

©1994 г.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ МОНИТОРИНГ

В марте 1993 г. приступил к исследованиям временный творческий коллектив «Мониторинг». Наш корреспондент Э.Н. Фетисов встретился с акад. Т.Н. Заславской, рассказавшей о его работе.

Э. Фетисов: Татьяна Ивановна, уже почти восемь месяцев действует социологический мониторинг, научным руководителем которого Вы являетесь. Между тем научная общественность знает немного о его работе. Что побудило организовать мониторинг, какие идеи, цели преследовались при этом? В России существует сравнительно большое количество социологических групп, центров, институтов, организаций, занятых исследовательской деятельностью. Они проводят опросы общественного мнения, фиксируя так или иначе отношение людей к различным событиям и процессам общественной жизни, имеют определенный аналитический опыт. Пожалуй у нас еще никогда не наблюдалось такой социологической активности, как сегодня. Буквально каждая солидная газета или журнал стремятся опубликовать результаты опросов, причем самого различного масштаба и качества, открыта для широкого доступа и статистика. Наш журнал всегда поддерживал и будет поддерживать развитие исследований в стране, но, согласитесь, требования к социологической информации, ее надежности, полноте должны возрасть. Мониторинг — достаточно новое слово для нашей социологии и хотелось бы услышать, какими возможностями располагает Ваш коллектив? И что вообще представляет собой мониторинг общественного мнения?

Т.Заславская: Говоря о социологическом мониторинге, мы имеем в виду некоторую целостную систему отслеживания происходящих в обществе перемен на основе исследования и анализа массовых представлений о них. В нашем случае это представления респондентов о сложнейших процессах движения российского общества от посттоталитаризма к демократии и от планово-распределительного хозяйства — к рыночному. При этом важно, с моей точки зрения, выделять процессы, отражающие, во-первых, политические и социокультурные условия, во-вторых, прямые социальные результаты и, в-третьих, непланируемые отрицательные последствия преобразования общественно-экономической системы России. Процессы первого типа, развиваясь более-менее независимо от экономических перемен, вместе с тем задают их внешние рамки. К ним можно отнести изменение доверия к органам власти и политическим лидерам, борьбу ветвей и иерархических уровней власти, распространение коррупции и криминализацию государственного управления, распространение межнациональных конфликтов и т.п. Второй тип составляют процессы, выражающие социальную сущность экономических перемен и потому неотделимые от последних: изменение критериев социальной стратификации общества, формирование новых социальных слоев, углубление имущественных различий, преобразование системы трудовых отношений, формирование рынка труда, универсализация потребительских рынков, либерализация системы социальных гарантий и т.д. В отличие от этого процессы третьего типа отражают спонтанные (часто не прогнозируемые) последствия реформ, чаще всего отрицательные. Это — своего рода социальная плата за выход общества из тупика. Примерами служат распад хозяйственных связей предприятий,

сепаратизация республик, кризис неплатежей, свертывание производства, нарастание инфляции, упадок науки, культуры, образования и проч.

Конечно, сегодня условия работы социологов и органов государственной статистики иные, чем прежде, продвижение вперед очевидно, но тем не менее ни общественность, ни властные структуры в Центре и на местах не обеспечены надежной информацией об идущих в стране экономических и социальных процессах. Надежную «обратную связь» управления может обеспечить только достаточно полная, достоверная, оперативная и дифференцированная информация о восприятии реформ людьми. Ведь «обычные» социологические исследования проводятся по разным темам, в разное время, в разных регионах и социальных группах, с помощью разных социологических инструментов и методов. В результате получаемая информация, как правило, совершенно не сопоставима. Большая часть социологической информации поступает к пользователям, успев устареть. Это только одна из причин слабой информированности политиков о сдвигах как в самом обществе, так и в настроениях, интересах, установках, оценках, мнениях, ожиданиях, намерениях разных общественных групп. Главная цель нашего мониторинга — обеспечить российское общество свежей, достаточно полной и дифференцированной социологической информацией.

Не скрою, практическая организация мониторинга наталкивается на огромные трудности. Начало действительных реформ, динамизм общественных перемен требуют постоянного обновления информации, а значит, оперативности и регулярности ее получения. Понятно, для этого необходимы соответствующие условия — четкая и слаженная организация всех звеньев сбора, обработки и анализа информации, мощная техническая база, высококвалифицированные кадры, компетентный методический контроль за реализацией проекта и, разумеется, достаточное финансирование. Центры, располагающие этими условиями, редкое явление, их единицы. Надежные данные о том, что реально происходит в нашей стране и что об этом думают люди, — непростая задача. Процессы преобразования российского общества находятся в сложном переплетении друг с другом. Чтобы в них разобраться, отечественным и зарубежным политикам, экспертам и политически активным гражданам нужна независимая и достоверная информация с мест: какая обстановка складывается в тех или иных регионах, что меняется в экономических отношениях, положении общественных групп и слоев, как происходящие перемены воспринимаются людьми и выражаются в их поведении. Такую информацию способен дать только всероссийский социологический мониторинг. Одновременно он может содействовать разработке такой политики преобразований, которая больше отвечала бы социокультурным характеристикам россиян, особенностям их массового сознания.

Э.Ф.: Замысел мониторинга весьма интересен. Если я не ошибаюсь, впервые наши социологи непосредственно ставят перед собой давно назревшую задачу — давать такую информацию, которая необходима для всесторонней и целостной картины процесса российских реформ и отношения к нему различных социальных групп, населения регионов, областей, словом, реакции неоднородного массового сознания людей. Очень важно также, что обозреваться будут не только политическая, но и экономическая, социальная, культурная сферы общественной жизни, их взаимосвязь. Вместе с тем создается впечатление, что результаты исследований главным образом предназначены для политиков. Не получится ли так, что государственные органы монополизировали пользование данными? Что делать, например любознательному гражданину, не наделенному особым статусом?

Т.З.: Предусмотрено научно-информационное обеспечение как институциональных структур России, так и отдельных граждан. Данные предназначены для всех заинтересованных организаций и лиц. Ими могут воспользоваться аналитико-прогностические центры правительственных и общественных организаций, научно-исследовательские институты, ученые-обществоведы, зарубежные исследователи России, региональные органы власти, средства массовой информации, университеты,

академии и т.д. У любого человека есть такая возможность. Значительная часть наших данных публикуется в ежемесячных выпусках Информационного бюллетеня мониторинга (ИБМ), распространяемого по свободной подписке. Пять выпусков уже вышли, шестой находится в издательстве. Цена подписки — 2500 руб. за шесть выпусков второго полугодия, каждый объемом по 10 п.л., — номинальная, она не сопоставима с себестоимостью издания, не покрывает ее и на четверть. Оформление подписки мы рассматриваем лишь как подтверждение того, что данному потребителю ИБМ действительно нужен.

Но в ИБМ, несмотря на его солидный объем, попадает лишь малая доля собираемой информации: для ее полной публикации нужно много толстых томов. Данные, не попадающие в ИБМ, передаются в Банк данных, открытый для всех желающих. Пока наплыва потребителей нет, пользоваться им можно бесплатно, в дальнейшем же не исключена плата, компенсирующая операционные расходы Банка на подготовку и выдачу информации.

Э.Ф.: Выпуск бюллетеня с соблюдением графика говорит в сегодняшних условиях о многом. Судя по всему, мониторинг — это крупная «социологическая фабрика», работающая по жесткому регламенту. Если это так, то у вас вряд ли найдутся конкуренты. Нужна соответствующая организация всего дела. Что представляет собой эта сторона мониторинга?

Т.З.: Вы совершенно правы, говоря о «социологической фабрике». Главным текущим выходом мониторинга, его «готовой продукцией» служит информационный бюллетень, очередной выпуск которого сдается в издательство 5-го числа каждого месяца и тиражируется до 26—27-го числа. Это требует строжайшего соблюдения сроков всех предшествующих работ, начиная с коррекции и тиражирования анкет и кончая написанием статей. Пока, в течение первого полугодия, нам удавалось не сбиваться с графика.

Что касается внутренней организации мониторинга, то руководство им осуществляет Научный Совет, состав которого формируется ВЦИОМом и Интерцентром. Совет рассматривает и утверждает общую концепцию мониторинга и концепции его направлений, принимает решения о создании или ликвидации направлений мониторинга, заслушивает и обсуждает отчеты исполнительного директора мониторинга и директоров направлений, принимает стратегические решения о развитии мониторинга.

Организационное руководство работами по сбору, обработке и анализу информации осуществляет исполнительный директор мониторинга Л.А. Хахулина, а также директора направлений — Л.Д. Гудков, Л.Г. Зубова, З.В. Куприянова, Ю.А. Левада, Р.В. Рывкина. Структурными подразделениями мониторинга являются группы опросов населения, опросов работников, опросов экспертов, опросов фокусных групп, построения и контроля выборки, организации и проведения опросов, обработки к хранения информации, редакционно-издательская группа, а также специализированные группы в региональных отделениях ВЦИОМ. Организационной формой объединения этих подразделений служит временный творческий коллектив «Мониторинг».

Региональные отделения организуют банки потенциальных респондентов по месту жительства, реализуют последнее звено выборки, получают из Москвы бланки анкет, организуют и проводят полевые исследования, контролируют работу интервьюеров и качество заполнения анкет, кодируют и передают собранную информацию в Москву по электронной почте, пересылают туда заполненные анкеты.

Э.Ф.: Мне кажется, что количество проводимых в России опросов общественного мнения достигло критической точки, и сегодня качество информации — проблема номер один. Эта тема всегда провоцировала дискуссии специалистов, не обходит ее стороной и наш журнал. Какие научные и научно-методические задачи в этой связи возникают у вас? Наверное, новизна мониторинга дает себя знать?

Т.З.: Действительно, исследование такого рода организуется впервые не только в нашей собственной практике, но, пожалуй, и во всей российской социологии. Сам

масштаб мониторинга — 28 опросов за год с охватом 70 тыс. человек — уникален. Вы правы, суть, а соответственно и главная трудность, не в количестве, а в качестве информации. Отсюда необходимость разработки и затем экспериментальной проверки общей концепции мониторинга, обоснования его предметной и научно-организационной структуры (крупных направлений, периодичности проведения каждого типа опросов и т.п.). Обосновываются методы построения выборки, контролируется ее практическая реализация. Апробируются способы проведения опроса, разрабатываются и корректируются вопросники и анкеты. Усложняются и совершенствуются методы транслирования информации из регионов и ее обработки в Москве. Результаты этой работы мы намерены со временем описать в монографии «Социологический мониторинг общественных перемен в России. Методология и методика».

Что касается собственно научных задач, то они подразделяются на две группы. Первая состоит в отслеживании и анализе сдвигов в системе социально-экономических отношений; динамики условий и уровня жизни различных общественных групп; изменения их ценностных ориентации, потребностей, взглядов и настроений; отношения к политике государства и проч.

Второй, более сложный тип задач связан с проверкой ряда альтернативных гипотез дальнейшего развития нашего общества. Сюда можно отнести определение типа формирующейся в России экономической системы; эмпирическую проверку гипотез о сдвигах в социальной структуре нашего общества (трансформации его правящей элиты, возникновении среднего класса, люмпенизации массовых групп населения, расширении «социального дна» и др.); проверку высказываемых некоторыми учеными представлений о «расколотости» массового сознания россиян между либеральными и традиционными ценностями, о распространении «кризисного» и «люмпенизированного» типов сознания, мировоззренческом и нравственном кризисе общества и т.д.

Э.Ф.: Если вы не возражаете, давайте вернемся к вопросам методического и методологического характера. Вы говорили уже о целостности и полноте получаемой информации. Что для этого предпринимается в первую очередь?

Т.З.: Структура мониторинга схематически выражена в системе социальных индикаторов, которая кладется в основу всех социологических инструментов. Эта система охватывает политическую, экономическую, социальную и социокультурную сферы. Она отслеживает и объективные условия жизнедеятельности людей, и особенности их сознания и поведения. Система включает индикаторы социокультурных установок и взглядов; общего социального самочувствия; политических мнений; оценок социально-экономической ситуации; прогноза ожидаемых перемен; реального и прожективного поведения людей. Каждая группа индикаторов операционализируется в форме вопросов анкет. Поскольку мониторинг ориентирован в первую очередь на анализ динамики, система его индикаторов должна оставаться стабильной. Однако совокупность вопросов, конкретизирующих эту систему, развивается и совершенствуется на протяжении всего исследования.

Э.Ф.: Нельзя ли более подробно описать направления мониторинга?

Т.З.: Понятие «направление» связано с тем, что программа мониторинга включает опросы различных "субъектов". Первым направлением мониторинга служат опросы, репрезентирующие все взрослое население России — мужчин и женщин, молодежи и стариков, жителей города и села, работающих и безработных. Главные задачи этого направления — оценивать социальное самочувствие людей, фиксировать сдвиги в уровне и качестве их жизни.

Второе направление составляют опросы населения, занятого в различных социальных секторах и отраслях экономики, на крупных и мелких предприятиях (организациях) и являющегося главным субъектом экономической жизни. К этой категории населения обращена большая часть вопросов об экономических отношениях, состоянии рынка труда, ходе приватизации производства, развитии предпринимательства и т.п.

Задача третьего направления — дополнить мнения массовых групп суждениями профессионалов, способных судить о внутренних механизмах социально-экономических процессов. Субъектами опроса здесь являются признанные авторитеты в области экономических, политических и социальных проблем. В панель экспертов включены наиболее компетентные работники «социальных» министерств и ведомств, ученые, журналисты, профсоюзные и социальные работники. Мы обращаемся к ним с вопросами о причинных связях явлений, об эффективности осуществляемых правительством мер, их вероятных последствиях и т.д.

Четвертое направление — опросы групп, играющих особую роль в преобразовании общества и требующих фокусированного внимания исследователей. Особенно важно знать позиции, оценки и взгляды директоров государственных предприятий, новых предпринимателей, фермеров, руководителей местных органов власти. Специального внимания заслуживают и «жертвы реформ» — маргинальные группы (беднейшие семьи, бездомные, безработные, социально ущемленные люди). Часть групп опрашивается регулярно, другая — время от времени.

Э.Ф.: Какова периодичность опросов, проводимых в рамках мониторинга?
Т.З.: Процессы, связанные с трансформацией российского общества, различаются скоростью протекания, а значит, и требуемой частотой измерения. При проектировании мониторинга мы приняли, что экспресс-процессы (например, изменение реакций населения на ход предвыборных кампаний или на обмен купюр) следует измерять два—четыре раза в месяц. Рост цен, состояние потребительского рынка, динамику жилищного минимума или доверия к политическим институтам и другие быстротекущие процессы надо замерять раз в один—два месяца. Процессы средней скорости (приватизацию государственной собственности, осуществление земельной реформы, изменение рынка труда, распространение безработицы) можно измерять два—четыре раза в год; а еще более медленные процессы (скажем, сдвиги в социокультурной сфере, перестройку мировоззрения, изменение нравственных представлений) достаточно контролировать раз в один—два года.

Исходя из этого и строилась первоначальная программа мониторинга, «несущей конструкцией» которой служили ежемесячные и ежеквартальные опросы населения, в то время как еженедельные экспресс-опросы по наиболее актуальным проблемам и ежегодные специализированные опросы по нескольким темам проводились ВЦИОМ за рамками мониторинга.

Добавлю следующее. Фиксируемые нами сдвиги в социально-экономической ситуации, а тем более в массовом сознании, невелики, хотя определенная динамика наблюдается. Это можно заметить, посмотрев данные, опубликованные в ИБМ. Как раз сейчас мы анализируем статистическую значимость различий между распределениями ответов на одинаковые вопросы через разные интервалы времени. Возможно, в дальнейшем периодичность основных опросов будет увеличена с одного месяца до двух. Возможно, и специализированные опросы будет достаточно проводить не раз в четыре месяца, как сейчас, а раз в шесть или восемь месяцев.

Э.Ф.: В чем заключаются, на Ваш взгляд, особенности социологического инструментария мониторинга?

Т.З.: Главная особенность инструментария состоит в целостности, системности, которая обеспечивается строгой привязкой всех инструментов к общей системе индикаторов. Каждое направление исследования и каждый инструмент опираются на специфический набор индикаторов, выбираемых из общей системы. Причем, эти наборы частично пересекаются, т.е. один индикатор может операционализироваться вопроса-ми, обращенными и ко всем группам населения, и к экспертам, и к предпринимателям. При этом осуществляется контроль за тем, чтобы в исследовании были задействованы, если не все, то подавляющее большинство индикаторов включенных в систему.

Э.Ф.: Для оценки эффективности социологических опросов один из главных факторов — выборка. Насколько выборка мониторинга репрезентативна для населения России? Как она проектируется?

Т.З.: Проектированию выборки мы придаем исключительное значение. Общий масштаб выборки, а следовательно и возможность репрезентировать разные категории населения, ограничивается, с одной стороны, имеющимися финансовыми средствами, а с другой, технологическими мощностями ВЦИОМ. Сейчас ежемесячно опрашиваются 4 тыс. человек и раз в два месяца — еще 2 тыс. При таком масштабе выборки мы вынуждены ограничить «географию» мониторинга пятью крупными территориальными единицами. Это Москва и Санкт-Петербург; Европейский Север и Центр (Северный, Северо-Западный, Волго-Вятский и Центральный, за исключением названных городов, регионы плюс северная часть Поволжья); Урал и Предуралье; Европейский Юг (южная часть Поволжья, Черноземный Центр и Северный Кавказ); Сибирь и Дальний Восток. Помимо этих «макрорегионов», выборка взрослого населения репрезентирует: а) основные демографические группы, б) население крупных, малых, средних городов, а также сельской местности. Выборка работающего населения представляет работников: а) семи макроотраслей, б) трех социальных секторов экономики, в) пяти соподчиненных должностных категорий, г) пяти групп предприятий по количеству занятых. Что касается процедур построения выборки, фактически используемой структуры респондентов и статистической точности измерений, то это — специальный вопрос, ответ на который содержится в Информационных бюллетенях мониторинга.

Э.Ф.: У меня в руках последний выпуск информационного бюллетеня мониторинга. Полагаю, что наших читателей привлечет к себе это издание. Не могли бы вы более подробно рассказать о бюллетене?

Т.З.: С большим удовольствием. Нам хочется расширить круг его потребителей, в том числе и за счет читателей «Социса». Как я уже говорила, цель бюллетеня — информационное обеспечение. Вместе с тем он выполняет и научно-аналитическую функцию, способствует выработке более обоснованного взгляда на направления, успехи и неудачи развития общества. Сложность в том, что информационная функция требует максимальной оперативности, вторая же — вдумчивого, методологически надежного анализа данных. Однако высокая квалификация творческого коллектива мониторинга, отличная техническая база ВЦИОМ и Интерцентра плюс солидный объем ИБМ позволяют выполнять обе функции. Время между окончанием полевых исследований и публикацией их результатов в ИБМ составляет не более двух месяцев (например, в октябрьском выпуске опубликованы данные августовских опросов).

Типовой выпуск бюллетеня включает три раздела: «Общие проблемы и методология», «Анализ результатов исследований» и «Информация». Резюме выпуска (0,5 п.л.), оглавление и списки использованных вопросов анкет публикуются на английском языке.

Методологический раздел ориентирован главным образом на междисциплинарное научное сообщество. В нем публикуются элементы концепции мониторинга, методические описания конкретных исследований, обзорные статьи, анализирующие закономерности переживаемого момента и вероятные пути развития России, статьи и сообщения о конкретных линиях экономических и социальных перемен. Аналитический раздел ориентирован на тех, кто заинтересован в ознакомлении с выявленными тенденциями развития, получении готовых выводов (политики, широкая общественность, СМИ). В случае необходимости используются данные не только мониторинга, но и других исследований ВЦИОМ.

Раздел «Информация» занимает почти половину общего объема бюллетеня, что само по себе говорит о его значении. Главное содержание этого раздела составляют наборы относительно унифицированных таблиц, характеризующих особенности положения, взглядов и поведения разных общественных групп. Чтобы обеспечить сопоставимость данных во времени, во всех выпусках используются одни и те же

основания классификации респондентов: возраст, образование, основное занятие, уровень среднедушевого дохода, тип населенного пункта и макро-регион проживания; для занятых в народном хозяйстве — социальный тип предприятия (организации), являющегося основным местом работы, и профессионально-должностной статус. В этом разделе табличные данные даются без содержательных комментариев и иллюстративных материалов.

Идеология нашего временного творческого коллектива — это максимум отдачи обществу. Добиться этого мы пытаемся с помощью ИБМ и, не забудьте, Банка данных.

Э.Ф.: Позвольте мне поблагодарить Вас за ответы на вопросы, а также пожелать успеха в дальнейшей работе.

*Материал подготовил
В.В. ПЛАТКОВСКИЙ*