

Сессия «Международная»

Андреенкова Анна Владимировна (Институт сравнительных социальных исследований), модератор сессии

Начинаем нашу сессию, которая называется «Сравнительные социальные исследования». Я специально подчеркиваю название, потому что предмет нашего разговора не столь однозначен даже в определении, как это кажется на первый взгляд.

Меня зовут Анна Владимировна Андреенкова, я работаю в Институте сравнительных социальных исследований, и моя задача сегодня — кратко рассказать вам, что сегодня представляет такая отрасль социологического знания, как сравнительные социальные исследования. У нас есть целый ряд интересных докладчиков и докладов, которые представят всем присутствующим широчайший спектр сравнительных социальных исследований в области социальных наук, которые сегодня есть в нашем распоряжении, которыми мы пользуемся и над которыми работаем и думаем.

Для начала я хотела бы продолжить разговор, начатый Владимиром Георгиевичем Андреенковым. Он сказал, что сравнительные социальные исследования и наша с вами секция — наиболее увлекательное поле не только для социолога, но и для любого специалиста, работающего в области социальных наук. Я попытаюсь кратко проиллюстрировать эту мысль, чтобы доказать ее. Некоторые думают, что она не требует доказательств, но я знаю много примеров, когда доказательства не только требовались, они были необходимы.

Перед вами неэлекторальные формы политического участия из исследований ЕСЭС (Европейского социального исследования). Простое кумулятивное распределение форм неэлекторального политического участия, по России — простое линейное распределение. Перед нами информация, полученная в ходе моностранового исследования, из которой мы можем достаточно много вынести. Во-первых, оно говорит, что неэлекторальное участие не так уж и велико в России. Во-вторых, что нет практически ни одной доминирующей формы неэлекторального политического участия. Разные формы пассивного и активного участия составляют примерно равные доли. Вот какую картинку мы можем нарисовать, имея данные только одной страны.

Теперь поместим эти же данные в общий контекст. Россия заняла одну из линий. Я ее пометила. Посмотрите, как обогатилось наше представление о неэлекторальном участии России. Все теоретизирования о том, что в России не существует гражданского общества, этим простым графиком поставлены под сомнение. Россия не уникальная страна, она находится не в самом низу списка. Да, она очень низка в своих неэлекторальных формах, а в электоральных, хочу это подчеркнуть, она еще выше. Россия находится среди других стран, и мы понимаем, что существуют какие-то достаточно серьезные макрозависимости.

Страны Восточной Европы сгруппированы внизу в списке, то есть во всех них формы электорального участия очень низки, страны Западной и Северной, особенно, Европы, — вверху.

Видя эти простые распределения, мы начинаем представлять, что, возможно, существуют какие-то закономерности, диктующие современный этап и размер политического участия, участия граждан в политическом процессе. Мы начинаем выдвигать гипотезы. Возможно, это связано с

богатством страны, или разной историей демократии, или разным временем прохождения демократии. Есть еще масса гипотез.

Это мой первый тезис. Сравнительные данные дают огромный материал для проверки любых социальных гипотез и теорий. Они дают нам возможность отрешиться от рассуждений, подобных тем, которые одолевали, например, в 1920-е гг., Чикагскую школу: Чикаго — единственный город-лаборатория, которая воспроизводит все, что происходит в мире. На самом деле это далеко не так. Этот взгляд не верен во многих случаях, хотя и не всегда. И сравнительные данные позволяют нам проверять на универсальность теории, созданные в одной стране.

В то же время на этом простом примере видно, что сравнительные данные дают огромный импульс для генерации новых социальных теорий микро-, макро- и среднего уровня. На этих простых распределениях старая гипотеза политического участия - в каждом обществе существует доминирующая форма участия, а остальные являются побочными — не подтверждается. Выявляется множество разных вещей. Не говоря уже о том, что появляется возможность более глубокого и проникновенного анализа.

В этом смысле увлекательность предмета, о котором мы будем говорить, связана со многими факторами, и не только с тем, что сегодня происходит в социологии, в мировой социологии. А сегодня это одно из самых быстроразвивающихся направлений и именно в нем работают лучшие методологи, теоретики и практики. И даже не потому, что это предмет и основная задача того института, где я работаю, — Института сравнительных социальных исследований. И даже не потому, что это предмет моего личного интереса, то, чем я занимаюсь долгие годы, но потому, что это дает возможность совершенно по-новому взглянуть на

предмет. Если мы будем рассматривать не только простые распределения, но и взаимосвязи, может получиться очень интересная вещь. Надеюсь, что докладчики помогут мне это доказать.

И вместе с тем это самое трудное, самое проблемное поле для исследований. Потому что, когда я начинаю разговор и говорю, что можно изучать, например, неэлекторальные формы политического участия с помощью межстрановых исследований, встает умный философ, который работает там, где я начинала, — на философском факультете МГУ — и говорит, что это ерунда, потому что невозможно сравнивать все те понятия, которые у вас использованы — они не идентичны и не сопоставимы. Являются ли подписи под петициями в государственные органы в России власти той же формой политического участия, как, например, в Англии? Еще один умник скажет, что лингвистические различия так велики, что вы не сможете сделать такого сравнения. Попробуйте перевести слово «петиция». Действительно ли это слово с сильной политической коннотацией в России понимается так же, как в Англии, где это слово ординарное, простое, понятное, часто используемое? Следующий оппонент спросит: а вы полностью уверены, что люди, которых вы расспрашивали в каждой из этих стран, подходят под один тип, что их отбирали одинаковыми способами, что все данные были закодированы в такой же форме, которая позволяет эти сравнения? Вывод философа из МГУ: ваш результат — артефакт дизайна и не более того.

Если я вижу различия, мне легче доказать существование и надежность своих данных. Если я вижу сходство, это проблема. Например, исследование счастья. Самый популярный предмет в сравнительных исследованиях. Его все изучают и все критикуют из-за основной концепции термина «счастье», который, естественно, имеет совершенно разную

семантическую нагрузку, совершенно разный политический и социально-экономический контекст и т.д. Сравнить, казалось бы, невозможно. Вся критика, которую методологи в области социальных наук, занимающиеся сравнительными исследованиями, давно осознают, слышат неоднократно, выражается в том, что, кроме обычных проблем измерения, которые существуют у нас в любом монострановом исследовании (выборка, проблема измерения, задача полноты и неответа), в сравнительном исследовании существует еще одна — проблема эквивалентности. Иногда в российской традиции ее называют сопоставимостью или сравнимостью, иногда как эквивалентность, техническое выражение сопоставимости.

Эквивалентность в данном случае необходимо достигнуть на огромном количестве уровней. Первый уровень — тот, с которого я начала свою критику сравнительного метода, — это концептуальная сравнимость понятий. Для того чтобы что-то сравнивать, надо в какой-то степени убедиться, если это будет возможно, что концепции, которые мы собираемся использовать или измерять какими-то индикаторами, вообще можно сравнивать в разных культурах и попытаться добиться какой-либо эквивалентности. Я не буду сейчас говорить о методах, каким образом можно их достичь, это долгий разговор. Но существуют необходимые методы, которыми это можно решить или хотя бы приблизиться к решению.

Второй проблемой становится проблема измерения, то есть создание инструмента и его перевод — наиболее старая, наиболее затертая в методологии сравнительных исследований проблема и вместе с тем наименее решенная до сегодняшнего дня. Это проблема межкультурной разницы в стилях ответов. Этим термином сегодня называют очень серьезные вещи, такие как склонность респондента к одобрению. Она стоит в любых исследованиях, но сложность

сравнительных исследований в том, что в разных странах эта проблема проявляется по-разному.

Например, склонность к одобрению в странах Средней Азии крайне высока. Любые вопросы в форме «согласен–не согласен», «одобряю–не одобряю» очень проблематичны для этих стран; это артефакт дизайна, стиля ответов, это необходимо учитывать. Другая проблема — уход от ответа, как говорят в народе, «затрудняюсь ответить». Да, люди по разным причинам уходят от ответов, проблема в том, что в различных культурах они уходит по-разному и в разной степени.

Вернусь к странам Средней Азии. Там уход от ответа достаточно редкое явление. Люди склонны не делать этого. В славянских же культурах — в России, на Украине, в Белоруссии — наоборот, это крайне высокий показатель. Мотивация же очень разная. Это и восприятие своей компетентности, и взаимоотношения респондент–интервьюер, и проблема открытости (готовность признаться в каких-то действиях, показать человеку, что ты готов дать информацию), и т.д. Количество мотивационных причин огромное, а результат налицо. К тому же стили ответов в разных культурах различные. Они влияют на распределение, на взаимоотношение переменных внутри полученных данных, но зачастую не являются содержательными, существенными различиями, которые мы хотим измерить.

Остро стоит проблема формального характера — проблема эквивалентности метода опроса. На заре сравнительных социальных исследований в разных культурах использовались различные методы опросов, а потом в 1970–1980 гг. оказалось, что эта проблема полностью решена, потому что во всех развитых странах, по крайней мере в Западной и Южной Европе и в Америке, личные опросы на дому стали почти универсальной методикой и никаких проблем не представляли.

Потом к ним присоединились все страны Восточной Европы и наша страна в частности; теперь мы пользуемся этой методикой без всяких проблем.

Но приблизительно в этот же момент начался новый виток — уход наиболее развитых стран от этой методики. Постепенный переход к телефонным опросам. Например, в Швейцарии за последние 15–20 лет опросов на дому никто не видел. Это делается только в сложных академических случаях. Более того, сейчас западные социологи активно переходят на панельные исследования и всякие электронные способы.

Смысл в том, что страны опять разделились по методам опроса. И сегодня даже перед таким относительно легким социально-контекстуальным окружением, как ESS, которое включает только европейские страны, стоит огромная проблема унификации методов опроса, потому что значительное количество европейских стран уже не может использовать, в основном из-за стоимостных, а также из-за организационных и технических причин, опросы на дому. А наша страна и все страны Восточной Европы еще очень далеки от какой-либо другой методики, которая позволяет проводить массовые опросы населения. Конечно же, если говорить о специальных группах, там проблема проще.

Последняя проблема — единица наблюдения. Генеральная совокупность была одна и та же. Казалось бы, элементарная проблема, которую решить ничего не стоит. Если мы начнем работать со сравнительными данными любых крупнейших международных проектов, это станет реальной проблемой — генеральная совокупность всегда определена по-разному. А ведь сделать ее универсальной просто. А все потому, что законодательство стран абсолютно разное, например, мы можем работать с респондентами, достигшими 18 лет, а в некоторых странах можно опрашивать уже с 15 лет. Еще в каких-то странах

ограничивают старшую возрастную категорию. Считают, что людей старше 65–70 лет опрашивать нет смысла и т.д.

А проблема граждан, неграждан, постоянного населения, населения, живущего вне жилищной среды, во всякого рода институциональных образованиях и т.д.? Генеральная совокупность уже становится проблемой.

Ну и в довершение — разница в дизайне исследования, в способе отбора самих людей. Маленькие страны Европы делают простую случайную выборку, как, например, Прибалтика. Из общего регистра, сразу, одноступенчатая выборка, отобрал респондентов — и полный вперед! А Россия, Украина, Германия, Польша делают очень сложные многоступенчатые стратифицированные территориальные выборки домохозяйств и только потом отбирают респондентов. Кластерный дизайн, требующий впоследствии огромной работы по перевзвешиванию, на уровне одной страны — не проблема. Россия прекрасно, гениально строит, если хочет, случайные выборки населения. Можно построить и в России, и на Украине гениальную на сегодняшний день выборку для одной страны. Проблемы начинаются при совмещении различных выборок из разных стран. Опять же статистические возможности для решения этой проблемы существуют. Но они далеко не так просты, как кажется, очень сложная задача возможная для решения. Возможная для решения только на первом уровне, на этапе дизайна исследования. Практически неразрешимая, если она не была встроена, вшита в сам проект на этапе анализа.

Теперь реализация выборки. Опять приведу в пример ESS, наиболее современное и масштабное на сегодняшний день исследование. Скажем, в Великобритании респонсрейт за 6 месяцев полевой работы не достигает 45%, и это очень хорошо для этой страны. Но многие страны

Восточной Европы, да, с трудом, умудряются делать от 62 до 70%. Разница — огромное непокрытие. Сравнимость выборок страдает колоссально. Частично решается проблема взвешенности, но вы же понимаете, что значит взвешивать одних и тех же людей, которые уже есть в выборке. Можно их умножать на любое число, результат получается один и тот же.

Несмотря на все эти сложности, несмотря на то, что результат чрезвычайно нужен и интересен, давайте очертим все же сегодняшний круг проблем. Сегодня речь пойдет о сравнительных социальных исследованиях, то есть сборе эмпирических данных и анализе с изначальной целью сравнения и сопоставления. Это очень важно, потому что в социологии еще существует сравнительный метод анализа данных. Это старый, хорошо всем известный метод, когда две страны сравниваются по определенным параметрам. Но в данном случае мы говорим о сборе эмпирических данных с изначальной целью сравнения. Это исследование, которое сопоставляет две или более большие социальные единицы. Можно разделить эти исследования по типу объекта. Что можно взять за единицу, за социальную группу? Страну - тогда мы говорим о межстрановых исследованиях. Культуру - тогда это кросс-культурные или так называемые социетальные исследования, они чаще всего используются в социальной антропологии — примитивные общества, развитые общества и т.д. В настоящий момент мы имеем дело с межстрановыми кроссами, когда за единицу взята страна. Естественно, по типу используемых данных. Это могут быть разные эмпирические данные для сравнения: документы, законодательство, статистика, поэзия, все что угодно. Это могут быть наблюдения. Такой принцип использовали основатели сравнительной методологии в Йельском университете, когда создавали свой прекрасный банк этнографической информации в 1930-х

гг. Они собирали и кодировали результаты наблюдений во всех странах в единый файл.

Теперь поговорим о том, что существуют разные типы исследований, например, по количеству включенных в них стран. Это очень важный параметр для техники исполнения исследования. Это небольшие, 2–20 стран, это то, с чего начиналась история сравнительных социальных исследований. Классики считали, что такие исследования только и являются сравнительными. Малое количество стран, которые противопоставляются друг другу либо по сходству, чтобы искать различия, либо по различиям, чтобы искать сходства. Региональные, как наиболее популярные, — сегодня самый масштабно представленный тип исследований, и так называемые всемирные — новый вид исследований, выборка из стран и результат как всемирное исследование. Этих исследований очень мало, это редкие случаи, чуть позже я приведу примеры.

Если к элементу пространства добавить еще и временной интервал, можно говорить об одномоментных сравнительных исследованиях, о некоторых повторных, речь идет о малом количестве временных точек, 2–3 повтора. Многие академические проекты выполнены по этому принципу, а трендовые временные ряды, или лонгитюдные, большая редкость, но они тоже возможны в сравнительных исследованиях.

И вся эта классификация может быть еще уложена в еще более мелкую классификацию, которая сегодня поможет нашему разговору.

Я условно разделила исследования по некоей ключевой цели, которую они преследуют. Это классические, академические или фундаментальные исследования, о которых сегодня мы почти говорить не будем. Сегодня мы не будем подробно говорить о ESS. Это особый,

большой вид исследований, которому посвящены многие конференции. Но не упомянуть о них мы не можем.

Сегодня наша задача гораздо интереснее, потому что она более редкая. Это сравнительные опросы общественного мнения, в частности по проблемам международных отношений восприятия стран. Именно с этого начинались послевоенные исследования в Америке, которая стала интересоваться мнением стран-союзников. Первые сравнительные исследования в том смысле, в котором мы понимаем, были проведены по вопросам международных отношений восприятия стран друг другом.

Отдельно я выделила бы опросы не общественного мнения, а связанные с различными темами социальной политики. Я надеюсь, что сегодня Елена Борисовна Яценко расскажет нам о применении такого исследования. Это всякого рода проблемы здравоохранения, всемирные проблемы, СПИД, проблемы экологии, то есть все проблемы, связанные с каким-либо масштабным международным регулированием. Обычно международные сравнительные исследования очень помогают сформулировать и измерить эффективность такого рода больших социально-политических вещей.

И очень интересное и новое поле в сравнительных исследованиях — маркетинговые сравнительные исследования, очень мало изученная и малоизвестная дисциплина. Многие этим занимаются, но чаще всего это не сравнительные исследования, а просто многострановые. Но иногда используется именно сравнительный дизайн, например, для тестирования рекламы в многокультурных контекстах или изучение поведения потребителей в разных средах с учетом различных факторов. Чрезвычайно интересная тема и, возможно, сегодня Марина Вячеславовна Пикулева нам расскажет об этом.

Есть еще один интересный пласт — сравнительные исследования специальных групп населения. Это могут быть профессиональные группы: врачи, учителя, предприниматели или бизнесмены. Александр Юльевич Чепуренко расскажет нам о таком проекте. Хотя это не фокус-исследование, о которых я рассказывала, но чрезвычайно интересное и сложное развитие мысли о том, как можно применить сравнительную методику для специальных групп.

Спасибо.

Вопрос. Вначале вы обозначили тему как сравнительные социальные исследования, а весь свой доклад посвятили только опросу. Вы статистические сравнительные исследования вообще не рассматриваете?

А. А. Конечно, рассматриваю. К примеру, классическая политология занимается анализом юридических документов (избирательных систем). В частности, Гарвардский университет, политическая школа занимаются этим 40 лет. Сравнивают различные законодательства по документам. Это могут быть данные макроэкономические, это можно отнести к анализу документов, могут быть данные статистической информации о населении, сплошных опросов, переписи, в частности, конечно Евростат сделал огромную работу по гармонизации сравнительных данных переписи и других регулярных статистических опросов населения. Конечно же, это прекрасный источник, но у нас отдельное поле, еще усложняющееся тем, что наш опрос — это опрос выборочный. Мало того, что это не анализ документов, у них свои проблемы — языковые, сбор информации, кодификация. У нас отдельное специальное поле — это опросы и опросы

выборочные. Хотя мы очень тесно примыкаем к ним, например, проблема унификации всякого рода демографических данных - мы все пользуемся результатами того, что делает Евростат и другие международные ассоциации.

Вопрос. Вы знакомы с данными сравнительных исследований по уровню преступности в статистических исследованиях?

А. А. Да, такая статистика ведется. Я специально не занимаюсь преступностью, но существует огромное количество данных.

Есть огромное количество данных по доходу, данных по социальному обеспечению, по преступности, по здравоохранению. Это все получают от статбюро этих стран. Обычно специфика проблемы состоит в том, что у них очень малая возможность для унификации на начальном этапе, потому что разные страны делают свою статистику. Они стараются, у них очень трудно идет, очень большие проблемы. Зато они очень продвинулись с гармонизацией постданных. Потому что проблемы истории внутри каждой страны.

Я передаю слово Александру Юльевичу Чепуренко.

**Александр Юльевич Чепуренко, декан факультета социологии
ГУ-ВШЭ, завсектором институциональных проблем рыночной
экономики ИС РАН**

Я построю свое выступление как презентацию проекта, его возможностей, чуть-чуть остановлюсь на примере одной из тем, которые могут быть раскрыты на материалах, которые мы получаем благодаря работе глобального внутреннего предпринимательства.

Презентация будет состоять из двух частей. Начну с описания этого проекта. По классификации, которую мы сейчас слышали, этот проект является всемирным. Он был начат в 1999 г., и тогда в нем участвовало 10 стран, в этом году — около 60 стран.

Благодаря тому, что на сегодняшний день в проекте участвуют страны с очень разным типом социально-экономического и социокультурного развития, он покрывает практически все основные социетальные группы и в этом смысле дает очень богатый материал для сопоставлений. Вокруг проекта сформировалось плотное поле — это два типа конференций. Сугубо рабочие конференции, на которых обсуждаются вопросы методики измерения, и крупные исследовательские конференции, которые проводятся для презентации полученных результатов и обеспечения продвижения на важнейшую целевую группу (а это всемирные организации, которые поддерживают проект в некоторых странах) и, конечно же, на академическую публику. В России проект проводится на регулярной основе с 2006 г., хотя в 2002 г. была выполнена одна волна, тогда в этом проекте участвовал Артур Андерсон, но дальнейшего развития это тогда не получило. С 2006 г. работает смешанная команда, которую представляют коллеги Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета и наша лаборатория социологических исследований, сейчас она называется лаборатория исследований предпринимательства Высшей школы экономики.

Что нам этот проект дает? Во-первых, возможность воспитывать будущее поколение исследователей в проектной работе, в крупном

международном проекте, выходы которого достаточно значимы. Во-вторых, в отличие от европейского социального исследования, данные этого проекта не доступны для всех пользователей (определен временной лаг — 3 года), а университеты, участвующие в проекте, могут использовать эти материалы для своих целей в текущем режиме, что мы и делаем. У нас уже более полутора десятка работ разного уровня. К сожалению, пока еще нет кандидатской диссертации, первая на подходе. Поскольку наш проект изучает предпринимательскую активность населения, то в первую очередь нас интересует, как определяется предпринимательская активность. На этом слайде я даю определение. Оно сужает понятие предпринимательства фактически до организационной инновации, то есть учреждения новой предпринимательской фирмы или расширения уже действующего бизнеса. Основные задачи, которые ставит перед собой проект — показать вклад предпринимательской активности населения в благосостояние отдельных наций. Второй вопрос, практический, адресуется международным организациям и национальным правительствам — что правительства могут сделать, чтобы повысить уровень предпринимательской активности населения, если мы приходим к выводу (а мы к нему приходим), что уровень предпринимательской активности населения значительно влияет на основные параметры экономического и социального самочувствия нации?

Важнейшим инструментом является опрос, который проводится по стандартизированной социальной анкете со всеми сложностями, которые были подробно описаны. Мы от этих сложностей уходим. В анкете практически нет ценностно-концептуально нагруженных вопросов, все вопросы достаточно простые в интерпретации. Кроме того, проводятся еще два слоя исследования — это стандартизированные экспертные анкеты, которые адресуются к иной целевой группе (наша целевая группа —

взрослое население в целом), и, наконец, это углубленные полустратифицированные интервью с представителями того же экспертного сообщества, цель которых — попытаться ответить на некоторые кажущиеся непонятными, странными, результаты, полученные в ходе опросов населения и экспертных опросов.

Мы исследуем, как социокультурный политический контекст влияет на так называемые рамочные условия предпринимательской деятельности, в свою очередь они влияют на способности и навыки предпринимательства, его мотивацию. В совокупности эти условия для предпринимательской деятельности (способности, навыки, мотивация) реализуются в предпринимательских возможностях, которые приводят к появлению новых фирм, а эти последние дают рост национальной экономике, дают инновации и прочие полезные вещи. Понятно, что, как и любое другое, наше исследование не идеально, оно не даст ответы на все вопросы и с этим связаны некоторые принципиальные структурные ограничения. Во-первых, в отличие от ряда других проектов, тех, которые делаются по заказу Всемирного банка и которые являются всемирными, нашими респондентами являются не фирмы, а физические лица. Поэтому из анализа выпадает учредительство новых бизнесов юридическими лицами, существующими предпринимательскими фирмами.

Важнейшее ограничение связано с тем, что подавляющее большинство участников любого опроса взрослого населения не принадлежит к числу действующих предпринимателей, или стремящихся стать таковыми, или находящихся на различных этапах создания бизнеса. Поэтому при создании стандартной выборки, а она у нас варьируется в пределах 1800–2200 по годам, объем большинства целевых групп, к сожалению, не позволяет получить результат, который выходит за пределы доверительного интервала, особенно это касается отдельных

целевых групп, таких как владельцы устоявшегося бизнеса, определенные мотивационные группы, в частности добровольные предприниматели, и т.д. Поэтому в практике стран-участниц с учетом иных финансовых возможностей часто используются либо бóльшие объемы выборок, чем минимально необходимые для получения репрезентативных результатов, либо агрегируются данные за несколько лет для получения большей размерности целевых групп. Поскольку мы сейчас накопили пять волн, шестая в обработке, мы начинаем цикл исследований, связанных с работой на агрегированных данных, и это вызывает огромное количество дополнительных методических проблем и трудностей.

Наша анкета позволяет построить так называемую лестницу предпринимательской активности: выделить в составе взрослого трудоспособного населения предпринимателей, в том числе потенциальных, а также активных, среди которых, в свою очередь, можно выделить владельцев раннего и устоявшегося бизнеса. Также проводятся различия между нарождающимся предпринимательством и владельцами нового бизнеса.

Вопрос. А бывшие?

Ответ. Да, это еще одна группа, которую мы можем анализировать, потому что есть соответствующие вопросы, которые позволяют анализировать, кто и по каким причинам выбыл за последние 12 месяцев из активного бизнеса.

Основные исследовательские возможности, которые позволяет использовать наш анкетный опрос - традиционные показатели, конечно, социально-демографический портрет, поселенческие особенности, они весьма значимы, особенно в России и в странах с переходной экономикой; человеческий капитал предпринимателей на разных этапах развития

предпринимательской деятельности; мотивационная особенность, структура финансирования и многое другое, включая прекращение предпринимательской деятельности и причины этих последствий.

Возникает вопрос: как можно сопоставить данные по развитию предпринимательства в Уганде и Новой Зеландии или в Венесуэле и США? Уже несколько раз уточнялись подходы к типологизации стран — участниц этого проекта. На сегодняшний день мы используем группировку стран, которая основана на методике, предложенной всемирно известным экономическим форумом, которая делит страны мира на три больших группы. Россия в рамках этой классификации попадает в число стран второй группы, стремящихся к развитию экономики за счет повышения эффективности, а по ряду индикаторов, в первую очередь качеству предпринимательского потенциала, мы относимся к странам, которые переходят на следующую стадию.

Почему эта классификация важна? Потому что без нее не понять данные. На этом слайде вы видите распределение стран по уровню ВВП на душу населения, по приоритету покупательной способности за предыдущий год, в данном случае за 2007 г. Речь идет о десятках тысяч долларов на душу населения. А на этой шкале — уровень общей предпринимательской активности населения. Итак, в левой части размещены страны, принадлежащие преимущественно к первой и ко второй группам, в средней части этого графика — это страны, принадлежащие в основном ко второй и отчасти к третьей группе, а справа — страны, которые по классификации всемирных экономических норм относятся к группе стран инновационного типа.

Действительно, при сравнении, используя возможности анализа мотивационной структуры предпринимательства и человеческого капитала предпринимателей страны разного типа, мы видим, что эта структура

сильно различается. Более того, в рамках отдельных групп стран существуют значимые различия, выходящие за рамки допустимой погрешности. Отсюда мы делаем вывод, и этот вывод проверяется уже на данных, получаемых в ходе экспертных интервью, что, конечно, затрагивает не только общий уровень макроэкономических показателей, не только принадлежность к социокультурному типу, но и многие другие показатели политического, культурного или иного характера.

Какие возможности для исследования это дает? Понятно, что в 2009 г. нас прежде всего интересовало, как повлиял кризис на предпринимательскую активность россиян. Вообще говоря, если мы посмотрим на показатели предпринимательской активности в динамике с 2006-го по 2009-й г., значимых отличий мы не увидим. За исключением одного: резко возросла доля выбывших за последние 12 месяцев, — и это подтверждает очевидную гипотезу, что именно таким будет одно из очевидных влияний кризиса на предпринимательский потенциал населения.

Выяснилось, что большинство предпринимателей рассматривает кризис как ограничитель возможности для предпринимательского старта, причем чем больше «срок жизни» бизнеса, тем пессимистичнее оценки его владельца. Оказалось, что изменились оценки для ведения уже действующего бизнеса, в большинстве случаев в худшую сторону, и здесь опять-таки наиболее пессимистичны владельцы более устоявшегося бизнеса.

Но есть и некоторые любопытные вещи. Оказалось, что около половины зарождающихся предпринимателей (возраст бизнеса — до 3 месяцев), намеревались продолжать этот бизнес и для большинства зарождающихся предпринимателей основной причиной того, что они стартовали, стал именно кризис. Поэтому неслучайно изменение

возрастной структуры в пользу более молодых групп и изменение образовательной структуры в пользу менее образованных слоев населения.

Сказанного более чем достаточно, чтобы составить представление о проекте, более подробные данные можно найти либо на сайте самого проекта, либо в публикациях нашего проектного коллектива. Вот последние. Это статья о вопросах экономики и книга, которая вышла недавно, в нашем издательском доме, посвященная результатам этого проекта за последние 5 лет.

Спасибо большое.

А. А. Спасибо, Александр Юльевич.

Это очень сложный проект, и мы рады, что сможем воспользоваться его результатами хотя бы через 3 года.

Теперь я попросила бы выступить Копатько Евгения Эдуардовича, представителя Украины, который расскажет нам о сравнительных исследованиях на этой территории.

Копатько Евгений Эдуардович, руководитель Research and Branding Group (R&B Group, Украина)

Я обозначил свое выступление как «Динамика электорального поведения на Украине в 2004–2010 гг.».

Результаты президентских выборов 2004 г. - электоральный раскол, который получился на выборах, 2-й и 3-й туры, поделил Украину на две части. Причем этот электоральный раскол воспроизводили последние 6 лет. В 10 регионов побеждал Янукович, Партия регионов, в 17 регионах побеждали Ющенко, Тимошенко и разные политические партии. У нас субъекты такие — 24 области, АРК, Киев и Севастополь.

2006 г. — это результаты очередных выборов в Верховный Совет Украины. Мы воспроизводим ту же ситуацию, но происходит легкая электоральная диффузия, подчеркиваю, легкая.

Случившиеся через год досрочные парламентские выборы говорят о том, что уходит Ющенко, приходит Тимошенко — в 10 регионах все без изменения.

Результаты президентских выборов 2010 г., очевидцами и участниками с которых мы были, а вы наблюдали за этим процессом из Москвы: 1-й и 2-й туры дали изменения, мы уже заметили, что Закарпатская область то входила в процесс 26 регионов, то вываливалась из него, потому что Киев не участвовал.

Теперь посмотрите на карту выборов в областные советы. Политическое руководство увидело эти цифры только 3 дня назад, поэтому они удивили многих. Это результаты местных выборов. Это граница 1939 г. Я, как историк, считаю, что эти сравнения уместны и они никого политически не обижают, тем более что это создает для власти новые возможности и новые риски. Это не есть тотальная победа чего-то или кого-то.

Вот на что хотелось бы обратить внимание. Все происходило на фоне очень низкой явки. Теперь немного подробнее, по пунктам.

Серым цветом отмечены области, где победил Олег Тягнибок, партия «Свобода», — Львовская, Тернопольская, Ивано-Франковская. Это Галиция, Закарпатская область, там победили регионалы вместе с Виктором Балогой, это местная партия. Особенности этих выборов на Украине заключаются в том, что впервые в 10 регионах прошли местные партии. Подчеркиваю, эти партии или политические движения побеждали только в этих регионах.

И теперь по пунктам. На Украине сейчас происходят глубинные изменения, которые проходили последние 6 лет, сейчас они зафиксированы в результате выборов. Это первое.

Второе. Произошел раскол Восток–Запад. Если он не размывается, то конфигурация политической карты Украины претерпевает определенные изменения, а последствия покажет время. Это создает для власти новые возможности и новые риски.

Далее. Раскол Восток–Запад — ментальный, политический, идеологический, культурный. Напоминаю, Украина как территория сложилась только в 1954 г., и разговоры о том, что это единое унитарное государство, некорректны, хотя бы потому, что формально существует АРК.

Третье, социологические исследования, которые происходили на Украине, сильно востребованы. Представьте, у нас была одна Украина, одна территория, ее легче было мерить. Сейчас у нас, как минимум, 26 Украин, причем в каждой из них своя история, проходили тысячи выборов, избирались 200 тысяч депутатов. В этом еще одна особенность. Эти выборы проходили в условиях, когда не было стержневых выборов, как это было в 2006 г., когда они нанизывались на парламентские выборы, потому что имела место политическая маркировка.

Следующий момент. Мы, конечно, не Бразилия и не Мексика, но интерес к нашей стране есть. На что хотелось бы обратить внимание. Есть большой запрос на исследования со стороны институтов власти. Следующий пункт — это высокий уровень конкурентности и непредсказуемости наших выборов. Следующее - очень быстрые изменения даже на малых пространствах. Что это значит? Даже областной центр с населением 300 тысяч человек и больше создает риски для участников процесса, причем есть явные фавориты. Есть истории, где было несколько игроков, которые претендовали на какую-то должность, и были явные аутсайдеры.

Что показали эти выборы? Иногда за 2 недели ломалась ситуация. Например, Запорожская область, Кальцев избирался на мэра города, разрыв — 15–20%, экзит-полл показал, что он проиграл 3,5%. Сложная ситуация по Одессе и Харькову. Приведу пример. «Черные» социологи. У нас и своих «черных» хватает, но то, что делают братья-россияне, вызывает удивление. Одно уважаемое российское агентство проводило исследование по Одессе. Приезжали люди, электоральное поле — 80 тысяч избирателей, 10 тысяч выборка. Таких чудес было много.

Дальше. Недоверие к институтам власти. Это то, что интересует русских. У нас, по данным социологических исследований, — тотальное недоверие ко всем институтам власти. Президентская, парламентская и кабминовская. После президентских выборов эта планка поднялась на порядок, но пока она далека от многих стран постсоветского пространства.

Далее, по поводу честности и прозрачности выборов. У нас на Украине уровень пессимизма зашкаливает, как всегда. Но этому способствуют СМИ. Перед каждыми выборами СМИ говорят, что более 50% респондентов утверждают, что выборы пройдут не честно, не прозрачно и т.д. После 2-го тура выборов мы провели исследование, где-

то 10–15 февраля (выборы закончились 7-го). Более 80% респондентов про президентские выборы сказали, что они прошли честно.

Высокий уровень конкуренции. Я об этом уже говорил, возникают вопросы с технологиями, связанными с исследованиями. На что обращают внимание? У нас очень серьезная подвижка, связанная с участниками избирательного процесса. Где достать респондентов? На Западной Украине, по данным статистики, от одного до 3–4 миллионов человек находятся на заработках, но, как ни парадоксально, в 2004-м они голосовали, в некоторых случаях они голосовали в 2006, 2007 и 2010 гг.

Голосования на дому, то, о чем говорил Чуров, для нас тоже предмет новый, на некоторых участках до 20% избирателей голосовали на дому, но мы это рассматриваем как предмет политической технологии.

Теперь по поводу **пороговой явки**. Выборы 2004 г. — 2–3-й тур — 83%. Выборы 2006 г. — 68%, 2007 г. — 60%. Выборы мэра Киева — 52%, президентские последние — 64%. Выборы местные, учитывая, что очень много Украин — менее 50%. Почему это происходит? Это происходит на фоне тотальной социальной усталости. Это тоже одна из особенностей электорального поведения украинцев. 9 туров выборов за последние 6 лет.

Уровень конкурентности. Много говорят о нарушении демократии, о сворачивании демократии, но у нас были такие результаты, которые говорят, что не все в политике меряется. Условно говоря, сейчас на арену выходят, особенно на местных выборах, люди, которые считаю себя хозяйственниками. Это тема требует отдельного развития.

Экзит-поллы. Здесь мы впереди планеты всей. Как инструмент принятия решений пока не работает, пока это элемент защиты демократии

и пока в отдельных регионах. Чтобы вы понимали, на местных выборах даже в некоторых селах проводились экзит-поллы. На этом все. Спасибо.

Вопрос. Евгений Эдуардович, спасибо за то, что описали нам ситуацию на Украине. С точки зрения сравнительных исследований мы, может быть, неосознанно подняли маленький, но очень важный вопрос, являются ли региональные исследования исследованиями сравнительными, только ли межстрановые исследования можно называть сравнительными, возможны ли исследования большого количества регионов, в чем сходство?

Ответ. Раскол Восток–Запад. Когда мы проводили исследования в 2007 г., мы задавали вопрос: «Назовите отличия между русскими и украинцами». 56% респондентов сказали, что сходств больше, чем различий. Мы задали похожий вопрос: «Между жителям Запада и Востока больше сходств или различий?» Больше 55% респондентов сказали, что больше различий. Это информация к размышлению.

А. А. Теперь выступит Яценко Елена Борисовна, президент фонда «Наследие Евразии». Сейчас мы погрузимся в очень интересную тему — использование результатов международных исследований общественного мнения для прогнозирования различных социальных, политических и экономических процессов.

Яценко Елена Борисовна, президент фонда «Наследие Евразии»

Мы российская неправительственная организация, исследовательская структура, созданная в 2004 г. Интересна история нашего создания. Именно в 2004 г. была предпринята попытка интеграции 4-х самых больших экономик постсоветского пространства ЕЭП, и тогда перед органами государственной власти, в основном российским бизнесом, который пытался грамотно занять территорию постсоветского пространства, встала проблема: наши страны очень быстро развиваются, очень много создано мифов, без исследования того, что происходит, любые решения могут быть, как минимум, ошибочными, как максимум - опасными для развития самих стран. Тогда мы рассуждали с точки зрения экономики, макроэкономики, и проекты фонда основывались на статистических данных, про которые вы сейчас спрашивали.

Основные миссии нашей организации — развитие экспертного сообщества в новых независимых государствах и, извините за признание, некоторое воссоздание научных школ, но под эгидой РФ, под эгидой наших научных школ.

За годы нашей деятельности были выработаны основные принципы, без которых ни один проект не запускается, и главный признак — то, что мы обязательно привлекаем партнерские организации. Мы оцениваем свои проекты только с участием экспертов из этих стран. Таким образом, мы убираем некоторые надуманные вопросы и не тратим средства ни государственные, ни частные, потому что в основном финансируемся за счет средств частного бизнеса. А бизнес умеет считать деньги. Что мы подразумеваем под междисциплинарным подходом. Здесь в основном присутствуют социологи. Хотя многие из вас неквалифицированные социологи, то есть люди, у которых за спиной опыт обучения философии, точным наукам и т.д. Нам помогает, что в нашей команде есть социологи, у нас 3 кандидата наук, которые держат нас в курсе событий, они нас

информируют по всем мировым социологическим новинкам. И мы считаем, что такой подход, при котором проблему рассматривают с разных точек зрения, быстрее продвигает и превентивно снимает многие вопросы. Сетевой принцип реализации, обязательная предпроектная подготовка. Часто у нас проекты возникают внутри предыдущего проекта. Когда мы подходим к реализации проекта, мы понимаем, кого привлекать, нужно ли привлекать, каких специалистов, из каких стран и есть ли такого рода специалисты. В двух проектах для работы на постсоветском пространстве нам пришлось привлекать специалистов из трех стран.

Информационная открытость проектной деятельности. У нас есть специальные порталы, «Евразийский дом», правда, сейчас он на реконструкции. После того как мы поучаствовали в одной из стадий «Евразийского монитора», коллеги-социологи подтолкнули нас к созданию порталов. У нас заведена специальная рубрика — социальное настроение, и там мы постоянно выкладываем все самые новые результаты исследований и стараемся, чтобы это было кратко, креативно, и чтобы этими данными могли пользоваться не только социологи, но и самый широкий круг пользователей.

Про системную оценку проектной деятельности. По нашему бюджету, она занимает не менее 7%, 5–7% от всего бюджета, в противном случае, мы считаем, что проект не состоится.

Сейчас проходит большое количество исследований, иногда по одной тематике. Например, положение соотечественников за рубежом. Этим не занимается только ленивый. И каждый раз мы с самого начала проводим аудит. Ну сколько можно это делать: переписывать друг у друга выводы и предложения и не работать с органами госвласти, которые воспринимают наши рекомендации по-своему. Часто думаешь - лучше бы мы им эти рекомендации не писали, лучше бы не было этих проектов.

Подробно с результатами наших исследований можете ознакомиться на сайте фонда «Наследие Евразии».

Хотелось бы остановиться на следующем. Когда мы проводим исследование, мы никогда не пользуемся только одним методом. Мы всегда используем 4–5 источников информации и, как минимум, применяем 2 метода. Для нас исследование общественного мнения — не проект, это часть большого комплексного исследования. Для нас проект включает стадию продвижения. Потому что иначе мы будем походить на некий НИИ 1970-х гг., который работал ради искусства и радовался этому.

Хочу поблагодарить коллег, с которыми мы начинали исследования. Это была первая волна «Евразийского монитора», а мы только начинали. Нас очень многому научило это исследование. Оно вошло в большой комплексный доклад и до сих пор время от времени всплывает. Получилась интересная история: лидеры двух государств, Казахстана и России, один в один процитировали одни и те же абзацы нашего доклада. Потом у казахстанского пресс-секретаря были проблемы, это было на самом деле. Если они цитируют, значит, согласны с этим.

У нас очень большая ответственность перед тем, что мы продуцируем, потому что через 5 лет прозвучали эти фразы из уст лидеров двух государств. На самом деле, многие исследования, которые мы с вами проводим, — это исследования, направленные на перспективу, исследования, которые превентивно снимают многие вопросы, и это очень важно.

Не могу не остановиться на еще одном исследовании — о положении русского языка в новых независимых государствах. Что стало с этим исследованием? После того как мы совместно с фондом «Русский мир» провели на их площадке конференцию, был следующий этап

развития этой темы. Только фонд «Русский мир» выдал 26 грантов на исследование о положении русского языка в других государствах. Теперь встают вопросы: как они это исследуют, что они получают? Этим пока никто не занимается. Я призываю экспертное сообщество социологов к тому, чтобы хотя бы тематические блоки отслеживать и следить за чистотой этого эксперимента, потому что положение русского языка, особенно на постсоветском пространстве, это архиважная вещь. Даже не в идеологическом плане, а больше — в экономическом, в том числе в плане выживания России. Наша демография предполагает, что к нам поедут, и без языка будет очень сложно, а нам с вами переучивать язык тоже не очень хочется.

Хотела еще поговорить о статданных, мы действительно ими пользуемся. Термин «кабинетные исследования» предполагает использование в том числе и статданных. Приведу два примера. Первый. Есть такой проект — «Экономическое обозрение СНГ». Если 6 лет назад, анализируя статданные, мы могли отталкиваться от данных статкомитетов, то по прошествии этого времени где-то 30% этих данных стали закрытыми. Мы сейчас пользуемся данными Всемирного банка, а вы знаете, как они проводят свои исследования. Страшно не то, что мы пишем, страшнее то, что нашими отчетами пользуются лица, принимающие решения. И мы заранее ориентируем их не на то решение.

Второй пример. У нас заканчивается исследование учебной иммиграции из новых независимых государств в Россию. Состояние, потенциал и перспективы. Вот табличка. Здесь показана численность студентов из стран СНГ и Балтии в Россию, на основании разных источников информации, в качестве которых выступают МВД и Минобрнауки. Обратите внимание на то, что разница в 11 раз, что в одном случае динамика восходящая, в другом — нисходящая. А на самом деле

это ресурс, ресурс в том числе и для России, много плюсов от учебной иммиграции — экономических, политических и идеологических. А мы не можем даже посчитать объект.

Что у нас есть по новым независимым государствам? После кризиса, к сожалению, российский бизнес стал уходить из них. Он или уходит, или замораживает свои активы. Естественно, уменьшается количество исследований. И в этом отношении нам нужно сделать некие упреждающие шаги. Нам нужна партнерская сеть, какое-нибудь кольцо Интернет-ресурсов, потому что в Интернет бизнес ходит. Нам нужно, чтобы туда выкладывали как можно больше исследований. Это очень важно, потому что, по моим наблюдениям, наши бизнес-руководители визуалисты. Они воспринимают быстро и правильно. Это правильное развитие ситуации.

И последнее. Про частоту рядов можно говорить много. Но если не поднимать эту тематику, доверия к социологии будет все меньше и меньше. Это неправильно, и нам будет очень обидно, если мы не сможем отсылать наших потребителей к результатам исследований. Теперь, я не только заказчик и исполнитель, я часто являюсь экспертом, которого привлекают в какие-то исследования. Недопустимо, когда на твою электронную почту приходит обращение типа: «Убедительно просим вас в 2-дневный срок заполнить анкету». Хорошо. А дальше? Нет мотивации, чтобы я потратила свое время. Открываю анкету и вижу, что ее только заполнить нужно часа 4. Господа, одна паспортчика — отдельное исследование. Спасение утопающих, нас с вами, только в наших руках. Спасибо.

А. А. Несмотря на то что сравнительных исследований как таковых, немало, сравнительных исследований на пространстве стран бывшего СССР не так много, как нам бы хотелось. Двусторонних исследований, пожалуй. Иногда региональных исследований, например ЦЕССИ проводит мониторинг Закавказья и Северного Кавказа. Но страны Советского Союза в регулярном сравнительном контексте исследуются не так часто, как хотелось бы. Сейчас мы услышим о редком и очень ценном исследовании, представляющем такой тип. Это «Евразийский монитор», а Игорь Задорин, руководитель «Циркона», нам об этом расскажет.

Игорь Задорин, руководитель исследовательской группы ЦИРКОН

Спасибо большое. Все-таки хорошо, что мы пригласили потребителей социологической информации, а не только своих.

Очень кратко про «Евразийский монитор». Я надеюсь, что с этим проектом большинство знакомо. Это проект необычный, с элементами энтузиазма и, как сказал Валерий Валерьевич, даже с элементами альтруизма. Фактически это гражданское действие социологов постсоветского пространства. Первоначально предполагалось, что он в большей степени будет востребован представителями интеграционных объединений, в некотором смысле будет аналогом «Евробарометра», финансируемого Еврокомиссией. Но так не случилось. И все же он остался работающим проектом и стал интересен социологам уже 14 стран. Из бывших республик не участвует только Туркмения, а 14 стран, включая Балтию, которая уже является членом Евросоюза, участвуют в разных проектах. До сегодняшней осени уже проведено 13 волн, сейчас началась

14-я волна исследований. Это исследования проводятся 2 раза в год, по анкете, которая включает определенную мониторинговую часть, постоянную часть по параметрам социального самочувствия, политической лояльности и интеграционных ориентаций.

Исследование построено только на опросных данных, на сопоставимости опросов. Конечно, очень многое не делается из того, что Анна Владимировна упоминала как о необходимых канонических элементах сравнительных исследований. Можно сказать, что это вынужденный упрощенный вариант, потому что в последнее время все делается на общественных началах. 14 компаний стран СНГ, независимых, самостоятельных компаний, фактически 15 стран, участвуют в этом консорциуме. В этой аудитории присутствуют некоторые представители нашего консорциума, большое им спасибо за работу и участие в этой конференции.

Подчеркиваю, в анкете есть мониторинговая часть, есть тематические исследования, которые иногда финансируются определенными фондами. Я сейчас на примерах покажу только эффекты мониторинговой части, той, где мы постоянно измеряем некоторые параметры.

Перед вами результаты 11-й волны, проведенной весной 2009 г. В чем методическая облегченность? Мы не предполагаем жесткую стандартизацию, хотя оговариваем некоторые принципы построения выборки. При этом за репрезентативность национальной выборки несут ответственность сами компании, они строят выборку в рамках своих омнибусов, регулярных общенациональных проектов.

Как правило, есть некоторые ограничения, в частности, общий объем выборки — не меньше 1000 человек. На Украине собирают 2000, в России — 1600. В основном чуть больше 1000 человек.

Мы обнаружили существенную дифференциацию ответов, это главный результат. Мы видим, что в этом смысле мы — не гомогенное пространство, в разных странах есть существенные различия по определенным параметрам. Например, оценка экономического положения страны. Типовой вопрос, который во многих омнибусах присутствует. В Средней Азии более склонны к одобрению и согласию. Узбекистан, Таджикистан, Кыргызстан, Казахстан — страны, которые дают большую часть позитивных оценок хорошего положения страны.

Замечу, что «Евразийский монитор» дал толчок для того, чтобы в некоторых странах появился мониторинг социального самочувствия, который до этого момента отсутствовал как класс исследований; не было сопоставимого мониторинга. Теперь у нас есть ряды, которые дают соответствующую картину.

Замечу, что даже такое явление, как кризис, при всей разнородности трендов, они все-таки показали. Ноябрь 2008 г. и весна 2009-го — общее падение, а затем начинается постепенный рост. В некотором смысле есть некая согласованность по трендам, хотя абсолютные уровни принципиально разные. И если тенденция у самого верхнего — Казахстана — по экономическому положению страны и самому нижнему — Украины — практически совпадают по тренду, по динамике, они принципиально отличаются по абсолютному уровню. Украина демонстрирует повышенный пессимизм и негативные, критические оценки, а Казахстан, наоборот, — позитивные оценки.

А вот сравнение типового вопроса социальной адаптации. Мало того, что здесь дифференциация, иногда мы имеем возможность сравнивать аналогичные европейские данные, понятно, что постсоветские государства серьезно отстают в этом смысле, тут есть куда расти.

Самооценка материального положения семьи. Узбекистан, Таджикистан, Кыргызстан — 3 страны, в которых явно повышена доля респондентов, которые оценивают положительно. Здесь, кстати, проявилось то самое явление, о котором вчера еще на круглом столе говорилось и сегодня упоминалось: конечно же, все цифры в сравнительных исследованиях мы не можем подавать просто как цифры. Мы должны интерпретировать их хотя бы на уровне объяснения природы этих данных. В виде особой культуры, которая склонна давать позитивные оценки, в виде пониженного уровня притязаний, что тоже характерно для этих стран, это надо обязательно интерпретировать. Если этого не будем делать мы, это будут делать другие, но неправильно. Я помню, как после 5–6-й волны «Евразийского монитора», в Киеве на презентации, представляя данные о повышенном одобрении власти в Средней Азии, журналисты интерпретировали это однозначно — прессинг режима, который так всех «упаковал», что все позитивно относятся, а в свободных странах ситуация другая. Надо все-таки понимать, что это довольно убогая и неполная интерпретация данных, потому что культурологи стран Средней Азии говорили, что в менталитете жителей восточных стран не принято говорить, что я живу плохо, даже если я действительно живу плохо, потому что это притягивает ко мне плохие последствия. Мы можем относиться к этому скептически, но это есть. В тех вещах, которые мы меряем, а меряем мы не объективные, а субъективные показатели социального самочувствия, это все четко проявляется.

И все же в сравнении результаты довольно интересны. Сопоставим два показателя: материальное положение семьи и положение страны. Уже ясно, что в отдельных странах, в том же Кыргызстане, большинство оценивает материальное положение семьи лучше, чем материальное положение страны. Иными словами, некоторые люди живут лучше, чем страна в целом. Такой интересный психологический эффект. Кстати, иногда он спровоцирован СМИ. Например, Украина, 45% респондентов говорят, что они живут хорошо, а что страна живет хорошо — лишь 13%. Это данные весны 2009 г. То есть общий негативный информационный фон говорит, что в стране плохо, а я сам более или менее. Такого рода вещи любопытны в сравнительном эффекте.

Естественно, мы не могли пройти мимо темы кризиса. Посмотрели за год динамику основных показателей. Это тот самый кризисный период, с весны 2008-го до мая 2009-го. Мы видим, что даже в кризисные времена есть страны с позитивной динамикой социального самочувствия. Опять же это страны Средней Азии. Может быть, их меньше затронуло. Казахстана нет, его накрыло по полной программе. И негативная динамика по всем основным странам. Замечу, есть явно выпадающие страны. Информационная компонента в России в этой негативной динамике очень велика. В России ощущение падения в стране гораздо больше, чем ощущение падения себя самого.

Вот данные по оценке политической лояльности, отношению к органам власти. Украина (с ноября по май, после выбора нового президента) — позитивная оценка президента страны. Она все время падала, начиная с весенних выборов; Ющенко — вариант отрицательный, а затем показатели выросли.

В нашем проекте одна из основных тем — интеграционная ориентация. Все время в динамике задают и изучают вопрос, связанный с

тем, в какие альянсы, объединения правильно было бы войти стране респондента. И мы видим, вот ориентация на сближение. Есть ориентация на европейское пространство, есть ориентация на постсоветское пространство, есть на автономизацию.

Грузия, Молдова, Латвия — 3 страны из весенней волны 2009 г. — явно больше половины тех, которые ориентированы либо на Европу, либо на автономное развитие. И, наоборот, Россия, Украина, среднеазиатские страны, Беларусь в той или иной степени делят между автономизацией и постсоветским пространством; Средняя Азия, Беларусь и Украина — за постсоветское пространство. Замечу, что в сравнении выясняется, что большая доля россиян склонна к автономному развитию, то есть к неприсоединению страны ни к каким союзам или альянсам. Только в сравнении понимаешь, что имперские настроения россиян, которые хотят всех быстро объединить под российским флагом, — это миф и иллюзия.

Мы строим диаграммы на анализе близости, это типичный результат многомерного шкалирования на матрице близости, которая построена на данных о том, с какой страной было бы правильно объединиться. Это та самая попытка визуализации, о которой говорили. Хотя это чисто математическая процедура. Ничего искусственного, тем не менее, она дает очень интересный результат. Весна 2008 г., Украина еще очень плотно сидит в Черноморско-Балтийском альянсе. Украина склонна к позитивной оценке дружбы со странами Балтии, с Азербайджаном, чуть-чуть с Молдовой; абсолютно другой кластер — это Средняя Азия, Россия и Беларусь.

У нас было исследование на тему, чем мы интересны друг другу. В этом проекте респондентам задавали вопрос: «Чем вам интересна...», а дальше перечислены все страны по определенным параметрам. На основе ответов строили диаграмму. Итак, россиянам в большей степени

интересны постсоветские страны европейского пространства, это та же конфигурация дружелюбности с одним небольшим изменением. Для россиян европейские страны более интересны, но она понимает, что дружить ей надо со Средней Азией. Вот такое интересное сопоставление.

На этом я закончу. Благодарю за возможность представить материалы. Они открыты, мы пытаемся издавать книги: вышли два сборника, третий пока в работе. Попытаемся популяризировать эти данные. Будем ждать проявления интереса не только у тех, кто цитирует, но и среди академической, научной и студенческой общественности. Материалов много, наших возможностей по их обработке не хватает. Призываю всех заинтересованных лиц: берите данные, интерпретируйте их, пишите статьи и защищайтесь. Спасибо.

А. А. Елена Ивановна Башкирова покажет, как на данных очень старого уважаемого многостранового трендового мирового исследования ценностей можно сделать двухсторонний анализ, гораздо более глубокий, — на примере России и Украины.

Елена Ивановна Башкирова, президент компании «Башкирова и партнеры»

Вчера была встреча с потребителями нашей информации, с социологами и представителями СМИ. Ничего интересного, как всегда взаимное бодание и обвинения. Но там были высказаны две взаимно обратные претензии. Про первую Игорь уже сказал: нас обвиняют в том, что мы не способны анализировать, что мы предоставляем сырье.

Отчасти это справедливо, потому что во многих исследованиях, которые мы видим, идет анализ: там на 5% больше, там на 3% больше.

Естественно, это первый этап, мы все с этого начинаем, но потом идет глубинный анализ. И второе обвинение. Довольно известный питерский политолог сказал, что он вообще никаких серьезных социологических исследований не знает, они не ведутся, серьезных публикаций мало и все они сомнительного свойства. Наверное, на круглые столы надо приглашать людей, которые могли бы дать достойный ответ, потому что слишком многие ушли в ощущение, что социология ничего не значит. Во многих сегодняшних выступлениях было сказано о том, что у нас очень хорошие школа и институт социологии, что они заложили основу и не надо идти на поводу таких политологов. Они смотрят наши сайты и выбирают одну цифру и одно предложение: «Да, нет, затрудняюсь ответить». Бесплатные сайты.

Здесь сложилась очень хорошая традиция: каждый рассказывает об исследовании, которое делал, чтобы все знали, сколько исследований в поле, какие они, кто их начинал и когда. Я тоже расскажу о 2–3-х. Судя по вашей классификации, это международные исследования. Первое исследование — это мировые ценности. Это исследование международное, хотя оно и названо мировое.

История. Этот проект запущен давно во всем мире. Начинали его в Европе, в университете Лювена. Анализировали католические, религиозные ценности. Россия присоединилась в 1986 г., Андреенков проводил исследование в одном городе, потом присоединились мы: Институт социологии проводил исследования по России (1990 г.), я — сначала по Москве, а дальше уже продолжала эти волны. Сейчас участвуют 80 стран. Ценность в том, что применяется одна методика. Была проведена очень серьезная предварительная работа, я сама это

делала на базе Мичиганского университета. Переубедить Рональда Харда невозможно. В принципе, на 80% его позиция верна — должен быть тренд. Он не разрешал менять ничего, и все же анкета претерпела изменения, она стала короче. Мы убедили Рона отказаться от 12 батарей.

Далее, есть два центра. Есть мировые ценности, они продолжают с периодичностью каждые 5 лет. Мировые (80 стран) - исследователи пытаются сохранить единые принципы сбора информации, как-то надо нивелировать ошибки. Европейская - сейчас более развивается самостоятельно, хотя договорились выкладывать все архивы одновременно, но как независимые файлы, потому что раньше это была одна анкета и было не важно, в рамках какого исследования это делается.

Сейчас, к моему большому сожалению, изменили анкету, и сопоставимость не всегда возможна. Очень хорошо, что и в европейских, и в других исследованиях люди соблюдают все принципы. У нас сейчас три рабочие группы. Все проговаривается, выборке уделяется огромное внимание. Я хочу сказать, что у нас в России, к сожалению, до сих пор перевзвешивают все квотные выборки, по случайным выборкам на национальном уровне люди практически не работают, очень смешно, когда пишут ошибку выборки 3,4% на объеме выборки 1500. Во-первых, на квотных выборках ошибку не считают, во-вторых, на этой выборке объем — 2,5%

Итак, эти два исследования продолжают, я хочу повторить, что все моменты, о которых говорила Аня, остаются. От того, что мы о них один раз поговорили, ничего не изменится. Каждое исследование надо начинать с того же.

Мне очень понравились все исследования, про которые здесь говорили. Чего нам не хватает? Поскольку я работаю с европейской

группой, там подход к анализу совершенно другой. На самых первых рабочих группах мы строим гистограммы и анализируем их на уровне общих распределений. Это нужно, чтобы понимать тенденции. Но сейчас в лучших центрах, и в ESS тоже, речь идет только о сложных комплексных показателях, причем никто их не считает сложными, потому что они давно используются. Что мне нравится в европейских исследованиях? В них принимает участие много политологов. Они отличаются от наших. По части работы с программами они много лучше наших социологов. Идет проверка на достоверность данных. Люди начинают анализировать и сразу же пытаются объяснить. Сначала меня это даже удивляло.

Как работают западные социологи и политологи? До начала исследования у них уже есть теория. Она возникает не на пустом месте, перелопачивается масса литературы. А мы зачастую имеем лишь общие представления. Нам надо искать новые теории, может быть, создавать новые.

Мы, даже если сложных анализов не провели, пытаемся на уровне логики, опыта дать какие-то объяснения. Игорь пытался объяснить, почему, например, в Средней Азии уровень одобрения выше. Они этого не делают. Они понимают, что влияет множество разных факторов. Они начинают с расчета χ^2 абсолютно для всех коэффициентов. Они не ищут новые методы анализа, ничего особо нового я не видела, есть многофакторное шкалирование, они используют старые методы.

Вот, например, я тоже сейчас делаю когортный анализ. Возможно, его кто-то и делает, но этим методом не пользовалась со времен Института социологии. Все-таки этот метод очень много описывает. Когортный — это сравнение не только по возрасту. Мы рассчитываем корреляцию на возраст. При когортном анализе сравнивают группы людей,

которые родились в определенном году. Это выборочное социологическое исследование.

Теперь смотрим — главные ценности для России и Украины. «Что для Вас самое главное в жизни?» - этот стандартный вопрос задают уже много лет. Практически все совпадает, один в один. Единственное большое различие — отношение к религии. Достаточно близкие вещи мы можем объяснить. Культура одна, история одна, языки очень близкие и путь развития довольно близкие. Все это можно сделать на уровне странового сравнения, что мы и делаем: берем разные страны и сравниваем точки. Но перед этим все-таки надо понять, что реально происходит в каждой стране. А это, как мне кажется, у нас часто недоанализируют. Поэтому при сравнении могут быть одинаковые цифры, но мотивы и объяснения абсолютно разные.

Теперь вопрос свободы и равенства. Во всех международных исследованиях он самый главный. На что больше ориентировано население? На демократию или на тот строй, что был до нее? Понятно, если люди выбирают свободу, они более демократически ориентированы, и наоборот. Здесь мы совпадаем, почти до процента.

Оценка различных типов политических систем. Это не открытый вопрос. Были предложены 4 варианта ответа: государство с сильным лидером, независимый эксперт, правление военных и демократия. Здесь тоже все примерно одинаковое — 37% в России и 35% на Украине. У нас примерно одинаковое число людей ориентированы и на сильного лидера, и на демократию. Это всегда поражает наших зарубежных коллег — они не могут понять, как это может быть. Это данные 2008 г.

Сейчас к демократии в стране относятся несколько критически. Это мы объяснить можем. Я веду к тому, что есть глубинные вещи, которые мы не можем измерить такими простыми способами.

Отношение к существующей системе: 33% удовлетворены в России и 15% на Украине. Понятно. Причем почти одинаково распределены ближайшие цели, то есть проблемы, существующие в стране.

Доверие социальным институтам тоже близко, за исключением церкви. Теперь мы понимаем, что на Украине церковь и проблемы религии гораздо более важны для населения, и, видимо, церковь оказывает гораздо более важное воздействие на жизнь в стране. Мне кажется, это важно. Не столько для России, сколько для Украины.

Мы задали вопрос об изменениях, которые могут произойти в ближайшем будущем в нашем образе жизни: скажите, если это произойдет, будет хорошо, плохо или это не имеет значения.

Меньше денег и материальных благ: в России на 11% людей менее материально ориентированы, в Украине люди больше ориентируются на деньги.

Уважение к власти: примерно одинаковое, небольшая разница.

Я призываю всех: у нас очень много исследований, о них нужно рассказывать, и не только в СМИ, но и заказчикам, чтобы они пользовались не только одним источником, вы знаете каким.

Да, мы тоже виноваты, нам надо объединяться. Давайте соберемся, эти данные не напечатаны, я имею право отдать данные кому угодно. Это открытые данные. Их можно объединить, чтобы быть русскими и гордиться.

А. А. Пикулева Марина Вячеславовна из компании «TNS Россия» расскажет нам о другом аспекте проблемы — о медиапредпочтениях населения разных стран, причем на примере совершенно другого способа проведения опросов — на основе он-лайн исследования.

Пикулева Марина Вячеславовна, ведущий медиааналитик компании "TNS Россия", преподаватель ГУ-ВШЭ

Я представляю компанию, которая в меньшей степени занимается научными исследованиями, а в большей — исследованиями практическими, проведенными по заказу разных организаций. Даже международные исследования, о которых я буду говорить, тоже исследования коммерческие. Отчасти это отличает меня от остальных докладчиков. Я с большим удовольствием услышала из доклада Анны Владимировны, что поднимается проблема использования современных методов и их унификация для различных стран, даже на таких небольших пространствах, как Европа, к которой мы тоже относимся. Я хочу показать вам результаты исследований, но рассматривать их буду через призму метода он-лайн опросов. Первое, хочу показать, как в нашей стране меняется картинка с точки зрения используемых методов. Это динамика с 2007 до 2009 г. Взяты совокупные бюджеты крупнейших исследовательских компаний по стране и посчитана примерная доля каждого метода в этом самом совокупном бюджете, каких исследований и каким образом проводится больше всего.

Вы видите, что существенно возрастает цифра исследований, которые проводятся методом телефонных опросов, а также методом он-лайн. Если в 2007 г. таких было только 5% в общем бюджете, то сейчас их

число увеличилось до 10% — в 2 раза. Да, с нуля расти легко, но рост довольно примечательный. Сейчас в мире очень большая зависимость от уровня проникновения Интернета. И в странах, где уровень распространения Интернета выше 80% населения, уже 30% коммерческих исследований выполняют с помощью он-лайн методов, а многие страны уже давно забыли, что такое опрос по печатной анкете.

Я хочу остановиться только на access-панелях, которые чаще всего используются в практических опросах. Что это? Предполагается, что мы собираем панель, чаще всего он-лайн. Набираем людей, которые за определенное вознаграждение соглашаются участвовать в опросе на определенные темы. В России достаточно много компаний занимается этим.

У меня есть только информация TNS, это информация по миру. Вы видите количество панелистов в разных странах. Это только данные TNS, мы далеко не единственная организация, которая обладает такими панелями. Метод очень быстро развивается, он сейчас широко распространяется.

Мы считаем, что в России этот метод будет быстро развиваться. Я думаю, сейчас нет смысла останавливаться на этих проблемах, потому что любой из вас меня поймет, это наболевшие вопросы: это и снижение респонсрейта, и необходимость постоянно искать бюджеты и снижать затраты. Мы можем применять более сложные методики, нам нужно это делать. Вы прекрасно представляете себе ситуацию, когда опрос предполагает сложную ротацию, большое количество стимульного материала. Но интервьюер не будет стоять на лестничной площадке, потому что его не пустили в квартиру, он не будет реализовывать наши прекрасные слаженные технологии.

Конечно, пока в России не вырастет доля пользователей Интернетом, мы не можем говорить о том, что это массовый метод, но доля пользователей постоянно растет. У меня есть информация о городах с населением свыше 100 тысяч человек. Конечно, если этот показатель пересчитать на все население, этот процент будет меньше, но в городах с такой численностью и выше уже сейчас к пользователям Интернетом можно отнести 55% россиян в возрасте от 12 лет и старше. В Москве уровень проникновения еще выше — 66%. Прирост за год — +15%. Если распространение Интернета будет расти такими темпами, мы сможем говорить о методе он-лайн опросов более серьезно.

Еще очень важно, какую возрастную группу мы имеем в виду. Потому что если мы берем молодежь до 24 лет, то 92% населения, я имею в виду эти же города, уже в Интернете, а Интернет-пользователи в этом возрасте не отличаются от всего остального населения.

Самый большой потенциал сейчас в группе 45 лет и старше, потому что пока в ней только четверть являются пользователями Интернета, но именно эта группа растет быстрее всего. Приведу данные по среднесуточной аудитории каналов электронных коммуникаций (здесь нет прессы, ее нельзя сравнивать). В топ 20 каналов, по которым мы можем получать информацию, уже 3 Интернет-портала: Яндекс, поисковый портал, Мейл, почтовый, и В контакте, социальная сеть, очень популярная среди нашей молодежи.

Понятно, почему практики исследований хотят переходить на этот метод. Он позволяет одним махом сильно сократить цепочку получения информации и, безусловно, таким образом сэкономить много средств. Что еще важно? За счет того, что мы заранее проводим профилирование панели, мы собираем информацию об участниках, иначе они не смогут зарегистрироваться и попасть в панель, мы довольно много знаем про них

уже на входе и можем таргетировать наш опрос, то есть пригласить принять участие в опросе тех людей, которые подходят под определение нашей совокупности.

Например, если нас интересует что-то, связанное с потреблением, например, детские товары и услуги, мы знаем семьи с детьми и отправляем приглашения именно им.

Но означает ли это, что он-лайн исследования — это панацея и можно их проводить точно так же, как мы проводили традиционные исследования, особенно в срезе той темы, о которой мы сейчас говорим, сравнивать результаты исследований, которые мы получаем в разных странах? Вернусь к этому чуть позже.

Сейчас я хочу обратиться к примеру таких исследований. Например, свежее исследование, которое провела компания TNS. Я напомним, что это одна из крупнейших исследовательских сетей в мире, в этом исследовании участвовала половина стран, включенных в TNS, — 46 стран, было проведено 50 тысяч интервью, выборка по России составляла тысячу интервью, цель исследования — изучить поведение людей в Интернете. Я специально взяла эту тему: раз уж мы говорим про он-лайн панели, логично изучать пользователей Интернета. В этом исследовании был сформирован обширный список. А что с результатами? Я покажу только часть, но они есть в открытом доступе на нашем сайте.

Какими каналами массовой коммуникации, Интернетом и традиционными, пользуются люди в разных странах? Телевидение в России пока распространено больше, даже среди пользователей Интернет. В отличие от Франции, США и соседней Польшей, где существенный отрыв Интернета от телевидения. Очень по-разному складывается картинка в разных странах. Доля прессы существенно

меньше во всех странах — и в России, и в Китае, и в Аргентине, и в Польше. Количество времени, которое тратят российские пользователи на Интернет, по сравнению с другими странами — примерно 20 часов в неделю, и в данном случае мы очень похожи на всех остальных, за исключением Аргентины.

Зачем люди идут в Интернет? Это общение, социальные сети, отправка почты, поиск знаний, в том числе для саморазвития, потребность самореализации, он-лайн покупки, всевозможные новости, музыка, видео, аудио, скачивание, поиск, просмотр и он-лайн игры. Забегая вперед, хочу сказать, что Россия относится к числу стран с сильно выраженной потребностью в социальном общении, для нас Интернет — это не только поиск информации, не только способ связи, это возможность поддерживать контакт с друзьями, коллегами и знакомыми.

Возьмем ряд европейских стран, например, Францию, Германию. Та же самая потребность в коммуникациях развита гораздо ниже, чем у нас или поляков. Мы очень много времени тратим на общение в сетях. Интересно количество друзей у человека, который завел свой аккаунт в Одноклассниках, в Контакте или на Фейсбуке - 164. В среднем по миру — 120. А если мы возьмем молодые возрастные группы, это количество достигает почти 300 виртуальных друзей. Но мы здесь далеко не первые. В Польше или Аргентине еще больше виртуальных друзей.

Кратко коснусь еще одного исследования. Оно связано с попыткой понять, как люди оценивают каналы массовой коммуникации в свете рекламы. Вот эти данные. Оказывается, россияне вовсе не плохо относятся к рекламе по сравнению с другими странами. Это мы, это итальянцы, это положительные оценки роли рекламы в обществе. Как вы видите, в других страны население выступает гораздо более критично.

Реклама — польза или вред? И итальянцы, и россияне чаще говорят, что реклама помогает получить полезную информацию о товарах, хотя в то же время значительно больше россиян говорит о том, что реклама заставляет использовать то, что не нужно.

В большинстве стран люди признают, что реклама раздражает, от нее устаешь, хорошо бы ее контролировать. Обращает на себя внимание мнение немцев и англичан, которые считают, что рекламу нужно жестко контролировать со стороны государства. И практически никто не говорит, что реклама противоречит каким-то личностным ценностям.

Во всех странах телевидение — это рекламная коммуникация №1.

И последнее, о чем мне хотелось остановиться по этому исследованию, — доверие к каналам рекламной коммуникации. Несмотря на то, что телевидение — канал №1, но телевидение вместе со всплывающими окнами в Интернете меньше всего вызывает доверие в отличие, например, от корпоративных сайтов в Интернете. Это что касается россиян, но подобная тенденция и в мире.

А теперь я вернусь к вопросу, можно ли использовать он-лайн исследования сейчас в России? В структуре нашей панели он-лайн сильный перекоп в сторону более молодых возрастов и образованных людей. То же самое по позициям «стаж в Интернете» и «частота использования». Конечно, в access-панель приходят прежде всего, продвинутые пользователи Интернета, которые проводят в нем довольно много времени. Иными словами, использовать он-лайн опросы для измерения медиапотребления в общем-то нельзя.

По результатам он-лайн опроса получается, что с возрастом количество людей, активно пользующихся Интернетом, возрастает, а

офф-лайн опрос показывает обратное: самые активные пользователи Интернета — молодые люди.

Что из этого следует? Что применение он-лайн анкетирования возможно только в частных случаях, когда мы должны использовать какие-то сложные методики, при этом у нас мало времени, сжатые сроки, когда нас интересует узкая целевая группа и на изучаемый предмет активность человека в Интернете не влияет.

В этих случаях мы всячески рекомендуем использовать он-лайн, используем его и получаем удовлетворительные результаты. Если мы правильно строим дизайн выборки в нашей он-лайн панели, если мы контролируем те параметры, которые могут оказывать влияние на изучаемый предмет, то мы можем говорить о том, что имеем новый, современный метод получения информации, который доступен уже сейчас и который в дальнейшем будет только развиваться, потому что все предпосылки существуют. Спасибо.

Вопрос. Каков респонсрейт в панели?

Ответ. Примерно в 2–3 раза выше, чем в традиционных методах. Он сильно зависит от группы, может достигать 70.

Вопрос. В какой период?

Ответ. Мы считаем, что в течение двух недель поле должно быть закончено. Если это выборка из 500 человек, то закончено за 2–3 дня.

С точки зрения телефонных опросов за 15 лет респонсрейт упал в 3 раза. И если раньше респонсрейт казался нам очень низким, теперь мы радуемся, что такой есть.

Вопрос. Оплачивается?

Ответ. Да. Но вознаграждение очень небольшое, символическое. Есть еще одно условие: человек не получает деньги сразу, за заполненную анкету, он должен какое-то время поучаствовать и только тогда ему перечислят определенную сумму.

Вопрос. А сколько времени человек в среднем «живет» в панели?

Ответ. Поскольку все это для нас достаточно новое, большинство организаций, этим занимающихся, занимаются не больше 2–3-х лет, поэтому можно сказать, что 2–3 года живут. Этим людям надо постоянно дергать за ниточки, чтобы они не перестали участвовать.

Вопрос. Но вы же не можете держать их бесконечно. В конце концов респондент становится профессионалом.

Ответ. Этот вопрос задают чаще всего. А как вы проверите, что мужчина, который заполнил анкету, действительно мужчина 50 лет, а не женщина 20 лет?

Вопрос. Я не это имею в виду, я о накоплении респондентом знаний.

Ответ. Для этого существует ротация. Человек не может участвовать в опросах раньше истечения определенного времени. Например, если он участвовал на этой неделе, ему никто запрос не пошлет. Более того, если на этой неделе он отвечал про автомобили, в течение полугода его никто про автомобили спрашивать не будет.

У меня есть очень интересный опыт. Я пробовала задавать открытые вопросы он-лайн. Сначала это казалось абсурдом. Например, напишите, какие бренды вы знаете. Самое удивительное, что люди отвечают, что это работает. Конечно, в этом случае мы нарушаем всю идею access-панели, потому что второй раз мы к нему в этом

исследовании не обращаемся — он уже ответил один раз на открытые вопросы. Тем не менее, можно придумать много методик, это решает проблему при сложной ротации, большом количестве, как с теми же рекламными текстами, когда можно показывать ролики, — то, что мы не можем себе позволить, отправляя интервьюера по квартирам.

Хотя, наши коллеги из Эстонии много лет назад рассказывали, что проблемы нет. У них задействованы 20 интервьюеров с ноутбуками, они собирают интервью по Эстонии. Все прекрасно. Представьте себе Россию. Во-первых, 20 интервьюеров ничего не решат. Во-вторых, где уверенность, что интервьюер с ноутбуком вернется?

Вопрос. Вы работаете на русских целевых группах, а репрезентативные выборки не делаете?

Ответ. Этим мы отличаемся от иностранцев: они могут поставить знак равенства между пользователями Интернета и населением, а мы нет.

А. А. Ольга Николаевна Каменчук, ВЦИОМ, сейчас расскажет о международных конфликтах, тоже очень интересная и захватывающая тема.

Ольга Николаевна Каменчук, директор по коммуникациям ВЦИОМ

Мне бы хотелось коснуться не столько методологической или социологической тематики, сколько применения данных социологических международных исследований в изучении международных отношений, применения социологии в других социально-политических дисциплинах, в частности в международной конфликтологии и в переговорных процессах.

Мне близки позиции структурных реалистов. Учитывая, что в настоящий момент я использую социологические данные, поскольку структурные реалисты игнорируют негосударственных авторов в международных отношениях и вообще достаточно скептически относятся к человеку как к объекту исследования. Тем не менее, они используют эти возможности при изучении той или иной международной проблематики. В частности при изучении общественного мнения. Внутривнутриполитическая ситуация и экономика так или иначе влияют на социально-демографические характеристики, и общественное мнение, безусловно, здесь играет немаловажную роль.

Когда речь заходит об общественном мнении, классики международной конфликтологии и переговорного процесса говорят об анализе ограничений в процессе переговоров. Какие потенциальные ограничения может накладывать общественное мнение на переговорный процесс? Кроме того, они изучают «пробные шары» или «мыльные пузыри» — баблз, которые используются в медиаполе для поддержки или нейтрализации той или иной позиции. В этом смысле международники, конечно, вспоминают о людях, обращаются к общественному мнению и изучают его. Приведу пример. Курильская проблематика с точки зрения японцев: одно неосторожное слово, и ситуация будет рассматриваться иначе, что может стоить правящему кабинету его позиции. Обращусь к тому, что говорил Задорин об информационном факторе медиаполя и его влиянии на общественное мнение. Безусловно, оно может оказаться достаточно серьезным дестабилизирующим фактором.

Теперь об исследованиях, которые мы проводим и проводили, я говорю о серии межстрановых исследований. ВЦИОМ их проводил вместе с нашими коллегами из Украины, «Research and Branding Group», а мы проводили исследования в России и в Грузии по сравнительному

инструментария и общенациональным репрезентативным выборкам. За последние 6 лет было проведено несколько серий исследований. Кроме того, есть серия контент-анализов. Было проанализировано более 700 материалов российских и зарубежных СМИ.

Если мы исходим из постсоветского пространства, особенно его российской составляющей, нужно признать, что общественным мнением манипулировать совсем не сложно. Люди получают информацию о внешнеполитической деятельности не из личного опыта, а через призму СМИ, и как им это подается, во многом влияет на их позицию. Мы это видели в ходе российско-украинского газового конфликта. Известно, что проблемы с поставками газа существовали и до «оранжевого кабинета», однако акцентировать особое внимание на них стали именно в тот период, что и вызвало бурную реакцию в российском обществе. Это же касается проблемы непризнанных государств, когда мы видели, как на 180° менялась оценка российским обществом непризнанных государств. Если в марте 2008 г., до кавказской войны, большинство населения считало, что к процессу признания государства нужно подходить выборочно: какие-то признавать, какие-то нет, способствовать интеграции этих непризнанных территорий в материнские республики, — то после войны ситуация обострилась. И опять СМИ, российские и не только, безусловно, сформировали эту жесткую позицию: около 80% респондентов склонялись к тому, что нужно поддержать независимость Южной Осетии от Грузии.

Конечно, исследователи международных отношений в настоящий момент используют социологию достаточно активно в своих исследованиях, интересуются общественным мнением, особенно, что касается переговорного процесса. В российских реалиях применение этих методик и этой информации по-прежнему носит скорее информативный характер, но позволяет анализировать работу вспомогательных

информационных служб по работе с общественным мнением в период переговорного процесса. Иначе говоря, общество у нас скорее объект, а не субъект, и у переговорщиков руки развязаны.

Вот, вкратце применение данных на другом, отличном, поле, но поскольку мы представляем МГИМО, поговорили и о международных отношениях.

Салагаев Александр Леонидович, директор Центра аналитических исследований и разработок, Казань

Я хотел бы рассказать об опыте криминологических международных сравнительных исследований. Почему я, социолог, стал заниматься этим видом исследований? Все российские криминологи — правоведы уголовной направленности, у них за спиной юрфаки, но они не владеют методами социологических исследований. Западная криминология складывалась по-другому. Она идет от Чикагской школы, Дюркгейма, у них криминология считается социологической дисциплиной, у нас — уголовно-правовой, поэтому наши криминологи не могут найти общий язык с западными коллегами, а социологи точки соприкосновения находят.

Я расскажу о трех исследованиях, в которых участвовал. Это исследования Евростата (я корреспондент Евростата в России по разделу преступности). На первом этапе мы сравнивали состав преступлений. Это чисто логическая работа, причем в качестве экспертов использовали юристов. Например, в разных странах под убийством понимается разный состав преступления: где-то эвтаназия включается, где-то нет, где-то нанесение тяжких телесных повреждений входит в убийство, где-то не входит. Чтобы выровнять эти показатели, нужен их сравнительный анализ. Это большая работа; мы опубликовали сборник, в котором прописаны

составы преступлений и их названия. Например, у нас грабеж и разбой это разные вещи, а в США и Великобритании — робберы, не различают разбой и грабеж. Харассмент - у нас этого состава нет. Во многих странах кражи велосипедов выделены специально, у нас такого нет.

Но статистика не показывает полные данные, есть латентная преступность, и она статистикой не выявляется. Латентность по изнасилованиям достигает 60%, по кражам — 30%. Везде показатели разные, но в России самые высокие по Европе.

Для того чтобы получить объективные данные, используются еще два метода. Первый: респонденты регистрируют те правонарушения, которые они совершили в течение года, в основном он используется при опросе подростков. Мы проводили такой опрос по европейской части России — Москва, Казань, Удмуртия, малые и средние города в Оренбургской и Кировской областях. Было опрошено 4 тысячи человек. Мы сразу предупредили, что охватить всю Россию не сможем, только европейскую часть, по ней и была сделана выборка.

Второй метод — это виктимологический опрос. Население опрашивают сплошным методом о жертвах преступления. Таким опросам предшествует очень сложная подготовка инструментария. В Вене методика была описана на 500 страницах, описан каждый вопрос, дана подробная инструкция. Мы сидели, согласовывали. Вообще, опыт международных исследований очень полезен для российских исследователей, поскольку тот, кто не участвовал в международных сравнительных исследованиях, совершенно не представляет, что их данные западными исследователями не приемлют, они не понимают тонкостей западных исследований и не могут наравне участвовать в обсуждении выводов в международном социологическом сообществе. Спасибо.