської опитувальної мережі, підготовка інтерв'юєрів та розроблення вибірки для соціологічного дослідження на замовлення Держтелерадіо. До цього моменту в радянський період опитування в Україні фактично проводились лише у трьох опорних містах. Ретельне ж формування вибірки, ґрунтованої на багаторівневому факторному аналізі різних показників культурного розвитку всіх областей країни, для дослідження 1984 року було професійно якісним навіть за сьгоднішніми критеріями. Проте перші вітчизняні соціологи стикалися і з серйозними проблемами та труднощами. Опитувальна мережа, задумана принаймні на щорічні опитування, без належної ресурсної підтримки і активності розвалювалась, брак ресурсів на підготовку і проведення опитувань був (утім, і нині залишається) нагальною проблемою, а дослідження на замовлення навіть з боку держструктур (як-от Держтелерадіо) вважались “додатковими комерційними” проектами, чого, м'яко кажучи, не заохочували в колишньому СРСР. Однак тим важливішими видаються зараз ті перші кроки, зроблені для становлення вітчизняної професійної соціології.

В. Паніотто також нагадав про важливу суспільну роль вітчизняної соціології у проголошенні незалежності країни 1991 року. Адже опитування, які проводились перед референдумом про незалежність країни і результати яких були відомі вітчизняним політикам, підтверджували бажання переважної більшості громадян жити у незалежній країні.

На початку 1990-х років потужний імпульс розвитку вітчизняної соціології, зокрема у сфері методологічного забезпечення і практики вибіркових досліджень, був наданий процесом формування та інституціоналізації професійних недержавних соціологічних центрів, таких як КМІС і СОЦІС (тепер ТОВ “TNS Ukraine”). Це значно активізувало розвиток міжнародної співпраці вітчизняних соціологів і залучення їх у міжнародні дослідницькі проекти — такі як вже згадуваний міжнародний проект, присвячений дослідженню політичної культури суспільства 1990 року, тісна співпраця КМІС і спільні дослідницькі проекти із зарубіжними соціологами М. Сваффордом, Л. Кішем, С. Герингою, М. Коном, К. Сломчинським та інші ініціативи міжнародної співпраці.

Сергій Makeєв, завідувач відділу соціальних структур Інституту соціології НАН України присвятив свій виступ становленню та розвитку у

вітчизняній соціології дослідницької програми щодо проблематики соціальної стратифікації й мобільності. Він зазначив, що коли в питаннях методичного, ресурсного та інформаційно-технологічного забезпечення вітчизняна соціологія суттєво поступалася західній, то в теоретико-методологічних питаннях і практиках досліджень так званої “виробничої соціології” ще радянського періоду вітчизняні фахівці накопичили цінний професійний досвід. Понад те, дослідження престижу професій, соціальних чинників та мотивацій до праці, яким приділяла значну увагу “виробнича соціологія”, належали до основних трендів розвитку світової соціології. Початок досліджень соціальної стратифікації та мобільності у вітчизняній соціології також пов’язаний із цінними напрацюваннями та досвідом досліджень “виробничої соціології”, в рамках якої цю проблематику активно вивчали. Подальший розвиток вітчизняної соціології, зокрема через накопичення досвіду й розширення практик підготовки та проведення загальнонаціональних вибіркового опитувань, дав потужний імпульс дослідженням соціальної стратифікації та мобільності. Адже тепер соціологи могли досліджувати макродинаміку цих процесів у межах цілої країни, а також у порівняльних міжнародних дослідженнях. Водночас зосередження уваги на великих вибіркового опитуваннях та макропоказниках призвело до певного занедбання цінного досвіду case-study досліджень, набутого в традиціях “виробничої соціології”.

Олена Симончук, старший науковий співробітник відділу соціальних структур Інституту соціології НАН України у своєму виступі окреслила значення розвитку вибіркового досліджень для інституціоналізації досліджень класової структури у вітчизняній соціології. На її думку, яку поділяють колеги, радянська соціологія здебільшого розвивала “протокласовий” аналіз суспільства, а інституціоналізація професійного структурно-класового аналізу відбулася вже в межах вітчизняної соціології впродовж останнього 25-річчя. Одним із важливих показників цього процесу саме і є розвиток регулярних вибіркового опитувань, а також — накопичення широкої емпіричної бази результатів опитувань, архівування їхніх масивів, постійне вдосконалення методології досліджень відповідно до рівня світових стандартів. Серед “етапних” емпіричних проектів, які сприяли інституціоналізації класового аналізу у вітчизняній соціології, О.Симончук виокремила щорічні моніторингові опитування Інституту соціології НАНУ (“Українське суспільство” та “Омнібус”), опитування з використанням міжнародних методик щодо ставлення населення до приватизації, які проводились у 1993, 1995 та 1998 роках фірмою СОЦІС М.Чурилова, міжнародний порівняльний проект КМІС щодо соціальних структур і особистості та інші ініціативи. Важливою віхою для розвитку досліджень соціально-класової структури, як і для всієї вітчизняної соціології, стало прилучення України до Європейського соціального дослідження у 2004–2005 роках. Методологічний досвід цього європейського дослідження вітчизняні фахівці в подальшому успішно використовували і в загальнонаціональних моніторингових опитуваннях 2007–2008 років.

Друга тематична частина круглого столу була присвячена обговоренню актуальних проблем вибіркового соціологічних досліджень в Україні.

В цій частині виступив і Микола Чурилов, розказавши про свій досвід та практику маркетингових досліджень та особливості формування вибірки для таких досліджень (*текст цієї доповіді ми публікуємо у цьому номері журналу*).

Ольга Балакірева, завідувачка відділу моніторингових досліджень соціально-економічних трансформацій ДУ “Інститут економіки та прогнозування НАН України” свій виступ присвятила темі вибіркових досліджень серед важкодоступних груп населення. В умовах збройного конфлікту на Донбасі та реалій окупації його частини, а відтак складності доступу дослідників до населення цих територій ця проблематика є особливо актуальною.

Андрій Горбачик, декан факультету соціології КНУ ім. Тараса Шевченка, у своєму виступі актуалізував перспективи вибіркових досліджень в сучасних умовах дедалі більшого наростання потоку інформації та можливостей її аналізу із застосуванням цифрових технологій у парадигмі Big Data.

Цю тему на прикладі практичних телевізійних досліджень розвинула і Тетяна Нікітіна, начальник відділу стратегічної аналітики ТРК “Україна”. Вона окреслила нові виклики й можливості для соціології в парадигмі BigData, коли інформацією стає практично все і соціологи повинні навчитися цим користуватися. Водночас, у цьому інформаційному потоці актуалізується і роль соціологів як інтерпретаторів соціальної реальності та її смислів, адже зростає запит на пояснення, що відбувається у соціальному житті і чому.

Людмила Юзва, асистент факультету соціології КНУ ім. Тараса Шевченка продемонструвала певні можливості роботи соціологів з інтернет-даними на прикладі аналізу медіа-джерел у Mediateka. Однак вона відзначила і певні обмеження таких методів, адже вимоги до формування вибірки тут не дотримуються, накладаються обмеження щодо часового проміжку, не враховується і добір джерел інформації.

Ірина Мариніч, науковий співробітник відділу історії та теорії соціології НАН України нагадала про “ефект інтерв’юера” у вибіркових дослідженнях, запропонувавши у своєму виступі деякі теоретичні моделі таких ефектів.

Олексій Шестаковський як відгук на виступ Миколи Чурилова та обговорення на круглому столі запропонував, як можна дати собі раду з реальністю, де репрезентативність вибірки більшості опитувань не відповідає “золотому стандарту” випадкового відбору. На його думку, слід, по-перше, розробляти можливості різних дизайнів не випадкових вибірок. По-друге, необхідно підвищувати соціологічну культуру суспільства, зокрема інформуючи громадськість, що цінність соціологічного опитування далеко не завжди зводиться до того, наскільки воно є схожим на процедуру голосування на виборах. Адже навіть якщо професійні опитування містять неминучі похибки випадкового відбору, наразі відсутні альтернативні універсальні методи, які б краще охоплювали досліджувані аудиторії.

Тут лише коротко окреслено тематику найцікавіших виступів учасників цього круглого столу. І, звичайно, наш журнал заохочує всіх до-

повідачів та учасників круглого столу як своїх потенційних авторів надсилати для публікації статті з розгорнутим викладом свого бачення цієї важливої й актуальної тематики.

Журнал “Соціологія: теорія, методи, маркетинг” щиро вітає Миколу Миколайовича Чурилова із 70-річним ювілеєм, який ми відзначили цією важливою для всієї вітчизняної соціологічної спільноти науковою подією.

*ВІКТОР СТЕПАНЕНКО,
доктор соціологічних наук, член редколегії журналу*

УДК 303.519.8

МИКОЛА ЧУРИЛОВ,
*доктор соціологічних наук, директор “TNS
Ukraine”*

Вибірка в маркетингових дослідженнях

Як правило, коли соціологи-дослідники говорять про сформовану ними вибірку, вони мають на увазі, що ця вибірка репрезентує генеральну сукупність. У більшості випадків у соціології це так і буває. Насправді у більшості соціологічних досліджень вивчають окремі соціальні проблеми, характерні або для окремих регіонів країни, або для країни загалом. Для цих дослідницьких проектів соціологи вже навчилися будувати репрезентативні вибірки, розраховувати випадкові похибки вибірки і довірчі інтервали, в яких перебувають результати генеральної сукупності. Але для маркетингових досліджень здебільшого все куди складніше. Що стосується переважної більшості маркетингових досліджень, то для них сформувати репрезентативні вибірки сукупності просто неможливо. Ми можемо доволі чітко описати вимоги щодо досліджуваного об'єкта дослідження, але структурувати цей об'єкт неможливо через низку переважно об'єктивних причин. Передусім ми не знаємо кількісних параметрів, що характеризують споживачів тих чи інших товарів або послуг. Ми також нічого не знаємо про розподіл їх на території країни, окремих регіонів, населених пунктів. Ми не можемо говорити про рівномірний розподіл цих споживачів у просторі. Таке припущення вже давало би нам змогу формувати випадкові вибірки. А це, своєю чергою, дало би нам можливість розраховувати випадкові похибки