

### **Круглий стіл «Достовірність соціологічного знання: теоретико-методологічний, емпіричний та дискурсивний аспекти»**

21–22 жовтня 2022 року в Інституті соціології Національної академії наук України проходив круглий стіл під назвою «Достовірність соціологічного знання: теоретико-методологічний, емпіричний та дискурсивний аспекти». Захід був присвячений пам'яті В.М. Ворони, академіка НАН України, директора Інституту соціології з 1992 до 2021 року, лауреата Державної премії в галузі науки і техніки. Подія відбулася в онлайн-режимі. Обговорювалися такі питання: а) теоретичні засади, методологічні принципи та емпіричні критерії достовірності; б) підходи до оцінювання достовірності та застосовувані інструменти; в) чинники, що впливають на достовірність даних дослідження; г) проблеми достовірності даних та обґрунтованості висновків у кількісних та якісних дослідженнях; д) виклики для масових соціологічних опитувань в Україні в умовах війни та ін. Було заслухано та переглянуто близько 15 доповідей і презентацій. Учасники круглого столу представляли низку організацій та установ: Інститут соціології НАН України, Київський міжнародний інститут соціології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Національний університет «Кієво-Могилянська академія», Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Національний університет «Одеська політехніка», Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького, Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України, соціологічну службу Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, Університет Масарика (Чеська Республіка) та незалежну соціологічну спільноту «Extreme Scan». Модерували захід Ольга Максименко (Інститут соціології НАН України), Олена Князева (соціологічний інформаційно-дослідницький центр «Пульс») та Максим Касянчук (Євразійська коаліція зі здоров'я, прав, гендерного та сексуального різноманіття). Технічну підтримку забезпечував заступник директора Інституту соціології Сергій Дембіцький. Виступи більшості учасників супроводжувалися запитаннями, коментарями та дискусією. Частина виступів подано далі.

#### **ОЛЬГА МАКСИМЕНКО (модератор),**

*магістр психології, провідний соціолог відділу методології та методів соціології Інституту соціології НАН України (вул. Шовковична, 12, Київ, 01021)*

---

*Цитування:* Круглий стіл «Достовірність соціологічного знання: теоретико-методологічний, емпіричний та дискурсивний аспекти» (2023). *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 1, 176–214.

## **OL'HA MAKSYMENKO (moderator),**

*MA in Psychology, leading sociologist at the Department of Methodology and Methods of Sociology, Institute of Sociology, National Academy of Sciences of Ukraine (12 Shovkovychna St., Kyiv, 01021)*

*olga.maksimenko.65@gmail.com*

*<https://orcid.org/0000-0003-2804-2790>*

### **Вступне слово**

Шановні колеги та любі читачі часопису «Соціологія: теорія, методи, маркетинг»! До вашої уваги виступи десяти учасників круглого столу, на якому висвітлювалися питання достовірності соціологічного знання та її окремих аспектів. Захід, що його zorganizував відділ методології та методів соціології Інституту соціології Національної академії наук України, проходив 21–22 жовтня 2022 року в онлайн-овому форматі.

Передовсім варто наголосити, що круглий стіл було присвячено пам'яті Валерія Михайловича Ворони — академіка НАН України, директора Інституту соціології впродовж трьох десятиліть (з 1992 до 2021 року) та лауреата Державної премії в галузі науки і техніки. Цієї нагороди Валерій Михайлович (разом з іншими працівниками інституту — Євгеном Головахою, Наталією Паніною, Миколою Шульгою, Сергієм Макеєвим, Оленою Злобіною, Наталією Костенко, Миколою Чуриловим, Олександром Вишняком та Юрієм Саєнком) був удостоєний за роботу «Вимірювання соціальних змін в українському суспільстві. Соціологічний моніторинг». Задум цього масштабного проекту, за словами Валерія Михайловича, полягав у тому, щоби мати вичерпну й об'єктивну картину українського суспільства та відстежувати її динаміку. Об'єктивність же, як відомо, є однією із ключових вимог до якості інформації, зокрема соціологічної, та підґрунтям її достовірності.

Український соціолог, професор Київського національного університету імені Тараса Шевченка Володимир Волович тлумачив об'єктивність як визначальну характеристику інформації, що передбачає віддзеркалення справжніх властивостей та зв'язків об'єкта, його сутності. А достовірність він розглядав у парі із протилежною їй категорією імовірності. На думку В. Воловича, окреме висловлювання, концепцію чи теорію можна вважати достовірними, якщо є достатні підстави стверджувати, що їхня істинність остаточно встановлена. Таке знання не потребує доведень. Натомість імовірне знання потребує подальших доведень, оскільки є сумнівним щодо його істинності.

За такого підходу достовірність асоціюється з обґрунтованістю, доказовістю, беззаперечністю знання та довірою до нього. Звернімося до етимології слова «достовірний» — це «достойний (тобто гідний) віри». Цікаво, що його німецький відповідник (*gläubwürdig*) дослівно перекладається так само, тоді як англійський (*trustworthy*) — як «вартий довіри». Утім, у повсякденному житті не все те, що є достовірним (і обґрунтованим), вселяє довіру, і не все те, чому довіряють, є достовірним.

Наукове знання (як і науковці) далеко не завжди викликають інтерес з боку широкої публіки, іноді навіть навпаки — «програють у боротьбі за людські уми й серця», як свого часу підкреслила Наталя Отрищенко, лауреатка конкурсу «Кращий молодий соціолог року». Однією з причин такого становища дослідника вважає

вплив засобів масової інформації та соціальних мереж, котрі радше продукують і поширюють розважальний або провокативний контент, ніж спонукають до роздумів і змістовних дискусій.

Звісно, не слід забувати й про цілеспрямовані дезінформаційні кампанії, які ведуться на замовлення конкретних політичних сил чи груп інтересів. Про це писала американська дослідниця-кліматолог та громадська діячка Наомі Орескес у книгах «Торгівці сумнівами» («Merchants of doubt») та «Чому довіряти науці?» («Why trust science?»).

Тож перед нинішніми науковцями, зокрема соціологами, постає доволі складне завдання: не тільки професійно, з дотриманням усіх організаційних, методологічних і методичних вимог провести дослідження, зібрати, обробити та проаналізувати дані, а й належним чином донести результати своєї роботи до широкої публіки. Додає цьому завданню складності ще й сама природа інформації, яку ми одержуємо, досліджуючи те чи те суспільне явище, — суб'єктивні думки чи оцінки респондентів, котрі можуть бути упередженими або нещирими.

Повертаючись до тлумачення поняття «достовірність», варто згадати твердження учасника нашого круглого столу, професора Національного університету «Києво-Могилянська академія» Володимира Паніотто про те, що достовірність результату дослідження залежить від «якості первинної емпіричної інформації та якості методів її аналізу». У цьому разі достовірність знання є результативним показником, який вказує на обґрунтованість кожного етапу дослідження та кроків, здійснюваних у його межах.

Якість соціологічної інформації, а також репрезентативність даних були наскрізними темами, котрі обговорювалися на круглому столі під назвою «Вибіркові соціологічні дослідження в Україні: історія та сучасні проблеми». Цей захід відбувся в Інституті соціології НАНУ у липні 2017 року — з нагоди ювілею Миколи Чурилова, провідного наукового співробітника Інституту та тодішнього генерального директора компанії «Тейлор Нельсон Софрез Україна». Нинішній жовтневий круглий стіл став своєрідним продовженням того заходу і пройшов у вельми творчій та продуктивній атмосфері.

Висловлюємо вдячність усім, хто долучився до роботи нашого круглого столу, присвяченого проблемам достовірності соціологічного знання, — як доповідач, як гість або як автор чи співавтор тез виступів.

*Тези доповідей учасників круглого столу*

## **АНДРІЙ ГОРБАЧИК,**

*кандидат фізико-математичних наук, професор кафедри методології та методів соціологічних досліджень факультету соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка; провідний науковий співробітник відділу соціально-політичних процесів Інституту соціології НАН України*

### ***Можливі підходи до вимірювання достовірності результатів емпіричного соціального дослідження та відповідні інструменти***

Я маю на меті говорити про те, яким, на мою думку, має (або ж може бути) зміст властивості під назвою «достовірність» та якими, відповідно, є (або можуть бути)

підходи й інструменти для вимірювання та оцінювання достовірності результатів емпіричних соціологічних досліджень.

Я фокусуватимуся саме на достовірності результатів соціологічних досліджень, передовсім емпіричних, і зараз спробую пояснити, чому. Коли ми говоримо про «достовірність знання», то це, на мою думку, стосується радше філософської тематики. Звісно, є галузі під назвою «соціологія знання» чи «соціологія соціології», але ми зазвичай, коли розглядаємо методологічні питання, ведемо мову про певне дослідження, про характеристики цього дослідження та про характеристики отриманих результатів.

Ми спираємося на те, що знання (зокрема соціологічне) є продуктом дослідження (а можливо, й кумулятивним продуктом багатьох досліджень). Достовірне знання є продуктом тих досліджень, які мають певні якості. Зокрема, ми говоримо про дослідження *валідні, надійні, відтворювані, адекватні реальності* (тобто такі, що здійснюють адекватний опис, пояснення чи прогнозування реальності), про *узгоджені з раніше проведеними дослідженнями* (себто про такі, чії результати можуть бути додані до вже нагромадженого теоретично обґрунтованого знання). Отже, ми можемо масштабувати властивість достовірності та припустити, що достовірне знання є продуктом достовірних досліджень.

У цьому контексті ми говоримо про валідність тому, що одним із можливих варіантів перекладу терміна «достовірність» англійською є саме «validity». Тому цілком природно виникає питання про те, чи справді достовірність є певною властивістю знання (дослідження, методу, процесу та результату вимірювання, емпіричних даних тощо), чи ми маємо справу суто зі зміною в термінології, пов'язаною з відмовою від терміна «валідність» як кальки з англійської.

Ми здебільшого говоримо про «валідність вимірювання», «валідність методу» або «валідність дослідження». Тож яким має бути валідне емпіричне дослідження, в чому його особливість?

Дослідження — це процес, різновид діяльності людей. Певна якість результату діяльності (йдеться про будь-яку якість, зокрема валідність та достовірність) забезпечується якістю самого процесу. Високої якості дослідження дає високої якості результати, тобто високої якості емпіричні дані, а також опис, пояснення, прогнози та висновки. Інакше кажучи, для поставленого адекватно реальності завдання коректно застосовані й адекватні цьому завданню методи дають високої якості результат. Щоб одержати такий результат, дослідник має відповідно до мети дослідження здійснити такі кроки:

- на обґрунтованих теоретичних засадах сформулювати дослідницьке питання стосовно певного фрагмента соціальної реальності;
- виокремити необхідні для формалізації дослідницького питання поняття, виконати для цих понять концептуалізацію (теоретичний вимір) та операціоналізацію (емпіричний вимір, що завершується переходом до змінних);
- у разі необхідності сформулювати в термінах змінних гіпотези — як певну формалізацію дослідницького питання, як можливі варіанти відповіді на поставлене дослідницьке питання;
- з огляду як на внутрішню, так і на зовнішню валідність розробити дизайн дослідження;

- обрати відповідний метод та зібрати емпіричні дані;
- обрати методи аналізу даних та зробити на підставі зібраних даних необхідні для розв'язуваного завдання опис, пояснення та прогноз;
- виконати перевірку сформульованих гіпотез та зробити висновок стосовно них;
- сформулювати валідні (адекватні теорії, на якій ґрунтується дослідження) та надійні (такі, що за необхідності можуть бути відтворені іншим дослідницьким колективом) висновки з проведеного аналізу.

Для встановлення відповідності теорії/моделі емпіричним даним (тобто реальності, що ми її маємо в результатах власних спостережень) застосовуються процедури математичної статистики та вибіркового методу. Репрезентативність, котра є одним із ключових понять вибіркового методу, може в такому контексті розглядатися також у світлі валідності. Репрезентативність — це властивість вибірки представляти певні (що цікавлять дослідника, що є предметом дослідження) параметри генеральної сукупності. Ми говоримо про «нерепрезентативну» вибірку тоді, коли не можемо оцінити її репрезентативність. У такому разі ми просто не можемо говорити про довіру до одержаних даних та до результату дослідження. Утім, у межах систематичного застосування вибіркового методу, на мій погляд, краще говорити про «низьку» чи «недостатню» репрезентативність.

Висновки, отримані на вибіркових даних, що недостатньо репрезентують генеральну сукупність, не можуть бути «достойними» довіри, тобто не є достатньою мірою достовірними. Отже, ми можемо наводити аргументи на користь високої достовірності тоді, коли маємо відповідний рівень довірчої ймовірності або значущості для висновку. Інакше кажучи, для певного класу завдань ми можемо вважати статистику достатньою (хоч і не необхідною) умовою обґрунтування достовірності (йдеться про достовірність як достатньо обґрунтовану відповідність реальності). Утім, це стосується кількісних, а не якісних досліджень, для яких критерії валідності не базуються на статистиці. Для якісних досліджень передбачено інші підходи до оцінювання валідності.

І, звісно, потрібно розуміти, що валідність обов'язково ґрунтується на теоретичних засадах дослідження. Тому вона тісно пов'язана з теоретичними уявленнями дослідника. Можна стверджувати, що «валідність» стосується співвідношення методів та цілей конкретного дослідження, а не просто якоїсь універсальної чи стандартизованої процедури. Валідність у широкому розумінні стосується зв'язку між розглянутим у дослідженні й тим, що виходить за межі розглянутого, є зовнішнім щодо самого дослідження, є для дослідника тією реальністю, яка, власне, вивчається.

Отже, як перший крок до вимірювання достовірності, на мою думку, доцільно розглядати цю властивість (тобто «достовірність») у просторі двох вимірів — валідності та надійності. Висока достовірність — це висока валідність та надійність водночас.

## МИКОЛА ЧУРИЛОВ,

доктор соціологічних наук, провідний науковий співробітник відділу методології та методів соціології Інституту соціології НАН України

### *Достовірність інформації та її найпростіша структура*

Достовірність соціологічної інформації — це властивість інформації бути правильно сприйнятою дослідником під час її збирання. Зумовлюється такими чинниками:

- зазначенням (і для дослідника, і для респондента) точного часу, коли відбулася обговорювана подія;
- джерелами, звідки респондент отримав інформацію, що цікавить дослідника;
- наскільки правильно опитувані сприймають інформацію, про яку йдеться в дослідженні, та наскільки точно її передають;
- надійністю самої методики для «зняття» соціологічної інформації.

Однією з характеристик достовірності соціологічної інформації є її досяжність. Варто зауважити, що проблема досяжності ніколи не була предметом спеціального аналізу — автори, котрі описують процес збирання інформації в соціальних дослідженнях, не приділяють окремої уваги цьому аспекту. В межах пропонованого матеріалу досяжність інформації обговорюватиметься з огляду на особливості формування вибірки. Розглянемо кілька різновидів цього процесу.

Почнемо з опису процесу формування випадкової вибірки. Загальновідомо, що між теоретично розрахованою вибіркою (вибірковою сукупністю, яку розробляє дослідник до початку польового етапу дослідження) та реальною вибіркою (вибірковою сукупністю, яка реалізується інтерв'юерами в процесі збирання інформації) існує суттєва відмінність. Це пояснюється тим, що частина респондентів виявляється недосяжною з низки причин, що можуть мати як об'єктивний, так і суб'єктивний характер. До суб'єктивних причин належать ті, котрі повністю залежать від учасників процесу спілкування — респондента та інтерв'юера:

- немотивована відмова респондента від опитування;
- невміння дослідника заохотити респондента до участі в опитуванні;
- стан респондента перед початком опитування;
- низька виконавська дисципліна інтерв'юера, що виявляється в небажанні вдруге чи втретє відвідати респондента, який не зміг пройти опитування вперше (або зателефонувати цій людині). Перелік таких причин можна продовжити.

Утім, існують і об'єктивні причини недосяжності респондентів. До них належать:

- відсутність респондента в період опитування (через зайнятість на роботі, відрадження, хворобу, відпустку тощо);
- помилки в адресах респондентів — відсутність вулиці (або будинку чи квартири), які мали бути зазначені в завданні для інтерв'юера, або ж неправильно зазначена адреса, відсутність конкретного респондента за вказаною адресою тощо;
- відсутність когось у помешканні в момент відвідування інтерв'юером.

Донедавна в масових дослідженнях, де застосовувався випадковий добір респондентів (за умови, що пошук потенційних учасників опитування не вимагав від інтерв'юера особливих зусиль), досяжність (або *response rate*) зазвичай становила не більш як 65–70% (у разі трикратного відвідування респондента інтерв'юером). Це



означало, що лише близько двох третин було опитано відповідно до розроблених дослідниками схем пошуку та відбору респондентів, а решта (30–35%) були залучені в дослідження за схемами, відмінними від початкових.

Ступінь досяжності в очних (*face-to-face*) опитуваннях має розглядатися і як сезонне явище. Не завжди він залишається тим самим. Улітку, наприклад, ступінь досяжності різко знижується, тоді як у період з пізньої осені до ранньої весни (якщо інші обставини не змінюються) сягає максимуму (65–70%), а навесні й восени знову дещо знижується. Це пов'язане з сезонною міграцією основних груп населення: літо — період відпусток, осінь і весна — виїзд міського населення на присадибні ділянки чи дачі та участь сільського населення в сільськогосподарських роботах. Зважаючи на цей нюанс, дослідники, а також (і особливо) замовники дослідження мають усвідомлювати ризик, на який вони йдуть, коли вирішують провести дослідження, скажімо, в літні місяці.

Що стосується недосяжності в заочних опитуваннях, то вона спричинена переважно відсутністю телефонів у респондентів, котрі належать до необхідної для опитування групи.

Утім, щойно описана ситуація з досяжністю респондентів залишалася досить стабільною доти, поки у великих містах нашої країни не почали масово встановлювати кодові замки на дверях під'їздів або ж у самих під'їздах не почали чергувати консьєржі. Сьогодні цей показник (для більшості досліджень) коливається в діапазоні 35–40%. Що ж мають робити дослідники, щоби підвищити досяжність респондентів у масових опитуваннях?

По-перше, збільшити кількість обов'язкових відвідувань інтерв'юерами адрес, зазначених у схемі відбору. Зрозуміло, що такий захід передбачає підвищення оплати роботи інтерв'юерів і, відповідно, призводить до здорожчання самого дослідження. Однак миритися з низьким рівнем досяжності у масових опитуваннях навряд чи припустимо.

По-друге, формувати у великих містах країни бази адрес на підставі ЖЕКів (ОСББ), поштових відділень, виборчих дільниць або ж у якийсь інший спосіб. До недавня джерелом такої інформації слугувала телефонна база адрес. Її можна було пов'язати із базою адрес, сформованою дослідниками. Це було доволі ефективно, якщо взяти до уваги, що рівень телефонізації, особливо у великих містах, був достатньо високим. Проте сьогодні телефонні бази фактично припинили своє існування.

На наш погляд, існує ще один метод підвищення досяжності в масових опитуваннях — проведення цих опитувань із застосуванням панелей. Цей спосіб має як певні переваги, так і недоліки. Тому дослідники мають розглядати цю пропозицію в індивідуальному порядку.

Якщо для масових опитувань досяжність є доволі низькою, але все одно сягає 30–35% і більше, то для опитувань експертів чи досліджень у царині бізнесу вона зазвичай не перевищує 5–8%. Причому в деяких випадках ця цифра може бути ще нижчою. Передовсім це зумовлено тим, що наші інтерв'юери намагаються опитати так звані елітні групи — представників ділової, наукової, політичної еліти тощо. Здебільшого респонденти з цих категорій надзвичайно зайняті, неохоче контактують з інтерв'юерами; крім того, до них важко дістатися, оскільки вони мешкають в елітних будинках та заміських кварталах, а їхніх адрес і телефонів немає в довідни-

ках. Усе це ускладнює контакти з елітою та з експертами вищого рівня, роблячи їх важкодоступними для дослідження.

Коли ж виконується дослідження важкодоступних груп респондентів із груп ризику, то використовують дещо інші підходи до відбору й опитування потенційних учасників. У низці європейських країн, окрім традиційних методів (як-от «снігова куля» для пошуку респондентів або ж опитування респондентів у місцях їхнього традиційного перебування), застосовується й інша методика. Вона полягає в тому, що до початку масових досліджень серед груп ризику провадиться підготовча робота з пошуку та підготовки інтерв'юєрів з того середовища, котре планують вивчати. Як показує практика, у такий спосіб удається опитати 30–40% від усього числа респондентів, що долучилися до дослідження.

Хотілося би відповісти на одне доволі просте запитання: «Для чого взагалі потрібно обчислювати досяжність у дослідженні?». Коли йдеться про випадкові вибірки, то відповідь уже дана вище — щоб оцінити обсяг теоретично розрахованої вибірки<sup>1</sup>, за яким і визначають випадкову похибку вибірки. У разі спрямованих (невипадкових) вибірок досяжність указує на ефективність обраної стратегії пошуку респондентів для опитування. Якщо досяжність низька, то це означає, що стратегія пошуку респондентів була обрана чи сформульована неправильно і наступного разу її потрібно переглянути. Іншого пояснення для цього ми не бачимо.

На нашу думку, потрібно зробити ще одне зауваження стосовно обсягу вибіркової сукупності для спрямованих вибірок. Вони здебільшого не є репрезентативними — особливо ті, що застосовуються в маркетингових дослідженнях<sup>2</sup>, оскільки нічого не відомо про генеральну сукупність (точніше, немає статистичного опису об'єкта дослідження). Дослідник будує стратегію вибірки, керуючись методом основного масиву або ж міркуючи на кшталт «Мені так здається», «Це найдоцільніше», «Досвід мені підказує» тощо. Визначаючи обсяг вибіркової сукупності, дослідник спирається на те, щоби масиви та підмасиви, які він аналізуватиме, були статистично наповненими. Похибки вибірки (ані випадкові, ані спрямовані) у такому разі не обчислюються.

Наприкінці хотілося б зауважити ось що. Не надто досвідчені дослідники іноді намагаються поєднати непоєднане: схеми випадкового добору респондентів (або підприємств) зі схемами квотного добору цих об'єктів. Спираючись на власний дослідницький досвід, ми можемо сказати, що досяжність у таких опитуваннях становитиме вже не відсотки, а лише часточки відсотків.

---

1 Якщо до початку дослідження не оцінювали дизайн-ефект та досяжність у процесі опитування.

2 У маркетингових дослідженнях найчастіше вивчаються погляди, цінності та установки споживачів певних товарів та послуг.



## ОЛЬГА МАКСИМЕНКО,

магістр психології, провідний соціолог відділу методології та методів соціології Інституту соціології НАН України

### Критерії оцінювання достовірності кількісних та якісних досліджень<sup>1</sup>

Людина, імовірно, повірить в істинність того,  
чому віддає перевагу.

Френсіс Бекон, «Новий Органон»

Кількісні та якісні дослідження ґрунтуються на різних дослідницьких парадигмах, які віддзеркалюють науковий світогляд дослідника. Певна річ, методологія, методи та результати цих досліджень теж відрізняються. Тож щоб належним чином оцінити якість наукового дослідження, варто застосовувати одні критерії для кількісних методів, інші — для якісних<sup>2</sup>.

#### 1. Кількісне дослідження

Згідно із визначенням А. Браймана та Е. Бел, кількісне дослідження передбачає збирання числових даних і бачення зв'язку між теорією і дослідженням як дедуктивного, схильність дослідника до природничо-наукового підходу (особливо до позитивізму) та об'єктивістське розуміння соціальної реальності. Генерування даних зазвичай відбувається шляхом експериментів та опитувань, аналіз — за допомоги статистичних тестів (зокрема ANOVA).

Якість кількісного дослідження може бути оцінена на підставі: а) внутрішньої та б) зовнішньої валідності; в) надійності; г) об'єктивності.

Опис кожного із цих критеріїв подано далі.

##### А. Внутрішня валідність (*internal validity*).

Дослідження є внутрішньо валідним, якщо воно здатне встановити, чи існує причинний зв'язок між однією або більше незалежними змінними та однією або більше залежними змінними, тобто таке дослідження є пояснювальним. Дослідження є внутрішньо валідним, якщо в ньому якомога менше змінних, що втручаються (*confounding variables*), інакше кажучи — змінних, котрі впливають як на залежні, так і на незалежні змінні. Особливістю змінних, що втручаються, є те, що

1 Доповідь базується на перекладі статті під назвою «Достовірність дослідження», що її опублікувала викладачка Мюнхенської школи бізнесу Ева Штумпфегер. Докладніше див.: Stumpfegger, E. (2017, November 7). Trustworthiness of research. *Munich Business School Insights*. Retrieved from <https://www.munich-business-school.de/insights/en/2017/trustworthiness-of-research>

2 Підходи до оцінювання достовірності та вимоги до організації й проведення кількісних та якісних досліджень висвітлено, зокрема, у таких працях: Bryman, A., & Burgess, M. G. (2011). *Business research methods* (3rd ed.). Oxford, England: Oxford University Press; Campbell, D.T., & Stanley, J.C. (1963). *Experimental and quasi-experimental designs for research*. Boston, MA: Houghton Mifflin Company; Creswell, J.W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage; Denzin, N. (1970). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Chicago, IL: Aldine Publishing Company; Goertz, G., & Mahoney, J. (2012). *A tale of two cultures: Qualitative and quantitative research in the social sciences*. Princeton, NJ: Princeton University Press; Huit, W., Hummel, J., & Kaeck, D. (1999). *Internal and external validity: General issues*. Retrieved from <http://www.edpsycinteractive.org/topics/intro/valdgn.html>; Lincoln, Y.S., & Guba, E.G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Thousand Oaks, CA: Sage та ін.

дослідник не в змозі контролювати або усунути їхній вплив. Через це встановлена кореляція виявляється хибною, а результати — помилковими.

З одного боку, внутрішня валідність дослідження пов'язана з тим, наскільки добре воно підготовлене і проведене. Це стосується дизайну дослідження, операційних дефініцій, того, в який спосіб вимірюються змінні, що саме вимірюється, а що — не вимірюється. З іншого боку, внутрішня валідність визначає, наскільки впевнено можна судити про те, що зміна в залежній змінній була викликана винятково незалежною змінною, а не якимись сторонніми чинниками.

Д. Кемпбел та Дж. Стенлі у своїй вичерпній праці з експериментального та квазі-експериментального<sup>1</sup> дизайну окреслили та описали *вісім* загроз для внутрішньої валідності:

- історія (тло дослідження). Якщо дані збираються протягом тривалого періоду, то вони, найімовірніше, зазнаватимуть впливу якихось унікальних подій, що стануться за цей період в житті учасників дослідження (або вражень чи переживань, пов'язаних із цими подіями). Такі події чи переживання функціонуватимуть як додаткові, незаплановані, а отже — як незалежні змінні;
- ефект «дозрівання» вибірки (*maturation*). Зумовлюється тим, що з плином часу учасники дослідження стають більш (або, навпаки, менш) мотивованими. Звісно, це позначатиметься на внутрішній валідності;
- тестування методики (пілотажне дослідження). Дизайн кількісного дослідження часто передбачає попередню апробацію інструментарію (пробні тести). Внесення змін до цих тестів може призвести до «засмічення» результатів головного дослідження;
- інструментація (*instrumentation*). Зміна методів вимірювання (або формату, в якому вони використовувалися) справляє значний вплив на те, що вимірюється;
- статистична регресія. Виявляється тоді, коли учасники дослідження, яких відібрали на підставі крайніх показників (за результатами пробного тестування), у процесі експерименту продукують відповіді, наближені до середніх значень, а отже, й до розподілу генеральної сукупності;
- відбір — якщо склад учасників у контрольній та експериментальній групах відрізняється від того, що був на початку дослідження, результати будуть викривленими;
- відсів у процесі експерименту (так звана «смертність», або *experimental mortality*). Якщо в порівнюваних групах відбувається інтенсивний відплив учасників дослідження (або ж він неоднаковий у контрольній та експериментальній групах), то виникає питання, чи справді спостережувані відмінності є наслідком впливу незалежної змінної, чи вони радше спричинені високим (або ж різним) відсотком вибуття респондентів;
- взаємодія зазначених чинників із відбором учасників дослідження (*selection interactions*). Якщо метод відбору респондентів зазнає впливу однієї (або більше) з перелічених загроз, це теж призведе до викривлення результатів.

**Б. Зовнішня валідність (*external validity*).**

Зовнішня валідність дослідження описує його здатність до генералізації результатів, тобто їхнього поширення на інші ситуації чи групи людей. Загрожує зовніш-

1 Квазіекспериментальне дослідження — термін для позначення будь-якого дослідження, проведеного без повного контролю над незалежними змінними.

ній валідності невдалий вибір місця або часу проведення дослідження, а також помилки у відборі учасників.

Оскільки неможливо виконати дослідження з усім населенням (генеральною сукупністю), то вивчається підсукупність, або ж вибірка. Вибірка має репрезентувати все населення — щоб можна було робити певні висновки чи узагальнення.

Перший крок вибіркового дослідження — з'ясувати, що саме слугуватиме генеральною сукупністю. Це може бути населення всієї країни або певна соціальна група (професійна, вікова тощо). Потім із генеральної сукупності формують вибірку, виконують експеримент, а отримані результати екстраполюють на цю саму сукупність.

Підвищити зовнішню валідність можна шляхом повторення дослідження. Достатній обсяг вибірки залежить від мінімальної кількості учасників, потрібної для того, щоб зафіксувати статистично значущу відмінність. Що меншим є очікуваний ефект, то більшим має бути обсяг вибірки.

#### В. Надійність (*reliability*).

Стосовно кількісного дослідження надійність означає «повторюваність» (*repeatability*) або «узгодженість» (*consistency*). Її можна досягти, якщо вимірювання завжди даватиме той самий результат. Проблеми з надійністю часто виникають тоді, коли дослідник тяжіє до суб'єктивного підходу, який, утім, свідомо дозволяється в якісному дослідженні.

#### Г. Об'єктивність (*objectivity*).

Об'єктивність вимагає від дослідників бути дистанційованими від того, що вони вивчають, — щоб результати дослідження залежали від природи того, що вивчається, а не від особистості дослідника чи його переконань.

Ці чотири критерії можуть перекриватися в деяких моментах. Наприклад, якщо результати дослідження можуть поширюватися на генеральну сукупність, то його повторення має дати такі самі результати. Тобто це дослідження буде і зовнішньо валідним, і надійним.

## 2. Якісне дослідження

Вищенаведені критерії, які застосовуються для оцінювання кількісного дослідження, не є придатними для якісного. Останнє характеризується прийняттям множинних і суб'єктивних реальностей і спрямоване на глибинне розуміння досліджуваного феномену. Зрозуміло, що якісне дослідження не може відповідати тим вимогам, які ставляться до кількісного дослідження. Цю проблему спробували розв'язати І. Лінкольн та Е. Губа, розробивши набір альтернативних критеріїв, які дають змогу впевнитися в достовірності якісного дослідження. Таких критеріїв теж чотири: а) правдоподібність (замість внутрішньої валідності); б) переносуваність (замість зовнішньої валідності); в) надійність; г) підтверджуваність (замість об'єктивності). Як ми бачимо, кожен із них співвідноситься із відповідним критерієм оцінювання якості кількісного дослідження.

#### А. Правдоподібність (*credibility*).

Правдоподібність залежить від багатства (*richness*) даних (тобто їхньої змістовності й багатоманітності) та виконаного аналізу. Більшої правдоподібності в якісному дослідженні можна досягти за допомоги триангуляції, тоді як у кількісному дослідженні покладаються на вибірку, яка б адекватно репрезентувала населення.

Н. Дензин виокремив чотири типи триангуляції, які також можуть застосовуватися в поєднанні:

- триангуляція даних — використання різних джерел даних у межах одного дослідження;
- методологічна триангуляція — використання більш як одного методу. Можлива комбінація кількісних та якісних методів, проте з акцентом на останні;
- триангуляція дослідника (залучення кількох дослідників). Потрібна для того, щоби пом'якшити вплив одного конкретного дослідника на процес та результати дослідження;
- теоретична триангуляція — використання більш як однієї теорії для побудови концептуальної рамки дослідження.

#### **Б. Переносуваність (*transferability*).**

Переносуваність (або трансферабельність) співвідноситься із зовнішньою валідністю, тобто можливістю поширення результатів дослідження на інші, численніші групи людей або на населення країни загалом. Переносуваність забезпечується докладним описом дослідницького контексту та припущень, на яких ґрунтується дослідження (*underlying assumptions*). Завдяки цій інформації результати дослідження можна «перенести» на схожу ситуацію.

#### **В. Надійність (*dependability*).**

Надійність у кількісному дослідженні (*reliability*) означає те, що в разі відтворення експерименту буде одержано такі самі дані. Однак цього неможливо досягнути в якісному дослідженні. Тому для його оцінювання застосовують альтернативні критерії, як-от загальна зрозумілість, плавний потік аргументів та логічність. Узгодженим має бути як процес дослідження, так і його продукт, тобто результати.

Надійність в якісному дослідженні позначається терміном «*dependability*». Як видно, це іменник, утворений від прикметника «*dependable*». Своєю чергою, «*reliability*» утворений від прикметника «*reliable*». І «*reliable*», і «*dependable*» перекладаються українською словом «надійний». «*Reliable*» вживається стосовно людини, на яку можна покластися, джерел інформації, яким можна довіряти, чи машини, яка не підведе. Натомість «*dependable*» — тільки стосовно людини.

#### **Г. Підтверджуваність (*confirmability*).**

Для кількісного дослідження обов'язковою є загальна об'єктивність, натомість для якісного — нейтральність (неупередженість) дослідницьких інтерпретацій. Цього можна досягти шляхом так званого аудиту підтверджуваності (*confirmability audit*), який охоплює детальний аудит «сирих» даних, нотаток, зроблених у процесі дослідження та під час аналізу результатів, приміток дослідника, висновків тощо, а також інформації, яка стосується підготовчого етапу дослідження.

Підходи до конструювання вибірки в кількісному та якісному дослідженнях істотно різняться. Вибірki для якісного дослідження зазвичай невеликі за обсягом і формуються цілеспрямовано — щоби відібрати інформаційно багаті кейси для глибинного вивчення. Вибірki для кількісного дослідження значно більші, а добір респондентів здійснюється випадково.

Якісне дослідження потребує значно більше документації, ніж кількісне, щоб можна було судити про його достовірність. Натомість кількісне дослідження потребує більше зусиль на стадії дизайну.

Кількісні та якісні дослідження слугують різним цілям та по-різному здизайновані. Для оцінювання їхньої якості застосовують різні критерії, яких слід чітко дотримуватися.

## ЛЮБОВ БЕВЗЕНКО,

доктор соціологічних наук, провідний науковий співробітник відділу соціальної психології Інституту соціології НАН України

### *Соціологія та соціографія — проблема достовірності знання*

Питання про достовірність соціологічного знання може ставитися в різних курсах та в різних радіусах обговорення. Я вважаю за доцільне приділити увагу кільком положенням, що мають до цього стосунок.

*1. Соціологічне знання як наукове знання. Що ми вважаємо достовірним науковим знанням?*

Рефлексія щодо цього питання часто залишається поза увагою дисциплінарних науковців, оскільки це радше проблема філософії науки, а у нас, на жаль, спостерігається доволі легковажне ставлення до цього. Свого часу один з найвідоміших філософів науки С. Кримський коротко визначав її так: «Наука — це певна гра в здобуття знання, яка відбувається за певними правилами». Саме дотримання цих правил дозволяє нам назвати певне знання науково достовірним. Але питання, якими ж є ці правила, зовсім не просте. Початкові правила класичної науки неодноразово бралися під сумнів різними мислителями. Коли ми чуємо імена Т. Куна, І. Лакатоса, П. Фоерабенда, К. Попера, М. Поланьї чи Б. Латюра, а також про різні епістемологічні моделі, що з цими іменами пов'язані, то йдеться якраз про різні правила здобуття наукового знання, яке вважається достовірним саме в межах цих моделей. Це вже не про істину, а про культурні процеси, які, власне, і задають погляд на знання, збільшують або зменшують статус якогось із його різновидів. Відомо, що найвищого статусу наукове знання набуло лише в епоху Просвітництва й модерну, відтиснувши в статусній ієрархії знання релігійне, художнє, повсякденне і навіть філософське. Утім, найістотнішим тут (у контексті наших міркувань) є те, що повної об'єктивності та неупередженості в процесі наукового пізнання не варто очікувати. Соціальні та особистісні чинники суттєво на це впливають, і повністю позбутися цього впливу неможливо. Тому про достовірність ми можемо говорити саме з огляду на ці обмеження. Рефлексія стосовно соціального контуру (спільноти, стану суспільства, домінантного дискурсу, домінантної парадигми) та особистісного (особистісної історії входження в науку, капіталів за Бурдьє, які під час цього використовувалися) у цьому контексті є дуже важливою. Але це досить широкі контури розгляду. А от, скажімо, усвідомлення наявності свого об'єкта й предмета є першочерговим моментом для визначення галузі знання та головних завдань, що постають у тій царині перед науковцями.

*2. Як може ставитися і розв'язуватися питання достовірності знання в двох суміжних гілках соціального знання, якими є соціологія та соціографія?*

Це запитання є важливим для вітчизняної соціології, бо рефлексія стосовно цього у нас теж практично відсутня. І з цим пов'язані численні проблеми статусу та поваги до соціології в суспільстві, довіри саме до соціології. Відмінність між соціологією та соціографією легко показати на прикладі різниці між геологією та географією. Вони мають один об'єкт — це Гея, земля. Але предмети різні. Завданням географії є опис явищ, які спостерігаються на земній поверхні, а також опис різних форм рельєфу (як-от гори, рівнини, низовини) чи природних зон. Там є свої методи, але географія не шукає відповіді, чому це саме так. Внутрішню тектоніку земних проце-

сів, причини появи саме таких картинок, що ми зі школи бачимо на мапах, закони, що цим рухають, вивчає геологія. За аналогією можна сказати, що «Соціо», тобто суспільство, є спільним об'єктом для соціографії та соціології. Однак соціографія має радше описати наявну ситуацію, дати констатувальну інформацію, можливо, навіть показати динаміку певних змін, не вдаючись до пошуку тих закономірностей у соціальних процесах, що ці зміни продукують, та не маючи на меті прогнозування подальших змін. Як і географія, котру вивчають у школах, соціографія доступніша для сприйняття, її інформація може наочно оформлюватися та пропонуватися широкій аудиторії. Водночас соціологія (як і геологія) — це те, що набагато складніше і часто без значних спрощень не може сприйматися поза професійною спільнотою. Хоча в жодному разі не можна заперечувати важливість соціографічних даних для соціології — адже від них вона має відштовхуватися в пошуках глибинних закономірностей і на них має перевіряти свої теоретичні моделі. Але там, де закінчується робота соціографії, робота соціології тільки починається.

*3. Якими є місце й роль теоретичного знання в процесі здобуття достовірного соціологічного знання?*

Саме наявність і необхідність вагової теоретичної компоненти в соціологічному дослідженні слугує вирішальним чинником для розрізнення соціології та соціографії. Наша соціологія не має таких потужних вікових традицій, які є в західній соціології. Починалася вона саме з масштабних соціографічних замірювань, які супроводжували тектоніку часів перебудови. Проте вже тоді правила справжнього соціологічного дослідження формулювалися в працях відомих соціологів. Спочатку це був доробок В. Ядова, а згодом до настільних книг вітчизняних дослідників додалися ще й роботи Н. Паніної. На них і виросла когорта перших вітчизняних соціологів. Першим пунктом у тих працях стояла вимога побудови теоретичної моделі явища, яке планувалося вивчати, виокремлення та визначення тих ключових понять, на які мав спиратися науковець у процесі дослідження. Модель була покликана описати зв'язок між цими поняттями, залежність, детермінацію. А на підставі теоретичної моделі дослідник мав висувати гіпотези та будувати інструментарій для їх емпіричної перевірки. Цього, на мою думку, бракує в багатьох наших дослідженнях, що претендують на соціологічні. Наприклад, дуже привабливою темою сьогодні є тема цінностей. Але я практично не бачу, щоби дослідженню цінностей передувало суттєве теоретичне обговорення того, що ж варто розуміти під ними. За різних можливих тлумачень спільним, я думаю, тут буде одне — цінності, це те, що істотно мірою визначає нашу соціальну поведінку. Але коли ставиться питання про те, що є для людини в житті найважливішим, то йдеться саме про такі цінності? На це запитання можна було би дати ствердну відповідь. Однак звернімо увагу на дивний факт — здоров'я й родина стабільно посідають перші позиції в опитуваннях на тему цінностей (і тут ми не надто відрізняємося від країн Заходу), проте велика кількість розлучень у нашій країні та реальні практики нехтування власним здоров'ям свідчать про інше. То, може, треба йти іншим шляхом — від практик до цінностей? Я свого часу ставила в нашому моніторингу запитання про те, що люди вважають важливим для досягнення соціального успіху у нас і в країнах Заходу. Інструментарій будувала на теорії капіталів Бурдьє. Різниця виявилася суттєвою. Для країн Заходу, на думку респондентів, перші місця посідали здоров'я, інтелект, освіта, знання мов, чесність, принциповість. Для нас же це було далеко не найважливішим. До числа інструментальних цінностей, які рухали реальними практика-



ми, у нас увіходили впливові друзі й родичі, заможні батьки, уміння іноді обходити закон. Утім, іншого й не можна було прогнозувати для корумпованої країни, якщо до загальної моделі долучати всі ці контури: країна — суспільство — людина — соціальні взаємодії.

*4. Які моменти в процесі побудови інструментарію для соціологічного дослідження вимагають особливої уваги дослідників, оскільки істотно впливають на достовірність результату?*

Зазвичай предметом особливої уваги в процесі обговорення чинників впливу на достовірність соціологічного (а також соціографічного) дослідження стають питання репрезентативності вибірки, якості інформації, отримуваної в телефонних чи онлайн-ових опитуваннях, або ж похибок, що виникають через недостатню відповідальність інтерв'юєрів. Проте доволі часто не приділяється належної уваги роботі самого дослідника, процесу підготовки інструментарію. А це якраз те, з чого, на мій погляд, треба починати. Бо всі інші моменти стають неважливими, якщо сам інструментарій є неякісним. У вже згаданих мною правилах, що містилися в настільних книгах наших перших дослідників, це був дуже важливий момент. Окрім низки очевидних вимог — не ставити два питання в одному, не нав'язувати респондентові непомітно варіант відповіді та ін., є ще один аспект, на якому варто наголосити, особливо в часи тих значних суспільних змін, що ми їх зараз переживаємо. Це важливість збігу смислів, які вкладає в питання дослідник, з одного боку, та респондент — з іншого, а також можливість різкої зміни цих смислів залежно від подій у конкретній країні. Як приклад — питання з моніторингу «Українське суспільство» про бажання миру і стабільності в країні. Смысл його до війни був більш-менш зрозумілим для всіх, і рідко хто з респондентів міг просити додаткових роз'яснень. Сьогодні ж питати про це без додаткових роз'яснень важко. Мир зараз, мир після перемоги (і після якої перемоги) — це зовсім різні смисли. Для відпрацювання таких моментів існує процедура пілотажного опитування, яка, на жаль, дуже рідко виконується на практиці.

*5. І, зрештою, етичні моменти в соціологічному дослідженні, які є особливо важливими в процесі отримання інформації саме сьогодні, у ситуації масштабних воєнних дій на території нашої країни.*

Це ніби продовження попереднього питання, але з певним «загостренням» його формулювання. Адже тут ми вже маємо говорити про різницю в тому, що означає певне запитання для різних соціальних груп, які утворилися на тлі війни. Скажімо, досить просте запитання про ставлення до аварійних відключень світла в деяких містах. Як воно звучить для жителів порівняно безпечного Києва, для тих, хто зараз в окопах на фронті, для тих, хто перебуває під окупацією (якщо вони потрапили до вибірки), для тих, хто живе на звільнених територіях в напівзруйнованих будинках без світла, води, газу, а іноді навіть і деяких стін? І чи етично ставити таке запитання певним групам респондентів? Тому, на мою думку, автори соціологічного інструментарію мають виявляти високий ступінь емпатії до різних категорій респондентів, розуміти, до кого можуть надійти ці запитання і як вони сприйматимуться людьми, котрі перебувають в істотно різних життєвих обставинах, породжених війною.

## МИХАЙЛО МІЩЕНКО,

кандидат соціологічних наук, заступник директора соціологічної служби Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова (Київ)

### *Індивідуальної думки не існує — є лише громадська*

Відомі українські соціологи В. Волович та В. Паніотто характеризували достовірність як «відповідність отриманого знання дійсності»<sup>1</sup>. Отже, коли ми говоримо про дослідження громадської думки, то «дійсністю», яку мають адекватно віддзеркалювати соціологічні дослідження, виступає саме громадська думка. Але перш ніж говорити, наскільки вона відповідає дійсності, спробуймо розглянути власне громадську думку як об'єкт дослідження.

Майже п'ятдесят років тому П. Бурдьє поставив під сумнів розуміння громадської думки як імперативу, одержуваного «виключно шляхом додавання індивідуальних думок», а також припущення, що «всі люди можуть мати думку чи, інакше кажучи, виробництво думки доступне всім»<sup>2</sup>. Як зауважує В. Оссовський, таке розуміння громадської думки притаманне радше полстерам, ніж соціологам: «Для полстера ... громадська думка — сума індивідуальних думок»<sup>3</sup>.

Утім, попри цілком слушні зауваження соціологів про те, що відсоткова більшість насправді не може вважатися громадською думкою в соціологічному аспекті, що думка меншості може бути впливовішою, ніж думка більшості (а також віддзеркалювати дієву громадську думку), усі кількісні соціологічні опитування так чи інакше спрямовані на виявлення відсоткового розподілу відповідей, на виявлення «відсоткової більшості» та «відсоткових меншостей».

Тому я дозволю собі спинитися на проблемах здобуття достовірного соціологічного знання саме під час проведення полстерських досліджень — вивчення громадської думки, охарактеризованої В. Оссовським як сукупність «виражених у відсотках індивідуальних оцінних суджень».

У таких опитуваннях відповіді респондентів на запитання анкети інтерпретуються як їхні «індивідуальні думки». Але що ж у такому разі є «індивідуальною думкою», яку отримують полстери під час опитувань? Продуктування «індивідуальної думки» найчастіше тлумачиться як процес оброблення індивідом певного потоку інформації, котра є для нього доступною, і на підставі цього — вироблення власної світоглядної та політичної позиції, яку він і висловлює у разі, якщо потрапляє до вибірки соціологічного опитування.

Однаке таке уявлення про формування громадської думки породжує певні сумніви. Наприклад, донедавна вважалося, що «одностайність» громадської думки в авторитарних і тоталітарних суспільствах зумовлена насамперед обмеженістю ін-

1 Волович, В.І. (1974). *Надежность информации в социологическом исследовании: проблемы методологии и методики*. Київ, УССР: Наукова думка; Паніотто, В.І. (1986). *Качество социологической информации (методы оценки и процедуры обеспечения)*. Київ, УССР: Наукова думка.

2 Бурдьє, П. (1993). *Социология политики*. Москва, Российская Федерация: Socio-Logos.

3 Оссовський, В.Л. (2005). *Соціологія громадської думки*. Київ, Україна: Фоліант.

формації, яку отримують громадяни в таких суспільствах. Деякою мірою таке пояснення «працювало», зокрема, за часів СРСР, коли альтернативним джерелом інформації були лише «ворожі радіоголоси». Натомість у сьогоденні авторитарних суспільствах доволі часто спостерігається добровільне й свідоме «самовідсторонення» від альтернативних джерел інформації. Себто технічно ці джерела є цілком доступними, але бажання користуватися ними громадянин не виявляє. А отже, у нього не виникає й бажання мати «індивідуальну думку», яку намагаються дізнатися полстери під час опитувань. І те, що вони зрештою одержують від цієї людини, не є індивідуальною думкою.

Що ж у такому разі одержують полстери? Тут я посилаюся на слухну заувагу П. Бурдьє: «У ситуації, коли формується громадська думка, особливо в ситуації кризи, люди опиняються перед сформованими думками, перед думками, що підтримуються окремими групами... отже, вибирати між думками з усією очевидністю означає вибирати між групами».

Інакше кажучи, «індивідуальна думка», що її висловлює респондент під час опитування, насправді є не так результатом вироблення його особистої світоглядної позиції, як маркером належності до тієї соціальної групи, близькість із якою індивід бажає продемонструвати.

З іншого боку, коли полстер формулює «віяло» відповідей для запитань анкети, він так само спирається на свої уявлення про те, які погляди та позиції поширені в різних групах суспільства з тієї чи тієї проблеми, які з них є переважними і в свідомості яких груп вони панують.

Якщо індивідуальна світоглядна позиція потребує чіткої суб'єктивної обґрунтованості, логічної несуперечливості та послідовності, то афіліація себе з позицією певної групи не вимагає всіх цих якостей. З цієї причини позиція індивіда, що він її висловлює під час соціологічного опитування, може бути необґрунтованою, непослідовною і логічно суперечливою.

Вибір ідейної чи політичної позиції певною мірою можна уподібнити слідуванню моді. Адже коли людина вибирає певний стиль, вона не шукає пояснення, чому потрібно одягатися саме так, а не інакше. Керівним мотивом тут виступає міркування, що певний стиль одягу дозволяє їй символічно приєднатися до тієї соціальної групи, до якої вона хоче належати і на представників якої бажає бути схожою.

До того ж варто зазначити, що в різних ситуаціях респондент може висловлювати різні погляди (тобто поділяти думки, властиві різним групам), виявляючи в такий спосіб нестійку, мінливу соціальну ідентичність.

Наприклад, свого часу, коли ще досить високими були електоральні рейтинги Комуністичної партії України, мною була виявлена цікава особливість: рівень висловлюваних респондентами намірів голосувати за Комуністичну партію залежав від віку інтерв'юєрів, які спілкувалися з респондентом, — що старшими були інтерв'юєри, то вищою була ймовірність того, що опитувані висловлять готовність голосувати за Комуністичну партію. Це можна пояснити тим, що в громадській свідомості було поширене переконання (яке, до речі, повністю відображало реальну ситуацію), що прихильниками комуністичних ідей є переважно літні люди. Тому, розмовляючи з інтерв'юєром старшого віку, респондент охочіше висловлював намір голосувати за КПУ, оскільки сподівався знайти у співрозмовника розуміння своєї позиції.

З огляду на дослідження особливостей політичної свідомості якраз виявлення такої мінливості позицій є найбільш достовірним та значущим результатом дослі-

дження, оскільки дає змогу зробити висновок про стійкість чи нестійкість електоральних орієнтацій частини виборців. Відсотковий показник частки прихильників КПУ відігравав би в тих опитуваннях менш важливу роль. Але якби дослідники ставили за мету передбачити результати виборів, то, звісно, вони мали би заздалегідь зробити все можливе, щоб зменшити вплив інтерв'юера на відповіді респондента (наприклад, застосовуючи метод «secret ballot»). Тому що стосовно досягнення мети електорального прогнозу головним показником достовірності є одержання результату, максимально наближеного до результату майбутніх виборів. Отже, можна стверджувати, що оцінювання достовірності результату дослідження залежить від мети останнього (зокрема, чи дослідникові потрібна інформація про стійкість/нестійкість політичних та електоральних преференцій громадян, чи він хоче отримати якомога точніший прогноз результатів виборів).

Водночас забезпечення достовірності за першим аспектом у щойно наведеному прикладі сприяє реалізації другого завдання — одержання достовірного прогнозу, адже інформація про нестійкість електоральних орієнтацій респондентів дає змогу вжити заходів зі зменшення впливу інтерв'юерів на їхні відповіді.

Якщо (згідно з Бурдьє) під час кількісного соціологічного опитування вибирати між думками та позиціями означає вибирати між групами, котрі асоціюються з цими позиціями, то достовірним може вважатися лише вибір, що здійснюється в ситуації «рівнопоставленості» цих груп. Якщо ж у суспільстві панує атмосфера, за якої певна група чи позиція виявляються стигматизованими, то достовірність результатів дослідження, проведеного за таких умов, може бути поставлена під сумнів. Адже тоді опитуваний не просто обирає між позиціями різних груп, а фактично змушений робити вибір між Добром і Злом, коли та позиція, що узгоджується з позицією влади (або реальної чи уявної суспільної більшості), асоціюється з першим складником цієї бінарної опозиції, тоді як погляди ідейної меншості — з другим. Тому ймовірність вибору респондентом першої альтернативи істотно зростає. Його відповідь на будь-яке політично чутливе запитання є фактично відповіддю на інше запитання — чи він є благонадійним і порядним членом суспільства, чи, навпаки, маргіналом і негідником.

Утім, відповіді, отримані навіть у такій ситуації, мають певні ознаки достовірності, оскільки віддзеркалюють конкретний аспект соціальної реальності та особливості суспільно-політичних установок громадян — зокрема, існування атмосфери нетерпимості до інакомислення та готовність більшості членів суспільства прийняти такий стан речей і погодитися (хоча б декларативно) з позицією влади. Одержаний результат також має прогностичну цінність принаймні на найближчу перспективу — оскільки конформізм, що його виявляють респонденти під час соціологічних опитувань, найімовірніше, виявлятиметься і в їхній реальній поведінці (як мінімум у найближчому майбутньому).

Однак якщо мета дослідника полягатиме в наданні довготермінового прогнозу, то достовірність такого результату може виявитися низькою. Прикладом можуть слугувати кількісні соціологічні опитування на політичні теми за часів СРСР<sup>1</sup>, коли переважна більшість респондентів схилилася до відповідей, що цілком узгоджува-

1 Ці опитування проводилися так званім «закритим відділом», офіційна назва якого — відділ соціологічних проблем пропаганди Інституту соціологічних досліджень Академії наук СРСР.

лися з ідеологічною доктриною Радянського Союзу та давали змогу прогнозувати політичну поведінку громадян на найближчий період, а саме «повну підтримку курсу партії та уряду».

Але такі опитування не дозволяли повною мірою розкрити приховані настрої, які зрештою призвели до розпаду радянської системи. І тут у пригоді стали би дослідження, здатні проаналізувати «тіньову» громадську думку. Якщо брати до уваги реалізацію мети довготермінового прогнозу, то ці дослідження характеризувалися би вищим рівнем достовірності.

Сьогодні як у Росії, так і в Україні часто дискутують, наскільки достовірними є результати соціологічних опитувань, що проводяться в російському суспільстві стосовно ставлення громадян до влади та до війни. Соціологів цікавить, чи справді одержані цифри віддзеркалюють «сукупність індивідуальних думок» — передовсім тому, що застосування так званих проєктивних запитань<sup>1</sup> у багатьох випадках демонструє інші результати, ніж відповіді на прямі запитання, особливо коли порушуються політично чутливі теми. Водночас, якщо спиратися на тезу Бурдье про те, що не можна тлумачити громадську думку як сукупність індивідуальних думок, то формулювання питання про достовірність даних опитування у такому разі взагалі позбавлене сенсу.

Тобто, якщо в разі прямого запитання респондент здебільшого заявляє про підтримку дій влади, а в разі проєктивного — значно рідше відповідає, що його знайомі підтримують ці дії, то як це не парадоксально, обидва результати можуть вважатися достовірними, оскільки вони вказують на різні аспекти суспільно-політичної позиції респондента. У другому випадку — це так звана «тіньова громадська думка», яка віддзеркалює мережу неформальних зв'язків та «неформальних афіліцій» індивіда, котрі можуть залишатися у сфері «тіні» впродовж років і десятиліть. А в першому випадку — це позиція, яку респондент готовий декларувати відкрито і яка найкраще описуватиме та прогнозуватиме його соціальну поведінку найближчим часом.

Тому, очевидно, найдостовірніший результат буде отриманий лише завдяки застосуванню різних дослідницьких методик (тобто триангуляції), оскільки цей крок допоможе висвітлити різні аспекти суспільно-політичної позиції членів суспільства.

## **ВІКТОРІЯ СМАКОТА,**

*кандидат соціологічних наук, старший науковий співробітник відділу економічної соціології Інституту соціології НАН України*

### *Проблеми інтерпретації результатів соціологічного опитування (на прикладі вивчення освітнього потенціалу населення в моніторингових дослідженнях)*

Згідно з об'єктивними статистичними даними, населення України має високий рівень освіти<sup>2</sup>. А результати соціологічних опитувань (зокрема, загальнонаціональ-

---

1 Проєктивні запитання стосуються не респондентів особисто, а інших людей (наприклад, найближчого оточення чи знайомих опитуваного).

2 Див., напр.: Є ще голод на вищу освіту: 79% українців навчаються в університетах. (2017, 27 липня). *Gazeta.ua*. Отримано з [https://gazeta.ua/articles/edu-and-science/\\_e-sche-golod-navschu-osvitu-79-ukrayinciv-navchayutsya-v-universitetah/785198](https://gazeta.ua/articles/edu-and-science/_e-sche-golod-navschu-osvitu-79-ukrayinciv-navchayutsya-v-universitetah/785198)

ного моніторингового дослідження Інституту соціології) свідчать про те, що більшість українських громадян визнає освіту значущою цінністю як у власному житті, так і в житті суспільства.

Згідно з самооцінками респондентів зазначеного моніторингового дослідження, ступінь їхньої задоволеності рівнем здобутої освіти поступово підвищується. Крім того, починаючи з 2013 року, простежується стабільна тенденція позитивного оцінювання. Запитання щодо задоволеності рівнем своєї освіти востаннє ставилося 2018 року, і тоді майже дві третини респондентів (62,2%)<sup>1</sup> загалом позитивно оцінили рівень своєї освіти. На відміну від інших показників задоволеності конкретними складниками соціального життя, цей показник демонстрував упевнене позитивне зростання впродовж більш ніж 15 років, свідченням чого є збільшення середнього бала з 2,8 до 3,5 (табл. 1).

Таблиця 1

**Ступінь задоволеності респондентами рівнем здобутої освіти  
(за п'ятибальною шкалою)**

Запитання до респондента: «Чи задоволені Ви рівнем своєї освіти?» <sup>1</sup>	Рік проведення опитування										
	2002	2004	2005	2006	2008	2010	2012	2013	2014	2016	2018
Варіанти відповідей	<i>Відсоток респондентів, які обрали той чи той варіант</i>										
1. Повністю незадоволений	13,1	8,1	13,2	11,7	8,8	11,3	10,7	11,6	6,8	6,1	5,8
2. Скоріше незадоволений	27,1	32,3	29,1	28,2	26,1	26,8	25,0	24,4	19,8	17,4	16,0
3. Важко сказати, задоволений, чи ні	29,6	25,3	23,6	22,6	21,1	22,1	25,2	21,7	22,7	13,2	16,0
4. Скоріше задоволений	23,1	28,3	26,8	27,1	30,2	28,4	28,4	31,7	33,1	42,3	42,9
5. Повністю задоволений	6,3	5,1	7,2	10,4	13,5	11,1	10,6	10,4	16,9	20,8	19,3
Не відповіли	0,8	0,9	0,1	0,0	0,3	0,3	0,2	0,2	0,6	0,2	0,0
<b>Середній бал</b>	<b>2,8</b>	<b>2,9</b>	<b>2,9</b>	<b>3,0</b>	<b>3,1</b>	<b>3,0</b>	<b>3,0</b>	<b>3,1</b>	<b>3,3</b>	<b>3,5</b>	<b>3,5</b>

*Джерело* (для цієї та наступних таблиць): масиви даних опитування «Українське суспільство: моніторинг соціальних змін» за відповідні роки. Обсяг вибіркової сукупності в усіх хвилях дослідження становив 1800 осіб, які репрезентували доросле населення України (18 років і старше) за статтю, віком, освітою, типом поселення й областями.

Принагідно зауважимо, що приблизно половина опитаних (2018-го та 2020 року) вважали, що здобутої освіти їм вистачає, тоді як протилежну думку поділяло майже вдвічі менше респондентів (табл. 2).

1 Тут і далі відповідні дані виділено в таблицях (чарунки сірого кольору).



Таблиця 2

## Розподіл відповідей респондентів щодо задоволеності своєї потреби в освіті, %

Запитання до респондента: «Чого з наведеного Вам не вистачає?» — «Освіти»	Рік проведення опитування	
	2018	2020
Варіанти відповіді	Відсоток респондентів, які обрали той чи той варіант	
Не вистачає	24,1	19,7
Важко сказати, вистачає чи ні	19,6	25,4
Вистачає	49,8	42,1
Не цікавить	6,6	12,4
Не відповіли	0,0	0,4

Аналізуючи наведені результати, можна зробити такий попередній висновок: доволі висока задоволеність респондентів наявним освітнім рівнем поєднується здебільшого з упевненістю в достатності здобутої освіти (або забезпеченості нею як соціальним благом). Водночас ще більшою є висловлювана респондентами потреба в *підвищенні* свого освітнього рівня (або в інтелектуальному розвитку), що демонструють результати вищезгаданого моніторингу (табл. 3). Це можна помітити, зокрема, у хвили 2018 року, коли 62,2% опитаних висловлювали тією чи іншою мірою задоволеність рівнем своєї освіти (табл. 1), 49,8% стверджували, що здобутої освіти їм вистачає (табл. 2), однак 75,2% указували на важливість підвищення свого освітнього рівня (табл. 3).

Таблиця 3

## Оцінювання респондентами важливості підвищення свого освітнього рівня / інтелектуального розвитку (за п'ятибальною шкалою)

Запитання до респондента: «Оцініть ступінь важливості ОСО-БИСТО ДЛЯ ВАС підвищення освітнього рівня (інтелектуальний розвиток)»	Рік проведення опитування							
	2002	2006	2009	2012	2014	2016	2018	2020
Варіанти відповіді	Відсоток респондентів, які обрали той чи той варіант							
Зовсім не важливо	3,3	5,8	5,7	2,1	1,6	1,4	2,3	4,2
Скоріше неважливо	5,4	6,9	10,7	7,9	5,8	5,5	6,2	7,4
Важко відповісти, важливо чи ні	12,5	16,5	18,0	23,4	21,3	14,8	16,3	19,5
Скоріше важливо	31,2	34,6	39,0	39,1	36,2	41,0	39,5	37,2
Дуже важливо	47,2	36,2	26,1	27,3	34,7	37,1	35,7	31,6
<b>Середній бал</b>	<b>4,1</b>	<b>3,9</b>	<b>3,7</b>	<b>3,8</b>	<b>4,0</b>	<b>4,1</b>	<b>4,0</b>	<b>3,9</b>

Ще одну суперечність у відповідях респондентів було виявлено, серед іншого, у даних за 2012-й та 2013 рік, коли близько двох третин опитаних (66,4%) були впевнені у важливості підвищення свого освітнього рівня (табл. 3), але водночас, коли йшлося про бажаний напрям освіти, то, наприклад, у моніторинговому дослідженні 2013 року на пропозицію обрати конкретні галузі знань із 13 пунктів найпоширенішою відповіддю була «Важко відповісти» (табл. 4).

Таблиця 4

Розподіл відповідей респондентів щодо бажаних галузей здобуття додаткових знань, % (опитування «Українське суспільство», хвиля 2013 року)

Запитання до респондента: «У якій з перерахованих областей Ви хотіли б отримати для себе додаткові знання?»	Відсоток респондентів, що обрали якийсь один варіант (або кілька)
Аграрні науки	7,3
Військова справа	2,7
Гуманітарні науки (історія, філософія та ін.)	6,3
Соціальні науки (економіка, політологія, соціологія та ін.)	8,9
Природничі науки (фізика, хімія, біологія та ін.)	3,3
Інженерно-технічна сфера (у т. ч. комп'ютерні технології)	15,5
Екологія	3,9
Традиційна медицина	8,7
Нетрадиційна медицина	11,1
Педагогіка, психологія	8,7
Журналістика	2,8
Юриспруденція	12,1
Іноземні мови	13,7
Інша	1,1
Важко відповісти	39,3

Як видно з таблиці, 39,3% опитаних узагалі не обрали жодної галузі додаткових знань (за можливості обирати кілька варіантів відповідей водночас).

Того ж 2013 року понад дві третини респондентів (35,0% і 36,8% відповідно) зазначили, що їм не вистачає сучасних економічних та науково-технічних знань (табл. 5), але хотіли би здобути такі знання лише 8,9% та 15,5% опитаних. Крім того, більш ніж чверть опитаних (2013-го та 2021 року) відчували, що їм не вистачає сучасних політичних знань.

Таблиця 5

Оцінювання респондентами нестачі своїх знань у певній галузі

Запитання до респондента: «Чого з наведеного Вам не вистачає?»	Опитування 2013 року				Опитування 2021 року			
	Варіанти відповідей							
	Не вистачає	Важко сказати, вистачає, чи ні	Вистачає	Не цікавить	Не вистачає	Важко сказати, вистачає, чи ні	Вистачає	Не цікавить
Відсоток респондентів, які обрали той чи той варіант								
Сучасних економічних знань	35,0	26,2	18,7	19,9	33,3	25,0	22,1	18,9
Сучасних політичних знань	28,1	24,3	22,1	25,2	26,7	24,1	21,4	27,2
Сучасних науково-технічних знань	36,8	27,3	13,0	22,6	–	–	–	–

Істотно непокоїть думка тих, хто обирає варіант відповіді «Не цікавить»: частка таких респондентів (стосовно запитань про сучасні економічні та політичні знання) залишається майже незмінною впродовж восьми років.

В останній на сьогодні хвилі моніторингового дослідження «Українське суспільство», що відбулася 2021 року, респондентам ставилося питання щодо здобуття додаткової освіти (актуальність котрої пов'язана з поширенням концепції навчання впродовж життя, що її запропонувала ООН як одну з Цілей сталого розвитку). Проте, як показують дані, наведені в таблиці 6, практично дві третини опитаних (63,0%) не мали жодного досвіду додаткового навчання.

Таблиця 6

**Розподіл відповідей респондентів щодо здобуття додаткової освіти, %**  
(опитування «Українське суспільство», хвиля 2013 року)

Запитання до респондента: « <b>Чи навчалися Ви особисто додатково після здобуття першої освіти (або водночас із отриманням освіти)?</b> »	Відсоток респондентів, що обрали якийсь один варіант (або кілька)
<i>Варіанти відповідей</i>	
Так, навчався(-лася) в аспірантурі (докторантурі)	1,1
Так, здобув(-ла) другу вищу освіту	2,9
Так, проходив(-ла) курси підвищення кваліфікації за своєю основною освітою/спеціальністю, у тому числі на вимогу роботодавця	10,2
Так, опановував(-ла) іншу спеціальність (професію), яка не пов'язана з моєю основною освітою, за допомогою спеціалізованих закладів освіти, курсів і т. ін.	7,1
Так, опановував(-ла) іншу спеціальність (професію), яка не пов'язана з моєю основною освітою, самостійно	7,7
Так, вивчав(-ла) іноземну мову (з викладачем або самостійно)	2,5
Так, підвищував(-ла) свій загальний інтелектуальний рівень на курсах/тренінгах тощо (у тому числі онлайн): курси з саморозвитку, психології, тайм-менеджменту тощо	6,0
Так, навчався(-лася) в інший спосіб ( <i>напишіть, як саме</i> )	1,4
Не проходив(-ла) додаткового навчання	63,0
Важко відповісти	5,4

Зважаючи на сучасні можливості в сфері онлайн-навчання, актуальність вивчення іноземних мов та потребу в підвищенні кваліфікації на робочому місці за часів потужних технологічних нововведень, частка опитаних, які взагалі не навчалися додатково після здобуття основної освіти, є неприпустимо високою — а особливо для суспільства, в якому інтелектуальний розвиток стабільно визнається важливим компонентом життя людини.

Імовірним поясненням описаних суперечностей є дещо декларативний характер відповіді на запитання щодо необхідності підвищення освітнього рівня — тобто такий, що здебільшого не передбачає будь-якої активності в цьому напрямі. Інакше кажучи, соціальне схвалення певної діяльності в опитуваннях громадської думки не передбачає неодмінного втілення такої діяльності в повсякденне життя.

## КАТЕРИНА МАЛЬЦЕВА,

кандидат філософських наук (2003), PhD в галузі антропології (2010); доцент кафедри соціології факультету соціальних наук та соціальних технологій Національного університету «Кієво-Могилянська академія»; афілійований дослідник департаменту антропології Коннектикутського університету, Сторс (США)

### *Вимірювання культурного консенсусу та оцінювання якості даних у дослідженнях спільного колективного знання*

Тематику, що висвітлюватиметься в доповіді, можна коротко викласти в поданих далі тезах.

- Якість інформації та валідність висновків перебувають у прямій залежності від якості метрик та ефективності організації процесу вимірювання<sup>1</sup>. Розроблення валідних метрик та конструювання інструментів, що забезпечують адекватне покриття вимірюваних дослідницьких конструктів, дає змогу стверджувати про надійність зібраних даних та робити на підставі цих даних певні висновки.
- Сучасні дослідження в межах соціокогнітивного підходу до культури часто покладаються на кількісні методи та можливості, що їх надає квантифікація. Ключові положення когнітивної теорії культури спираються на такі засновки: а) культура — це анклав інформації, доступний успішно інкультурованим членам певної культурної групи; б) значна частина культурної інформації поділяється між індивідами, створюючи внутрішньогруповий консенсус, який може бути кількісно вимірний; в) індивіди відрізняються одне від одного змістом свого знання та ступенем своєї культурної компетентності. Як перше, так і друге можна виміряти емпірично<sup>2</sup>.
- Рівень узгодженості у відповідях респондентів стосовно конкретного домену значною мірою зумовлюється ступенем доступності інформації про цей домен та її обсягом. Знання щодо його поширеності (доступності для загалу) може варіювати від універсального до ідіосинкразичного. Широкодоступне публічне знання матиме здебільшого універсальну поширеність і знаходитиме вияв у подібності відповідей інкультурованих респондентів, тоді як лише фрагментарно чи несистематично подана інформація з рідкісними можливостями її отримання матиме «скромніші» відповідні параметри та більшу тенденцію концентруватися в окремих скупченнях респондентів. Усі ці аспекти культурного знання легітимізують відбір респондентів до вибірки, якщо йдеться про культурні змінні.
- Культурні домени різняться між собою щодо обсягу доступної про них інформації та її якості. Є домени, інформація про які є вільно доступною та існує у великій кількості, у такий спосіб створюючи високий рівень послідовності та інформаційного насичення у індивідуального члена спільноти. У середньому рі-

1 Carmines, E.G., & Zeller, R.A. (1979). *Reliability and validity assessment*. Thousand Oaks, CA: Sage; Zeller, R.A., & Carmines, E.G. (1980). *Measurement in the social sciences: The link between theory and data*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.

2 Romney, A.K., Weller, S.C., & Batchelder, W.H. (1986). Culture as consensus: A theory of cultural and informant accuracy. *American Anthropologist*, 88(2), 313–338.

вень знання та взаємної узгодженості у відповідях інформантів стосовно такого домену будуть високими. Що вищий рівень консенсуальності, то виразнішою є культурна природа певного знання<sup>1</sup>. Рівень консенсуальності у певному культурному домені можна оцінити просто з аналізу описових статистик.

– Культурне знання не є абсолютно гомогенним і дозволяє певну міру гетерогенності (варіативності) між індивідами стосовно тих його елементів, які циркулюють усередині групи. Обсяг, контент та організація знання «культурних експертів» та «культурних новачків», звісно, різняться. Як індивідуальну компетентність, так і ступінь пропорційного збігу в знанні індивідів можна виміряти кількісно (зокрема, скориставшись математичною моделлю культурного консенсусу К. Ромні)<sup>2</sup>. Важливим спостереженням у цьому ракурсі є те, що зазначені змінні типово групують індивідуальні кейси у вибірці за критерієм спільності того, що ці індивіди знають про домен, і, відповідно, слугують ніби демаркаційними лініями між анклавами знання, до якого мають доступ різні соціальні групи чи категорії індивідів. У цьому аспекті така «категоризувальна» різниця у знанні може полягати не так у тому, **скільки** людина знає взагалі, як у тому, **що** вона знає про певний домен.

– Одним із індикаторів знання є **консенсус**. Аналіз культурного консенсусу можна охарактеризувати як кількісний метод визначення внутрішньої щільності/зв'язності (*cohesion*) конкретно взятого культурного домену. Своєю чергою, модель культурного консенсусу К. Ромні є формалізованою методологічною моделлю, що дає змогу оцінити ступінь узгодженості відповідей стосовно певного культурного домену в межах вибірки. Спершу її було розроблено для бінарних відповідей («Так» або «Ні»), проте новіші версії дозволяють застосовувати принципи моделі культурного консенсусу для шкальованих даних. Нині це фундаментальна модель, закладена у складніші обчислення та дослідницькі дизайни, що використовують когнітивний підхід до культури та розуміють культуру через патерн поширеності спільного знання у групі. Передбачає ця модель передовсім пошук статистично значущих патернів у відповідях респондентів на серію запитань, ґрунтований на спільності відповідей (тобто на консенсуальних центрах), радше ніж просто на змісті індивідуальних відповідей.

– Методи зниження розмірності (*data reduction*) є ще одним варіантом кількісного дослідження спільного культурного знання, що може бути систематично організоване як частина культурної моделі. Типово для цієї потреби використовується аналіз головних компонент (*principal component analysis*) та/або факторний аналіз<sup>3</sup>. У аналізі головних компонент конденсація виміру (*dimension*) досягається завдяки реконструкції асоціацій між змінними та їхнього представлення як нових латентних змінних, що «підсумовують» варіативність, наявну в ма-

1 D'Andrade, R. (1995). *The development of cognitive anthropology*. Cambridge: Cambridge University Press; Handwerker, W.P. (2002). The construct validity of cultures: Cultural diversity, culture theory, and a method for ethnography. *American Anthropologist*, 104(1), 106–122. <https://dx.doi.org/10.1525/aa.2002.104.1.106>

2 Romney, A.K. (1999). Culture consensus as a statistical model. *Current Anthropology*, 40, S103–S115. <https://dx.doi.org/10.1525/aa.1986.88.2.02a00020>

3 Comrey, A.L., & Lee, H.B. (1992). *A first course in factor analysis* (2nd ed.). Hove, England: Psychology Press.

триці. Звідси й загальна назва цієї групи технік — «зменшення розмірності» (*dimensionality reduction*) чи «стиснення даних» (*data reduction*). У разі застосування аналізу головних компонент або факторного аналізу для виконання аналізу культурного консенсусу типово використовують перший фактор. Цей аналіз здійснюється на індивідах замість змінних (на транспонованій матриці). Тому факторні навантаження кожного респондента відповідають показникам його культурної компетентності; наприклад, пропорція 1:3 для власних значень вказує на адекватну структуру даних.

- Застосування багатовимірних методів для вимірювання патернів консенсусу можна проілюструвати на прикладі процедури екстракції та аналізу структури першого фактора для детекції консенсусу, а також використання множинного аналізу відповідностей для унаочнення організації світоглядних елементів та відповідних патернів консенсусу. Важливим технічним нюансом цього способу обробки даних є те, що зменшення розмірності дає змогу здійснити пряму та експліцитну перевірку зв'язності дистильованого виміру (фактора), що, безперечно, доцільніше, ніж просто приймати на віру, що респонденти у вибірці поділяють спільну культурну модель. Демонстрація спільності структури даних є принциповим елементом дослідження культурного світогляду та його елементів.

## ОЛ'НА МАКСЫМЕНКО,

*MA in Psychology, leading sociologist at the Department of Methodology and Methods of Sociology, Institute of Sociology, National Academy of Sciences of Ukraine (12 Shovkovychna St., Kyiv, 01021)*

### *Credibility or trustworthiness? Challenges in translation*

The Ukrainian word «достовірність» is most often translated into English either as «credibility» or as «trustworthiness». According to the Oxford Advanced Learner's Dictionary, credibility is «the quality that somebody/something has which makes people believe or trust them», whereas trustworthiness corresponds to the «quality of always being good, honest, sincere, etc. so that people can rely on you».

Obviously, the two words are related to believing in someone or something to be true, i.e. based on facts and not imagined. On the other hand, they are not interchangeable. For example, there is a viewpoint that trustworthiness concerns the degree to which a person can be relied upon, in both what they say and what they do. Credibility, in contrast, deals not with someone's trustworthiness, but with other people's perception of the trustworthiness of that person. Trustworthiness is an objective fact: in a sense, it indicates the difference between what someone says is true and what is actually true. Credibility depends upon the way a person presents himself (or herself) and upon the accuracy of other people's perceptions of that person. Credibility is subjective; it depends on the situation and on the observer as well. Some people may be trustworthy, but if they don't appear credible they won't be trusted. Someone who is trustworthy but not credible will most likely be undervalued or misunderstood. Besides, people make judgements about trustworthiness



based on a wide variety of factors, and the emphasis they place on these factors will vary between individuals<sup>1</sup>.

All things considered, it is essential for a researcher (for a sociologist in particular) to be both trustworthy and credible, which means being able to undertake a solid piece of research, obtain reliable and useful results and to persuade the colleagues (as well as a wider audience) that these results are worthy of attention.

## РУСЛАНА МОСКОТИНА,

доктор філософії за спеціальністю 054 «Соціологія», фахівець 1-ї категорії лабораторії прикладних соціологічних досліджень факультету соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

### *MTMM-експеримент як метод оцінювання якості запитань опитування*

MTMM-експерименти (*multitrait-multimethod*, тобто «мультиознаково-мульти-методові») уперше було описано 1959 року Д. Кемпбелом та Д. Фіске<sup>2</sup>. Передбачається, що ми маємо кілька конструктив (наприклад, задоволеність життям і задоволеність роботою), які вимірюються кількома методами. Під методом у цьому контексті може розумітися як власне метод опитування (САТІ<sup>3</sup>, онлайнове опитування тощо), так і спосіб формулювання запитання та/або його альтернатив.

У Європейському соціальному дослідженні MTMM-експерименти застосовують для оцінювання якості запитань. Розглянемо це на прикладі даних шостої хвили дослідження (2012 рік), до якої долучилася й Україна<sup>4</sup>. Зокрема, в опитувальнику є твердження, які пропонуються респондентам для того, щоби вони оцінили (за шкалою від 0 до 10 балів): можливість опозиційних партій вільно критикувати владу, можливість засобів масової інформації вільно критикувати владу та достовірність інформації, що надається ЗМІ для оцінювання роботи влади. Ці твердження наведено в таблиці 1. Їхню якість ми й будемо визначати.

Для MTMM-експериментів вибірку було розбито на дві частини. Представникам першої відбірки ставилися запитання, наведені в таблиці 2, а представникам другої підбірки — запитання, наведені в таблиці 3. Передбачалося, що респондент не міг належати до двох підбірок водночас. Запитання в таблицях 2 і 3 за змістом повторюють ті, що подані в таблиці 1, проте сформульовані дещо інакше.

---

1 For more details see: Admin. (2014, May 27). Credible vs trustworthy: What is the difference? [Blog post]. Retrieved from <https://marksinthesand.com/2014/05/27/credible-vs-trustworthy>

2 Campbell, D.T., & Fiske, D.W. (1959). Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix. *Psychological Bulletin*, 56(2), 81–105. <https://dx.doi.org/10.1037/h0046016>

3 CATI (*computer-assisted telephone interviewing*) — телефонне опитування за допомогою комп'ютера.

4 Докладніше див.: Rpubs (s.a.). *MTMM-експерименти в ESS*. Отримано 14 листопада 2022 р. з <https://rpubs.com/ruslana/946596>

За цим же посиланням можна завантажити масив 6-ї хвили дослідження та відповідний опитувальник. Крім того, масиви та опитувальники доступні на сайті Європейського соціального дослідження (<https://www.europeansocialsurvey.org>)

Таблиця 1

**Запитання з 6-ї хвили Європейського соціального дослідження,  
якість котрих оцінюватиметься**

Формулювання запитання	Варіанти відповіді												
Скажіть, будь ласка, наскільки кожне із нижченаведених тверджень відповідає стану справ в Україні сьогодні?	<i>Зовсім НЕ відповідає тому, що відбувається сьогодні в Україні</i>											<i>Повністю відповідає тому, що відбувається сьогодні в Україні</i>	BB <sup>a</sup>
E20. ... опозиційні партії в Україні можуть вільно критикувати владу	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	
E21. ... засоби масової інформації в Україні можуть вільно критикувати владу	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	
E22. ... засоби масової інформації в Україні надають громадянам достовірну інформацію, що дає змогу оцінювати роботу влади	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	

<sup>a</sup> Позначає варіант «Важко відповісти»

Отже, маємо три конструкти (оцінювання можливості опозиційними партіями вільно критикувати владу, оцінювання можливості ЗМІ вільно критикувати владу та оцінювання достовірності інформації, що надається ЗМІ для оцінки роботи влади). Ці конструкти вимірюються трьома різними методами. Загалом виходить дев'ять запитань. Для оцінювання їхньої якості використовуємо конфірматорний факторний аналіз (КФА)<sup>1</sup>. Побудована нами модель<sup>2</sup> КФА містить дев'ять індикаторів (запитань) і шість латентних змінних, кожна з яких навантажується трьома

1 Докладніше див.: Oberski, D.L. (2017, September 27). True score MTMM model with ESS3 data [Blog post]. Retrieved from [http://daob.nl/files/mtmm-lavaan/TS\\_mtmm\\_ESS3.html](http://daob.nl/files/mtmm-lavaan/TS_mtmm_ESS3.html)

2 Код моделі в R, формули та розрахунки містяться в публікації «MTMM-експерименти в ESS».

індикаторами. У моделі фігурують три конструкти і три методи. Конструкти є латентними змінними, до складу яких входять однакові за змістом запитання, виміряні різними методами. Методи — це латентні змінні, що навантажуються різними за змістом запитаннями, виміряними тим самим способом. Методи не корелюють ні між собою, ні з конструктами, тоді як конструкти корелюють між собою.

Таблиця 2

**Запитання для МТММ-експерименту, що ставилися представникам першої підвибірки**

Формулювання запитання	Варіанти відповіді											Завжди	ВВ
	Ніколи												
IF7. Наскільки часто, на Вашу думку, опозиційні партії в Україні можуть вільно критикувати владу?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	
IF8. Наскільки часто, на Вашу думку, засоби масової інформації в Україні можуть вільно критикувати владу?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	
IF9. Наскільки часто, на Вашу думку, ЗМІ в Україні надають громадянам достовірну інформацію, що дає змогу оцінювати роботу влади?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	

Побудувавши модель конфірматорного факторного аналізу, слід переглянути стандартизовані факторні навантаження індикаторів з конструктами. Це й буде показник якості запитань ( $q$ ), який потрібно піднести до квадрата. Він ( $q^2$ ) покаже частку дисперсії конструкту пояснюється тим чи іншим запитанням. Значення цього показника змінюються в межах від 0 до 1: що більшим є значення, то краща якість запитання. Інтерпретація значень  $q^2$  має такий вигляд<sup>1</sup>:

- $q^2 \geq 0,9$  — відмінна якість запитання;
- $0,8 \leq q^2 < 0,9$  — добра якість запитання;
- $0,7 \leq q^2 < 0,8$  — прийнятна якість запитання;
- $0,6 \leq q^2 < 0,7$  — сумнівна якість запитання;
- $0,5 \leq q^2 < 0,6$  — погана якість запитання;
- $q^2 < 0,5$  — неприйнятна якість запитання.

1 DeCastellarnau, A., & Revilla, M. (2017). Two approaches to evaluate measurement quality in online surveys: An application using the Norwegian Citizen Panel. *Survey Research Methods*, 11(4), 415–433. <https://dx.doi.org/10.18148/srm/2017.v11i4.7226>

Таблиця 3

**Запитання для МТММ-експерименту, що ставилися представникам  
другої підвибірки**

Формулювання запитання	Варіанти відповіді											ВВ
	Зовсім НЕ можуть (зовсім НЕ надають) <sup>a</sup>											
<i>IF16.</i> Наскільки, на Вашу думку, опозиційні партії в Україні можуть вільно критикувати владу?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88
<i>IF17.</i> Наскільки, на Вашу думку, засоби масової інформації в Україні можуть вільно критикувати владу?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88
<i>IF18.</i> Наскільки, на Вашу думку, засоби масової інформації в Україні надають громадянам достовірну інформацію, що дає змогу оцінювати роботу влади?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88

<sup>a</sup> Наведене в дужках стосується третього запитання (*IF18*).

Ми мали оцінити якість запитань *E20–E22* (табл. 1). Їхні стандартизовані факторні навантаження з конструктами становили 0,973, 0,976 та 0,936 відповідно. Після піднесення до квадрата було отримано такі значення: 0,947, 0,953, 0,876. Отже, якість запитань *E20* і *E21* можна вважати відмінною, а якість запитання *E22* — хорошою.

## НАДІЯ КОРИТНІКОВА,

кандидат соціологічних наук, доцент кафедри методів соціологічних досліджень соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

## РУСЛАНА МОСКОТИНА,

доктор філософії за спеціальністю 054 «Соціологія», фахівець 1-ї категорії лабораторії прикладних соціологічних досліджень факультету соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

### *Важливість урахування часового параметра в онлайн-опитуваннях під час війни*

Істотною проблемою дослідницьких проєктів у період активних бойових дій є часовий параметр. В умовах війни час має зовсім інші характеристики та властивості. Ситуація змінюється блискавично й кардинально, а разом із нею стрімко й часто змінюються думки людей, їхні потреби та поведінка. Унаслідок цього результати опитувань, які перебувають на стадії опису та підготовки до публікації, швидко стають неактуальними. У зв'язку з війною частота проведення опитувань має бути більшою. Особливо важливо враховувати критичні події, що можуть змінити погляди та поведінку людей, а отже, і вплинути на отримувані результати. У такій ситуації доцільно проводити онлайн-опитування, оскільки вони дають змогу порівняно швидко зібрати дані навіть серед аудиторії, яка доволі сильно розпорошена географічно. Крім того, цей формат опитувань уможливує фіксування метаданих, які стосуються часових характеристик. Це, зокрема, дата й час початку проходження опитування, а також дата й час останньої дії (тобто завершення респондентом процесу заповнення опитувальника).

У межах поданих тез доповіді характеристика важливості часового параметра окреслюватиметься трьома аспектами. Перший аспект — це *тривалість опитування*. Універсальних рецептів щодо визначення оптимальної тривалості опитування не існує. Є низка чинників, що впливають на це, як-от кількість респондентів, запланована для опитування, те, наскільки охоче респонденти проходять опитування, дата і час розсилання опитувальника, канали розсилання тощо. Для прикладу розглянемо онлайн-опитування науковців у межах проєкту «UAScience.Reload»<sup>1</sup>, перша хвиля якого проводилася з 1 квітня до 2 травня 2022 року (впродовж 32 днів), а друга розпочалася 26 вересня. У першій хвилі взяли участь 2447 респондентів, у другій (станом на 20:00 15 листопада 2022 року) — 1929. Як можна помітити, у межах першої хвилі було опитано більше людей за значно менший час.

На рис. 1 і 2 бачимо так звані «піки» заповнень: дні, коли кількість учасників опитування стрімко зростала. Для першої хвилі це були такі дні: 2–3 квітня, 10 квітня, 18 та 27 квітня. Для другої хвилі це були: 3 жовтня, 14 та 31 жовтня, 4 та 7 листопада. Наявність цих «пиків» указує на те, що напередодні було здійснено розсилку

---

1 Початковим завданням проєкту «UAScience.Reload» було з'ясування потреб науковців, які перебувають в Україні під час воєнних дій або виїхали на тимчасове перебування до іншої країни. Докладніше див.: UAScience.reload (s.a.). *Опитування українських науковців*. Отримано 17 листопада 2022 р. з <https://www.uascience-reload.org>

запитальника. Можна припустити, що менша тривалість першої хвилі опитування пов'язана з тим, що активна розсилка запитальника була здійснена ще на самому початку опитування. Це дало змогу набрати значну кількість респондентів за порівняно короткий період часу. Натомість у другій хвилі на початку опитування активної розсилки не було, вона відбулася дещо пізніше. Імовірно, це й збільшило тривалість його проведення.

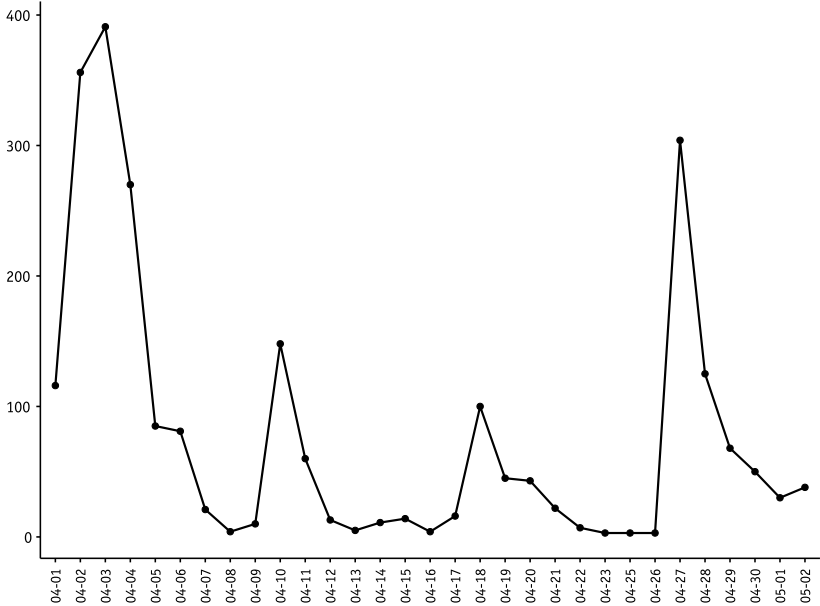


Рис. 1. Кількість учасників опитування «UAScience.Reload» за днями (перша хвиля)

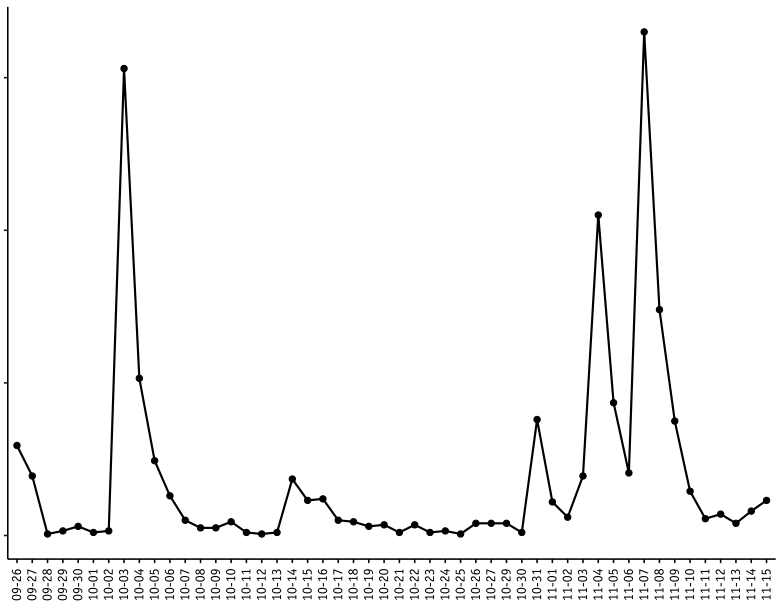


Рис. 2. Кількість учасників опитування за днями (друга хвиля)



Другий аспект, на який буде звернено увагу, — це *час запуску опитування*. Дослідникові дуже важливо знати свою цільову аудиторію — зокрема періоди, коли потенційні респонденти виявляють найбільшу активність, що, своєю чергою, дає змогу визначити, в який день або час доби краще запустити опитування. Знову ж таки, покажемо це на прикладі двох хвиль онлайнового опитування в межах проекту «UAScience.Reload» (рис. 3). Як видно, у першій хвилі найбільша активність респондентів спостерігається вранці й удень, досить висока вона і вночі. Що стосується другої хвилі, то найбільша активність респондентів спостерігається вранці, хоча вдень і вночі вона теж досить висока. Також можемо зазначити, що і в першій, і в другій хвилі опитування найменша активність респондентів спостерігається ввечері. З цього випливає, що час запуску опитування варто планувати в такий спосіб, щоби максимальна кількість респондентів побачила його вранці, вдень або вночі, однак не ввечері.

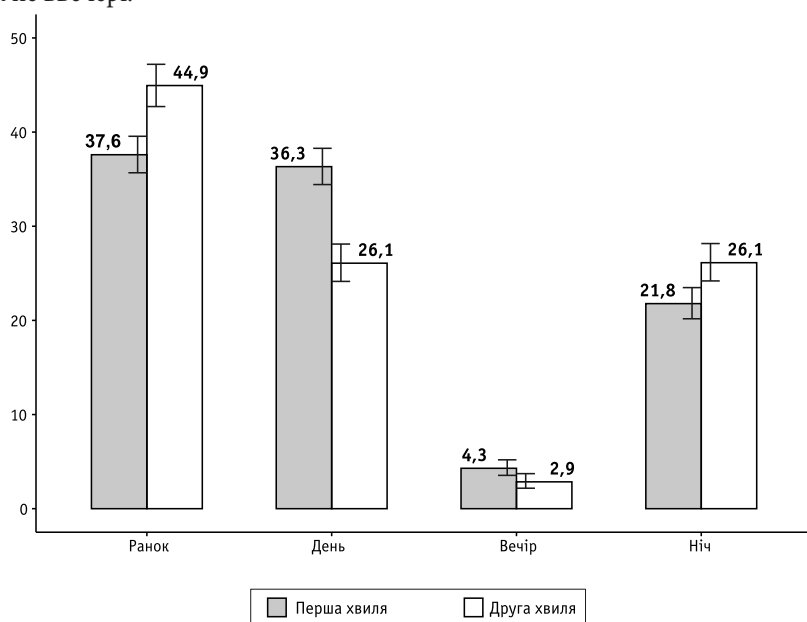


Рис. 3. Відсоток тих, хто взяв участь у опитуванні, за часом доби<sup>1</sup> (перша та друга хвилі)

Третій і, мабуть, найважливіший аспект, — *наявність подій під час проведення онлайнового опитування, здатних змінити думку та/або поведінку респондентів*. Особливо гостро ця проблема постає у часи війни. Наприклад, друга хвиля опитування в межах проекту «UAScience.Reload» охоплює період до масованих обстрілів, які сталися 10 жовтня, і період після 10 жовтня. Опитувальник містить запитання про те, наскільки безпечно почуваються респонденти там, де перебувають у момент опитування. Оцінюється відчуття безпеки за шестибальною шкалою, де 1 бал відповідає опції «Абсолютно не почуваюся в безпеці», 6 балів — «Почуваюся в повній безпеці». Логічно припустити, що у період до 10 жовтня респонденти почувалися

<sup>1</sup> Добу було розділено на чотири часові проміжки: ранок (з 6:00 до 12:00), день (з 12:00 до 18:00), вечір (з 18:00 до 0:00), ніч (з 0:00 до 6:00).

в більшій безпеці, ніж під час або після масованих обстрілів. Для перевірки цього припущення було відібрано тих респондентів, котрі в момент опитування мешкали в Києві. Вибірку було розділено на дві частини: а) ті, хто проходив опитування до масованих обстрілів 10 жовтня; б) ті, хто проходив опитування під час/після масованих обстрілів 10 жовтня (береться до уваги лише жовтень — місяць, коли обстріли в принципі відбувалися досить інтенсивно). Як виявилось, до масованих обстрілів науковці оцінювали рівень своєї безпеки дещо краще (середнє значення становить 3,50), ніж з їх початком (середнє дорівнює 3,08). Відмінності є статистично значущими на рівні 0,05; для перевірки рівності двох розподілів застосовували тест Мана — Вітні. Отже, маємо наочний приклад того, як на результати опитування може вплинути та чи інша подія. Під час аналізу даних слід зважати на ці обставини і, у разі потреби, розбивати вибірку на кілька частин, які містять різні часові проміжки.

## **НАТАЛЯ ГЛЕБОВА,**

*доктор соціологічних наук, професор кафедри соціології та філософії факультету інформатики, математики та економіки Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького*

### ***Громада і війна: кроки до перемоги***

Соціологічні дані набувають особливої ваги в публічній дискусії з початком російського вторгнення в Україну. Цифри щодо політичних поглядів, етнічної належності, рідної мови, голосування на виборах, скоєних злочинів, виданих віз і дозволів на проживання перебувають у центрі дискусій стосовно колективної відповідальності, культурних відмінностей та політики санкцій. Однак набагато складніше просувається соціологічне висвітлення стану справ у найпроблемніших сьогоднішніх місцях України — на тимчасово окупованих територіях. Тому дуже важко без хвилювання коментувати матеріали дослідження, проведеного в місті Мелітополі, результати якого ми презентуємо сьогодні.

Упродовж десятиліть багатонаціональна та багатокультурна громада нашого міста й регіону не стояла перед такими тривожними викликами. Сучасні реалії перевершують всі найжахливіші сценарії, з якими на практиці дотепер доводилося стикатися вітчизняній соціологічній науці. Передній край боротьби з ворогом сьогодні проходить через наше місто.

На території міської громади в небезпеці опинилися життя сотень тисяч громадян. Десятки тисяч стали вимушеними переселенцями як у межах України, так і за кордоном.

Під загрозою опинилися долі наших дітей, життя й здоров'я наших пенсіонерів, а ще — десятки тисяч мелітопольських сімей, розкиданих по світу в тривожних очікуваннях звісток від своїх рідних і близьких, єдиних і неповторних.

Однак агресором не лише брутально порушені й щоденно руйнуються підвалини сучасного світового устрою, не лише ігноруються елементарні права людини на життя, на працю, на добробут наступних поколінь.

Варварська навала також кинула виклик узам міжнаціонального братерства, міряючи українські громади на свій аршин та пробуючи всіма мислимыми засобами

посягати ворожнечу й відродити міжетнічні, міжкультурні та міжконфесійні бар'єри на тимчасово окупованих територіях.

Зрозуміло, що сьогодні найважча ситуація для роботи соціологів склалася на тимчасово окупованих територіях. Науковий дискурс щодо доцільності й надійності розвідок в умовах окупації триває в соціологічному середовищі України ще з 2014-го.

Повномасштабна війна ще більше увиразнила проблеми соціологічних досліджень на цих територіях. Щодо цілепокладання такої роботи немає жодних сумнівів — окупаційні процеси потребують нашої ретельної уваги, бо вони впливають на соціальні відносини. Зокрема, виклики, що постають перед спільнотами громад на тимчасово окупованих територіях, значною мірою перевертають наші звичні уявлення про стан речей — адже вони породжують багато нових практик, які ми застосуємо для адаптації та виходу з цієї ситуації в режимі реального часу. Водночас очевидна потреба та доцільність збирання інформації в цих умовах ускладнюється як важкодоступністю джерел, методологічними труднощами та організаційними нюансами, що позначаються на якості отримуваних результатів, так і безпосередніми ризиками для життя інтерв'юєрів та респондентів.

Аналізуючи результати нашого соціологічного дослідження, здійснюваного в межах міжнародного проекту Ради Європи «Етнічні спільноти і спільність: запорука громадської активності та довіри», насамперед зауважимо, що з огляду на специфіку ситуації інтегрований профіль головних проблем, труднощів та запитів представників етнічних спільнот, котрі залишилися на окупованій території, є складним конгломератом особистісних та суспільно-ціннісних чинників, між якими далеко не завжди вдається встановити чітку кореляцію.

Природно, що міркування, ініціативи та пропозиції наших земляків значною мірою різняться, залежно від тих обставин і умов, у які вони потрапили, починаючи з 24 лютого 2022 року.

**Аналіз** відповідей стосовно причин/обставин життя в окупації дає змогу виокремити такі причини та суб'єктні характеристики стану справ, що утримують багатьох людей на окупованій території: матеріальні — побоювання втратити житло («Будували дім самі, нікуди буде вертатися, у будинку поселяться окупанти»), моральні («Не можемо полишити батьків похилого віку», «Священники не покидають своїх вірян»), а також страх перед невідомістю.

Виявлений притаманний усім респондентам страх перед війною та усвідомлення її незворотності й наслідків прогнозовано засвідчують, що фізичне здоров'я та безпека — найважливіші цінності для людини за цих умов. Тому нагальними стають питання запобігання психологічній утомі, попередження ризиків психологічних травм, а також дослідження емоційного інсайту та пошук механізмів допомоги мешканцям окупованих територій у виході з психологічних криз.

Аналіз зазначених респондентами основних характеристик простору виживання людини дає змогу констатувати такі базові проблеми сьогодення в окупації: а) продовольчу проблему та брак вітчизняних продуктів; б) брак ліків; в) страх за власне життя; г) утиски мирного населення; д) нестачу грошей, зокрема неможливість отримати пенсію, відсутність банківського зв'язку з Україною тощо.

Тому надзвичайної важливості набуває гуманітарна підтримка членів громади, що з різних причин залишаються під окупацією.

Фінансові, побутові та психологічні проблеми мешканців тимчасово окупованих територій, попри свою першочерговість і різноманітність, не заважають нам виокремити найактуальніші соціальні спрямування думок респондентів.

Більшість опитуваних так чи інакше заторкують у своїх інтерв'ю широчезне коло проблем, що цілком зрозуміло — з огляду на реальне становище цих людей на окупованих територіях.

Звернімо увагу на такі важливі аспекти, як обстоювання української ідентичності та потреба в дерусифікації культурного простору громади. На жаль, значну частину цих спрямувань щодо окупованих територій поки доведеться винести за межі досяжного. Водночас значний масив висловлених очікувань безпосередньо стосується того, що сьогодні відбувається на очах членів громади і бачиться актуальним уже зараз.

Зокрема, ми маємо різноманітні тлумачення респондентами значення чинників медіа-простору — від зменшення важливості засобів масової інформації за умов окупації та визнання впливу мас-медіа окупантів до констатування доцільності протидії такому впливу та потреби у прориві інформаційної блокади.

Більшість міркувань вказує на те, що люди чекають на обнадійливі новини та конкретні вияви нашої підтримки у складних, а часом і нестерпних обставинах.

Наприклад, сегмент опитування «*Освіта в окупації*» засвідчує такі проблеми мешканців громади: «Цілковита відсутність умов», «Відсутність зв'язку», «Страх за дітей», а також ризики переслідування через навчання та викладання за українськими дистанційними програмами або ж брак елементарного інформаційного й технічного забезпечення в умовах окупації.

Респонденти, крім того, зазначають потребу в інформаційній, освітній і просвітницькій підтримці та організації «зелених коридорів».

Не менш нагальними є виокремлені у відповідях респондентів етнокультурні проблеми багатонаціональної спільноти в окупації, де фіксуються численні випадки мародерства, різних форм насильства з боку окупантів, етичної девіації колаборантів тощо. Члени громади єдині в своїх міркуваннях стосовно потреби в ретельному дослідженні мотивів діяльності в умовах окупації, у фіксації діяльності конкретних політиків, чиновників та юридичних осіб, які закликають підтримувати Росію та готові співпрацювати з окупантами, в інкримінації зради працівникам правоохоронних органів, які порушили присягу, в позбавленні освітян-перебіжчиків права обіймати посади та ін.

Отже, ми маємо докладати всіх зусиль для виявлення найменших ознак тиску та порушення елементарних прав етнічних меншин і вірян усіх конфесій нашого регіону. Ми маємо наполегливо документувати зібрані свідчення та звертатися до світової спільноти на всіх досяжних рівнях для протидії етноциду, культурному і релігійному шовінізму на окупованих територіях. Ми маємо виявити й документально підтвердити всіх конкретних винуватців таких ексцесів та добитися справедливого і невідворотного покарання їх.

Результати проведеного нами аналізу демонструють, що потреби у сегменті «*Запити до міської влади*» характеризуються переважно стандартними для поточної ситуації позиціями:

**1. Запити актуального сьогодення:** безпека, гуманітарна підтримка громади, що залишилася в окупації, інформаційна та просвітницька підтримка, організація «зелених коридорів», удосконалення діяльності влади в інформаційному просторі

рі, детальне інформування громадян щодо поточного стану справ, спротив дезінформації, налагодження зв'язку із владними структурами, психологічна підтримка, ідентифікація зрадників та колаборантів.

**2. Першочергові запити до міської влади після деокупації:** притягнення до відповідальності колаборантів, справедливий суд над ними, покарання мародерів, ухвалення міських програм, спрямованих на забезпечення першочергових потреб громадян, на відшкодування збитків, а також на відновлення роботи соціальної/культурної/медичної інфраструктури міста.

**3. Довготермінові запити до міської влади після деокупації:** патріотизм і громадянська позиція муніципальної поліції, відданість батьківщині з боку Служби безпеки України, довіра та взаємна підтримка, конструктивний діалог із громадою, безпека мешканців громади в повоєнний час, підтримка пенсіонерів, створення робочих місць, розвиток підприємництва.

Очевидно, що виявлені в дослідженні проблеми та шляхи можливих рішень є комплексними і тому потребують системного та поетапного реагування. Стосовно перших двох позицій наші рекомендації у загальній формі охоплюють такі напрями:

- оперативне інформування мешканців тимчасово окупованих територій про зусилля народу, держави, наших друзів і партнерів у боротьбі з російською ордою та про невідворотність перемоги над агресором і відновлення української влади;
- моніторинг гуманітарної ситуації, потреб мешканців, можливостей організації нових каналів невідкладної допомоги;
- організація поточного моніторингу та документування актів етноциду, культурного й релігійного шовінізму з боку окупантів і колаборантів на території громади;
- технологічна організація каналу для виявлення, документування, інформування світової спільноти та постійного деталізованого розголошення воєнних і гуманітарних злочинів окупантів та колаборантів на території громади;
- згуртованість і цілеспрямованість дій усіх ланок надання такої допомоги.

У контексті окреслених вище труднощів для проведення соціологічного дослідження в умовах окупації вкажемо на значну гіпотетичність відповідей щодо завдань третьої позиції (себто довготермінових запитів) — адже вони стосуються післяокупаційного майбутнього, де важливу роль відіграють такі соціальні цінності, як довіра та взаємопідтримка, конструктивний діалог із владою та важливість набуття місцевим населенням рис гостинності, відкритості й співчуття. Тому поряд з актуальним соціетальним аспектом особливої цінності для визначення перспектив серед мешканців громад на окупованих територіях набуває соціологічна розвідка їхніх соціальних установок на майбутнє. Особлива значущість цих поглядів, висловлених у важких і небезпечних умовах окупації, полягає насамперед у реальному випробуванні їхніх носіїв обставинами небезпеки, щоденного фізичного і морального тиску з боку органів окупаційної влади.

Ми виходимо з гіпотези, що ідея розвитку деокупованої території громади в такому середовищі багатовимірно осмислюється суб'єктами та екстраполюється на соціальні явища в побутовому, територіальному й загальнодержавному вимірах, суб'єктно кристалізується та спрямовується на виконання конкретних завдань.

Тому важливим спрямуванням соціологічного дослідження обставин і умов життя наших співгромадян на окупованих територіях у єдино можливому сьогодні

дистанційному форматі буде визначення основних конструктивних індивідуальних та соціальних установок мешканців громади. Однак перехід до вивчення ціннісних векторів, що характеризуватимуть спільноти Мелітопольської громади після деокупації, передбачає детальний розгляд мотиваційних характеристик містян. Тому, зрештою, чи не найбільш значущими для використання в соціологічному вивченні еволюції громади уже в найближчій перспективі є мотиваційні аспекти особистої активності та участі респондентів для підвищення рівня довіри та забезпечення успішної міжетнічної взаємодії у деокупованому Мелітополі.

Серед найпоширеніших чинників, що спонукатимуть членів міської громади Мелітополя до активного життя у повоєнні часи, респонденти визначають: громадську відповідальність, національну та етнічну ідентичність, небайдужість до життя міста, можливість впливати на зміни в місті та долучатися до ухвалення рішень, почуття відповідальності за майбутнє та добробут, повернення до мирних умов і повноцінної професійної діяльності, можливість особистісного розвитку, розбудову громадського життя в місті, відновлення зруйнованого та втраченого, активність на благо громади.

Доречно процитувати окремі змістові характеристики думок учасників опитування: «Ми будемо робити все, що від нас залежить і навіть те, що не залежить... для того, щоби ми змогли на ці процеси вплинути, щоби наше місто стало квітучим, а люди — веселими й щасливими та жили в безпеці»; «... дуже хотілося б, щоби в нас була робота, щоби ми жили ще краще, набагато краще, ніж до війни»; «... буде робота для соціологів, для людей науки — щоби просто оцінити вплив того чи іншого явища».

Результати нашого дослідження показують, що, незважаючи на різні обставини та відмінності ситуацій, у яких опинилися члени мелітопольської громади, вони єднаються в заповітному бажанні — повернутися до своїх осель, відбудувати зруйноване, воз'єднати родинні кола та відновити товариські зв'язки після перемоги.

Наше дослідження, крім того, підтверджує, що у мешканців громад на тимчасово окупованій території Мелітопольщини сьогодні є установки, мотивація та емоції, які дають їм наснагу до спротиву. Наші співвітчизники усвідомлюють ключову відмінність громадян України різних національностей, віросповідання та мови від ординців, і в ці тяжкі часи головними принципами згуртованості наших громадян лишаються високі й водночас прості речі — Чесність, Щирість, Віра в Правоту і Силу Добра, у Братство та Взаємодопомогу!

А соціологічна наука уже сьогодні здатна слугувати цій справі, ефективно виявляти больові точки громад та етнічних спільнот на окупованих територіях, коригувати механізми протидії тиску з боку окупантів на суспільну свідомість та закласти ґрунт ефективних стратегій відновлення українських громад. Саме ці стратегії та практики продовжують відігравати принципову роль у нашому русі до перемоги і в конструюванні нового суспільного порядку після війни.

Ми маємо зробити все, що від нас залежить, і навіть те, що за інших обставин було би неможливим, — для того, щоби усі, хто перебуває в окупації, не втрачали віру в дівість наших спільних зусиль!

Завдяки цим зусиллям сьогодні пишуться вікопомні сторінки в новітній історії міської громади міста Мелітополь!

Сьогодні ми, як ніколи досі, доводимо самі собі й усьому світу, чого ми варті як громада. Тож шануймося, бо ми того варті!



*Теми усних виступів та надісланих презентацій від решти учасників  
круглого столу «Достовірність соціологічного знання»*

*Виклики для масових соціологічних опитувань в Україні в умовах війни* (Володимир Паніотто, Київський міжнародний інститут соціології; Національний університет «Києво-Могилянська академія»)

*Достовірність результатів соціологічних досліджень — валідність, надійність і проблеми розуміння репрезентативності* (Юрій Савельєв, факультет соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка)

*Виклики достовірності даних кількісних соціологічних досліджень і суб'єктивна надійність респондентів під час російсько-української війни* (Тетяна Любива, Інститут соціології НАН України)

*Оцінювання якості масового опитування в складних реаліях сьогодення: аналіз масиву відмов та розрахунок показника досяжності респондентів — на прикладі загальнонаціонального опитування* (Олена Князева, Інститут публічної служби та управління Національного університету «Одеська політехніка»; соціологічний інформаційно-дослідницький центр «Пульс»)

*Достовірність, валідність, надійність: оберіть зайве* (Олександр Виноградов, факультет психології Київського національного університету імені Тараса Шевченка)

*Причинно-наслідкові зв'язки як індикатор достовірності соціологічних даних* (Грина Мариніч, Інститут соціології НАН України)

*Методологічні підходи до підвищення надійності результатів вибіркового обстеження населення* (Володимир Саріюгло, Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України, м. Київ)

*Дискурсивні маркери достовірності емпіричного соціологічного знання* (Олександр Стегній, Інститут соціології НАН України)

*Проблеми повноти та достовірності у стратегічній інформації стосовно уразливих до ВІЛ соціальних груп у країнах Східної Європи й Центральної Азії* (Максим Касянчук, Інститут соціології НАН України; Євразійська коаліція зі здоров'я, прав, гендерного та сексуального різноманіття, м. Таллінн, Естонія)

*Проблема об'єктивності якісних досліджень: як оцінити «якість» якісного дослідження?* (Олена Князева, Інститут публічної служби та управління Національного університету «Одеська політехніка»; соціологічний інформаційно-дослідницький центр «Пульс»)

*Культурна та соціальна системологія в дослідженнях соціальних систем* (Юрій Романенко, Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка)

*Пошуки достовірності в умовах війни: досвід з-за «стіни». За даними проекту «Хроніки»* (Олена Конєва, незалежна соціологічна спільнота «Extreme Scan»)

*Візуальні символи в українських епічних творах у контексті проблематики соціології мистецтва* (Євген Корень, факультет лінгвістики та соціальних комунікацій Національного авіаційного університету, м. Київ)

*Отримано 21.01.2023*