

## **ПИТАННЯ МЕТОДОЛОГІЇ СОЦІОЛОГІЧНИХ МОНІТОРИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

Попри, на перший погляд, очевидну зрозумілість терміна “методологія”, все ж є потреба конкретизувати його зміст. У своїй відомій праці “Методологія, процедури та техніка соціології” Ч.Маккінні [1] визначає методологію як принципи організації досліджень, норми, за допомогою яких обираються та оформляються процедура й техніка. До цього визначення тяжіє розуміння методології соціологічних моніторингових досліджень у вітчизняній соціології. Так, при розгляді останньої науковці [2] наголошують на таких питаннях, як принципи побудови системи показників соціальних змін, вимоги до них, головні суперечності таких досліджень тощо. Таке розуміння методології чітко відрізняє її від техніки соціологічного дослідження. Винятком на прикладі соціологічного моніторингу Інституту соціології НАН України “Українське суспільство” є розгляд формування вибіркової сукупності, який наближається до конкретних рекомендацій щодо дизайну та втілення вибірки [2, с. 176–177].

Існує й інший підхід до розуміння методології соціологічних досліджень [3, с. 5]. Відповідно до нього методологія – це дослідження методів, які використовуються соціологами, що включає в себе їх опис, пояснення, обґрунтування та оцінку. Фактично йдеться про суто “технологічний” бік соціологічного дослідження, про критерії оцінки конкретних методів та технік та про обґрунтованість емпіричних доказів, які отримуються за допомогою цих методів та технік. Саме в такому розрізі розглядаються методологічні питання соціологічного моніторингового дослідження European social survey. До останніх належать валідність та надійність шкал, якість роботи інтерв’юєрів, причини відмов відповідати та шляхи їх подолання, якість отриманих даних та ін. Однак знову, ніби окремо, стоїть

розгляд методологічних питань формування вибіркової сукупності. У європейському дослідженні розгляд розпочинається з таких загальних питань, як принципи та вимоги формування та реалізації вибіркової сукупності.

На нашу думку, треба не стверджувати пріоритетність одного з цих підходів до розуміння методології, а спробувати об'єднати їх. Отож, під методологією будемо розуміти вчення про способи організації та побудови теоретичної і практичної діяльності [4, с. 628]. Незважаючи на загальність такого визначення, воно допоможе поєднати методологічні підходи до соціологічних моніторингових досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних вчених.

Наразі перейдемо, власне, до розгляду особливостей методології соціологічних моніторингових досліджень. Виходячи з того, що соціологічний моніторинг – це періодичні обстеження вибіркоким методом однієї генеральної сукупності з метою з'ясування тенденцій та закономірностей соціальних змін [2, с. 186], то методологія соціологічного моніторингового дослідження – це система знань щодо способів організації та здійснення періодичних, таких, що можуть бути порівняні, обстежень вибіркоким методом однієї або кількох генеральних сукупностей з метою з'ясування тенденцій та закономірностей соціальних змін. Одразу може виникнути питання щодо правомірності доповнень, які внесені нами: 1) збільшення кількості генеральних сукупностей; 2) акцентування уваги на можливості порівняння даних. Ми вважаємо їх обґрунтованими, виходячи з двох причин:

➤ по-перше, існує досвід міжнародних порівняльних соціологічних досліджень (наприклад, European social survey), що включає не стільки горизонтальний вимір порівняння (тобто у різних часових точках), скільки вертикальний – порівняння даних між країнами, що беруть участь у дослідженні;

➤ по-друге, порівнюваність даних є не тільки головною вимогою, а й головною методологічною суперечністю діахронних порівняльних досліджень, що пов'язана із “старінням” інструментарію та зміною генеральної сукупності.

Якщо диференціювати особливості методології соціологічних моніторингових досліджень, то можна виділити кілька напрямів подальшого розгляду цього питання: загальні принципи дослідження, формування вибіркової сукупності, вимірювальна якість анкети, особливості роботи на польовому етапі. Особливої уваги, особливо для міжнародних досліджень, заслуговує стратегія перекладу. Ці питання розглянемо на основі порівняння досвіду реалізації українського моніторингового дослідження “Українське суспільство” та міжнародного порівняльного соціологічного дослідження “European social survey” (далі – “Європейське соціальне дослідження”).

*І. Загальні принципи дослідження.* Мета методології Європейського соціального дослідження – розробка і розвиток концепції дослідження зміни соціальних відносин і цінностей, а також забезпечення його подальшого функціонування. Досягнення цієї мети в міжнаціональному контексті висуває вимогу оптимальної порівнянності результатів дослідження для країн, що беруть у ньому участь. Ця вимога застосовується до перекладу базової анкети, до всіх методів і процедур дослідження. На перший план виходить необхідність реєстрації отриманих результатів у стандартній формі [5].

У моніторингу “Українське суспільство” принципи побудови системи показників соціальних змін мають більш розгалужений характер. Ці показники розроблені на основі парадигми розвитку процесу демократизації в Україні. Відповідно до головної мети дослідження, якою є аналіз тенденцій соціальних змін в українському суспільстві, визначено загальні вимоги до формування сукупності емпіричних показників. По-перше, кожен із них має безпосередньо або опосередковано віддзеркалювати характеристику стану суспільної системи. По-друге, зміни за цими показниками, зафіксовані в моніторингу, мають вимірюватися індикаторами, які дають змогу оцінювати характер і спрямованість змін суспільної системи за осями “демократизація” і “добробут” [6, с. 4–5]. До загального принципу, на необхідності дотримання якого наголошують вітчизняні дослідники [2, с. 166], слід також віднести від-

творення організаційної схеми опитувань. Звичайно, цей принцип імпліцитно передбачає вимогу оптимальної порівнянності.

Отже, найважливішим загальним принципом, який зумовлює особливості методології соціологічних моніторингових досліджень, є оптимальна порівнянність, що досягається за умови відтворення організаційної схеми опитувань.

*II. Формування вибіркової сукупності.* Підхід до формування вибіркової сукупності є більш загальним у Європейському соціальному дослідженні. Головним принципом формування вибіркової сукупності тут є випадковість. Він обґрунтовується тим, що в разі застосування випадкової вибірки досягається головна мета вибіркової стратегії – можливість порівняння даних, отриманих у різних країнах, що беруть участь у дослідженні. При цьому наголошується, що вибірковий дизайн є досить гнучким, тобто може відрізнятися між країнами і ґрунтуватися на їх найкращому досвіді. Важливою вимогою є можливість реалізації вибірки, яка пов'язана з іншими вимогами:

- повне охоплення обраної популяції;
- достатній рівень отриманих відповідей (не менше 70%);
- однаковий мінімальний ефективний розмір вибірки (кількість осіб, що повністю відповіли) в країнах, що беруть участь у дослідженні (1500 або 800 для країн, де населення не перевищує 2 мільйони осіб) [7, с. 1–2].

Вітчизняний досвід організації соціологічного моніторингу дає підстави для висновку, що доречною є і квотна вибірка за умови, коли на останньому етапі відбору респондентів застосовуються методи, тотожні випадковому відбору (наприклад, розроблений Н.Паніною маршрутний метод з обмеженням кількості вулиць). Якщо репрезентативний для населення країни або великих соціальних груп моніторинг здійснюється за квотами дуже тривалий час, виникає необхідність змінювати квоти відповідно до значущих змін у демографічній статистиці. Але й у такому разі порівняння отриманих даних має здійснюватися лише після перезважування сирих даних відповідно до ініціальних квот [2, с. 167].

Отже, попри те, що думки з приводу формування вибіркової сукупності не збігаються, спільним є обов'язковість наявності елемента випадковості. Тільки у цьому випадку є гарантія, що кожен член генеральної сукупності має шанс бути опитаним.

*III. Вимірювальна якість анкети.* У Європейському соціальному дослідженні при аналізі вимірювальної якості анкети увага дослідників зосереджена на розгляді таких питань, як метод збору даних (самозаповнення або інтерв'ю з наявністю карток чи за їх відсутності); кількість категорій, що використовуються; прямі запитання або батарея тверджень; послідовність категорій (від найнижчих до найвищих або ж навпаки).

Після проведення пілотних досліджень на ці запитання були отримані такі відповіді: 1) пріоритетними методами збору даних потрібно визнати самозаповнення анкет або інтерв'ю з використанням карток; 2) потрібно використовувати настільки багато категорій, наскільки можливо, однак коли їх кількість стає значною, важливо вводити фіксовані пункти відліку; 3) можливим є використання як прямих запитань, так і тверджень у батареї, однак кількість останніх слід обмежувати; 4) питання про пріоритетність певного ранжування не було вирішено, оскільки результати дослідження з цього приводу були досить суперечливими [8, с. 15–19].

Акценти розгляду вимірювальної якості анкети у моніторингу “Українське суспільство” мають відмінний від попереднього підходу характер. Щоб якомога повніше відобразити стан і динаміку масової свідомості, в інструментарії використовувались індикатори (запитання анкети), які дають підстави робити висновки не лише стосовно декларативних установок і фактологічних самозвітів людини, а й щодо її емоційних і раціональних оцінок. При перетворенні запропонованих показників на конкретні індикатори вимірювання враховувалася збалансованість фактологічних та емоційно-оцінних індикаторів [2, с. 173].

Поряд із прямими індикаторами до анкети було включено низку стандартизованих тестових методик, які уможливають проведення точнішого вимірювання деяких

особливостей масової свідомості, що мають серйозне значення в періоди соціальних трансформацій [6, с. 5]. Серед них – шкали аномії, авторитаризму, цинізму, національної дистанції, соціального самопочуття, соціальної напруженості, тривожності.

Особливої уваги, на думку вітчизняних дослідників, заслуговують проблеми перевірки надійності інформації, отриманої за показниками ініціального моніторингового дослідження та залучення до процедур перевірки надійності інструментарію спеціальних методик, спрямованих на з'ясування ступеня зрозумілості запитань для респондента, рівня його знань, зацікавленості та щирості [9, с. 3, 7].

Отже, виокремлюючи спільне та відмінне, можна побачити, що першого набагато більше. Фактично розгляд питань щодо вимірювальної якості анкети у Європейському соціальному дослідженні і є втіленням особливої уваги до проблеми перевірки надійності інформації, отриманої за показниками ініціального моніторингового дослідження. Аналіз запитань анкети Європейського соціального дослідження [10] свідчить про відсутність у ній спеціальних методик, спрямованих на перевірку рівня знань та мотивації респондента, проте у випадку з даним моніторинговим дослідженням якість зареєстрованих відповідей здійснюється за допомогою “експертної” стратегії. Відмінність існує у підході до використання стандартизованих тестових методик або по-іншому – батареї тверджень: якщо у європейському дослідженні пріоритетним є використання прямих запитань, то в українському використання тестових методик здійснюється досить широко.

*IV. Особливості роботи на польовому етапі та стратегія перекладу.* Ці два аспекти розглядаються у одному пункті, оскільки на них акцентується увага лише у Європейському соціальному дослідженні. Базова анкета дослідження розроблена англійською мовою, а згодом перекладена на мови країн, які беруть участь у дослідженні. За процесом перекладу стежать спеціальні координатори. Їхнє головне завдання полягає в гарантуванні того, щоб у кожній країні були використані найкращі методи перекладу, що

в підсумку повинно гарантувати функціональну еквівалентність різних у мовному значенні версій анкети [5].

Питання особливостей роботи на польовому етапі включає розгляд звітів інтерв'юєрів, причин відсутності та стилів відповідей, практик переконання у разі відмови відповідати.

Ці питання заслуговують на особливу увагу, оскільки, як було сказано Е.Ноель, інтерв'юєр та респондент – це найслабші ланки соціологічного дослідження [11]. Звіт інтерв'юєра являє собою чотири запитання, на які він повинен дати відповідь по закінченні інтерв'ю: 1) чи потребував респондент роз'яснення запитань анкети; 2) чи вказував респондент небажання відповідати; 3) який був рівень мотивації респондента щодо участі в опитуванні; 4) чи зрозумів респондент суть запитання.

Відсутність відповіді на певне запитання може бути зумовлена рядом причин: якщо респондент відмовляється відповідати; якщо він відповідає “не знаю” або якщо немає відповіді на певне запитання.

Значний відсоток відповідей “не знаю” може бути отриманий на “складні запитання” (наприклад, запитання про здоров'я або дохід). Також спостерігається велика відмінність у цьому запитанні між країнами. Щодо цього є кілька пояснень. По-перше, висловлюється ідея низької мотивації та низького розуміння. По-друге, висувається ідея зв'язку між великою часткою відсутності відповідей та низькою тривалістю інтерв'ю. По-третє, висловлюється думка про те, що відповідь “не знаю” найчастіше дається на запитання, які є найменш застосовними для відповідних країн. Звичайно, всі ці пояснення мають спекулятивний характер і потребують подальших досліджень відповідно до специфіки кожної конкретної країни. Можливим шляхом з'ясування цієї методологічної проблеми є запис окремих інтерв'ю з подальшим кодуванням вербальної взаємодії.

Термін “стиль відповіді” стосується осіб, схильних систематично відповідати на запитання, не звертаючи уваги на їх суть. Прикладами стилю відповідей є відповідь як поступка (тобто відповідь на таке запитання, яке не є



адекватним знанням респондента), вибір крайніх варіантів та використання середнього показника шкали. Стилі відповідей є джерелом занепокоєння в міжкультурних дослідженнях, оскільки вони становлять значну загрозу для їх валідності. Встановлено, що найпоширенішим з таких стилів є використання середнього показника шкали.

Соціологи багатьох країн з низьким початковим рівнем отриманих відповідей (Швейцарія, Велика Британія та Голландія) намагалися переконати більшість респондентів-відмовників дати відповідь. Проте така діяльність виявилася ефективною лише в Голландії. В інших країнах навіть значні зусилля дали мінімальні результати. Дослідження польової процедури в Голландії засвідчило, що їхні організації застосовували цілий ряд технік переконання: включені в інструкцію інтерв'юера аргументи щодо участі у дослідженні; брошури з описом Європейського соціального дослідження; листи з запрошенням до участі у дослідженні (перший до звернення, другий – після проходження половини періоду інтерв'ювання); нарешті була пропозиція приєднатися до дослідження в обмін на один з трьох подарунків вартістю 2,5 євро (з часом ціна подарунка могла зростати до 5 євро). За допомогою цих заходів рівень відповідей вдалося збільшити від 51,8% до 67,8%. Незважаючи на ці успіхи, досвід Голландії потребує додаткового вивчення з точки зору фінансової ефективності та можливості застосування в культурних умовах інших країн. Хоча певні підтвердження вже отримані. Схожа тактика була застосована українськими дослідниками під час участі у другій хвилі цього дослідження. Відмінність полягала у тому, що подарунки за участь у дослідженні пропонувалися під час першого звернення. В результаті рівень участі у дослідженні становив 68,9%.

Оскільки головною метою соціологічного моніторингу є порівняння даних (як однієї генеральної сукупності у різних часових точках, так і різних генеральних сукупностей), то найважливішим принципом такого типу досліджень є “оптимальна порівнянність” отриманих даних. Цей принцип визначає методологічні особливості усієї подальшої діяльності, спрямованої на отримання необхідної інформації (дизайн



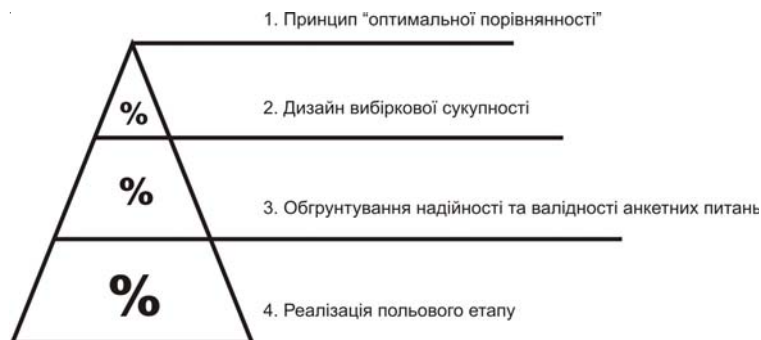
та реалізація вибірки, обґрунтування надійності та валідності анкети, забезпечення високої ефективності польового етапу роботи). Однак принцип оптимальної порівнянності є скоріше ідеальною настановою, яку ніколи не вдасться втілити в практику повністю. Цьому існує дві причини.

Перша причина характерна для усіх моніторингових досліджень. Її суть полягає у тому, що з часом відбувається “старіння” інструментарію, тобто певні запитання анкети втрачають свою актуальність порівняно з минулими дослідженнями. Внаслідок того, що такі запитання певним чином змінюються або взагалі замінюються іншими, втрачається можливість коректного порівняння відповідних даних між певними часовими точками.

Друга причина характерна для тих моніторингових досліджень, у межах яких здійснюється порівняння даних між різними генеральними сукупностями (наприклад, різними країнами, що беруть участь у Європейському соціальному дослідженні). У такому разі реалізацію принципу оптимальної порівнянності схематично можна уявити у вигляді трикутника (*схема*).

Фактично, чим далі ми крокуємо від головної вимоги соціологічного моніторингового дослідження по шляху реалізації останнього, тим більше зростає відсоток варіативності у реалізації самого дослідження в різних країнах, а відтак зменшується рівень реалізації головного принципу.

#### Схематичне зображення реалізації принципу оптимальної порівнянності



Таким чином, одним з актуальних методологічних завдань соціологічних моніторингових досліджень є уніфікація процесу проведення цих досліджень відповідно до новітнього міжнародного досвіду. Тільки в цьому разі можливе зменшення наростання варіативності на кожному з етапів, а відтак поліпшення якості порівняння отриманої інформації.

### *Література*

1. Маккинни Ч. Методология, процедуры и техника социологии // Беккер Г., Босков А. Современная социологическая теория в ее преемственности и изменении. – М., 1961.
2. Головаха Є.І., Паніна Н.В. Моніторинг соціальних змін в українському суспільстві // Структурні виміри сучасного суспільства: Навч. посібник / За ред. С. Макеева. – К., 2006. – С. 162–189.
3. Девятко И.Ф. Модели объяснения и логика социологического исследования. – М., 1996.
4. Новейший философский словарь. – Минск, 2003.
5. [www.europeansocialsurvey.com](http://www.europeansocialsurvey.com)
6. Паніна Н. Українське суспільство 1992–2006: соціологічний моніторинг. – К., 2006.
7. Sampling for the European Social Survey- Round III: Principles and requirements. – London // [www.europeansocialsurvey.com](http://www.europeansocialsurvey.com)
8. Saris E.W., Gallhofer I. Report on the MTMM experiments in the pilot studies. – Amsterdam // [www.europeansocialsurvey.com](http://www.europeansocialsurvey.com)
9. Головаха Є.І. Програма планової теми відділу соціально-політичних процесів “Теоретичні засади та методологія моніторингових соціологічних досліджень”. – К., 2007.
10. Головаха Є., Горбачик А., Паніна Н. Україна та Європа: результати міжнародного порівняльного дослідження. – К., 2006.
11. Ноэль Э. Массовые опросы. Введение в методику демокопии. — М., 1978.