

ВИКОРИСТАННЯ ДАНИХ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ПРАКТИЦІ

Методологія дослідження. У ході дослідження використано історичний та порівняльно-історичний методи, систематизацію, класифікацію та групування, контент-аналіз.

Результати. Здійснені дослідження журналістської практики підтверджують, що найбільшого поширення в засобах масової інформації набуло використання даних опитувань громадської думки, особливо в період передвиборчих компаній, рідше висвітлюють результати моніторингових досліджень різних параметрів життєдіяльності населення. Підсумовуючи результати дослідження сучасних практик використання неопитувальних методів збору даних у соціології, можна зробити висновок, що, незважаючи на значний розвиток цього напрямку досліджень, досвід їх використання є доволі обмеженим. Найчастіше вони є допоміжними джерелами соціологічних даних, тоді як опитувальні методи зберігають лідерські позиції. Особливістю сучасних міжнародних досліджень є велика поліфонічність методів, серед яких приблизно однаково представлені онлайн-опитування, інтерв'ю за допомогою комп'ютера, телефону та на папері. Водночас у вітчизняних дослідженнях домінують особисті та глибинні інтерв'ю. Крім того, комбінування методів дослідження є досить поширеною практикою при вивченні громадської думки. Здійснено аналіз рівня використання наукових методів та відповідності дійсності практики висвітлення даних соціологічних досліджень у журналістській діяльності. Порушено проблему непрофесійної або неупередженої інтерпретації даних соціологічних досліджень, що призводить до викривлення змісту та результатів певних опитувань. Розглянуто певну сукупність методів емпіричних досліджень, які застосовують залежно від накресленої мети та завдань у журналістській практиці. Виділено найпоширеніші практики використання новітніх неопитувальних методів збору даних щодо різних категорій населення. Надано рекомендації щодо інтерпретації результатів опитувань громадської думки та їх неупередженого подання в засобах масової інформації.

Новизна. У межах статті здійснено аналіз рівня використання наукових методів та відповідності дійсності практики використання даних соціологічних досліджень у журналістській діяльності.

Практична значущість. Результати дослідження можуть бути використані для вдосконалення рівня професійності використання даних соціологічних досліджень у інформаційному просторі.

Ключові слова: генеральна сукупність, джерела інформації, дослідження громадської думки, журналістська діяльність, систематизація даних.

I. Вступ

У сучасній журналістській практиці результати соціологічних опитувань активно висвітлюють та використовують у засобах масової інформації. Соціологи й журналісти тісно співпрацюють для об'єктивного інформування суспільства щодо соціальних процесів і явищ сьогодення, а також беруть участь у формуванні громадської думки. Дані кількісних та якісних емпіричних досліджень є джерелом цінної інформації щодо соціально-економічного стану окремих верств населення та їх політичної активності. Проте, рівень професійності використання даних соціологічних досліджень в інформаційному просторі свідчить про певну некомпетентність журналістів щодо методології проведення окремих досліджень і можливості використання їх результатів для відтворення характеристик усього населення. Оскільки вибірка не може абсолютно точно відтворювати генеральну сукупність, тобто має певні відхилення від неї, у журналістській практиці необхідно враховувати помилки репрезентативності – відхилення вибіркової сукупності за певними характеристиками від генеральної сукупності. Отже, під час інтерпретації та узагальнення результатів досліджень громадської думки в засобах масової інформації потрібно враховувати та зазначати помилку репрезентативності, що існує при проведенні будь-якого дослідження із застосуванням вибіркового методу. Таким чином, для того, щоб журналісти мали можливість відрізнити професійне соціологічне дослідження від аматорського, правильно розуміти та тлумачити його результати, надзвичайно важливим є навчання представників засобів масової інформації базових вимог до проведення емпіричних досліджень.

Питання використання в журналістській практиці певних джерел інформації й методів її збору розкрито в наукових публікаціях таких учених, як: Б. Бель, О. Бурмагін, Т. Патора, О. Хоменок.

Принципи й методи роботи з аудиторією, сформовані пресою журналістикою, висвітлено в працях Г. Вартанова, В. Здорогеги, Д. Прилюка. Питанням соціальної комунікації присвячені дослідження таких науковців, як: К. Беррі, М. Каган, В. Конечька, Ч. Кулі, Г. Лассуел, А. Пулфоро, В. Різун, П. Сміт, А. Урсул, О. Холод, С. Чахотін, Т. Шабутані, К. Шеннон та ін.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою статті є визначення основних принципів інтерпретації даних соціологічних досліджень у журналістській практиці та розкриття методів висвітлення актуальних соціальних тенденцій.

Реалізація мети дослідження зумовила комплексний підхід до використання теоретичних, емпіричних, емпірично-теоретичних, аналітичних методів дослідження та галузевих методів соціальних комунікацій. Порівняльно-історичний метод застосовано з метою аналізу та систематизації даних щодо інтерпретації результатів соціологічних досліджень у журналістській практиці. Для визначення особливостей і чинників проведення окремих видів емпіричних досліджень стали в пригоді систематизація, класифікація та групування.

III. Результати

Використання даних емпіричних досліджень для покращення журналістських повідомлень та надання структурованої інформації громадськості має давню історію. Подібна практика вперше мала місце в 1952 р. у телекомпанії CBS з метою надання прогнозу результатів президентських виборів. З 1960-х рр. журналісти шукали спосіб незалежного контролю за владою шляхом аналізу баз даних державних архівів, а також за допомогою соціологічних методів дослідження. Прихильники цього напрямку намагалися виявляти певні тенденції, спростовувати поширені в громаді помилкові уявлення та розкривати факти неправомірної діяльності органів державної влади. Наприклад, Філіп Мейєр спробував спростувати повідомлення про заворушення 1967 р. в Детройті, щоб показати, що участь у них брали не лише погано освічені мешканці Півдня США. Цикл статей Білла Дедмана «Колір грошей» у 1980-х рр. розкрив систематичні расові упередження в політиці надання позик, притаманні великим фінансовим установам. У статті «Що пішло не так» Стів Дойг аналізував типові закономірності ушкоджень від урагану «Ендрю» на початку 1990-х рр., щоб зрозуміти вплив неякісної політики та практики міського будівництва та розвитку [2].

На початку 1970-х рр. термін «точна журналістика» вживали для опису певного способу збирання новин. Вважали, що точну журналістику застосовуватимуть потужні медійні організації, залучаючи фахівців, обізнаних як із журналістикою, так і з соціальними науками. Точну журналістику розглядали як реакцію на типові, часто цитовані слабкості та неадекватні прояви журналістики: залежність від прес-релізів, схилання до провладних джерел інформації, – що було наслідком відсутності практики використання наукових методів, таких як опитування та контент-аналіз. Точна журналістика, яку застосовували в 1960-х рр., надавала змогу представляти групи меншості та їх повідомлення. За Філіпом Мейєром, «точна журналістика була способом розширити інструментарій репортера так, щоб раніше недоступні теми могли стати темою ретельного журналістського розгляду. Це було особливо корисним для того, щоб почути голос меншості та груп інакомислячих, які боролися за право бути представленими в ЗМІ» [2]. У 1970–1980-х рр. розуміння громадськістю того, що таке новини, розширилося від обмеженої концепції «новина про подію» до «ситуаційного репортажу», чи висвітлення соціальних тенденцій. Використовуючи бази даних, наприклад, переписів населення чи соціологічних досліджень, журналісти мали можливість «просунути далі за повідомлення про окремі, ізольовані події й створити контекст, який надає цим подіям значення» [3, с. 59]. Проте, на цьому етапі розвитку журналістики виникає проблема непрофесійної або неупередженої інтерпретації даних соціологічних досліджень, що призводить до викривлення змісту та результатів певних опитувань.

Сучасна соціологія володіє певною сукупністю методів, які застосовують залежно від накресленої мети та завдань дослідження. Узагальнивши всі методи, їх можна поділити на кількісні та якісні, при цьому головна відмінність між ними полягає в підходах. У кількісних дослідженнях, насамперед, застосовують значний обсяг вибірки, що надає змогу провести статистично обґрунтований аналіз отриманої інформації. У якісних методах досліджень число учасників може бути невеликим, оскільки головний фокус робиться на вивченні глибинних причин і мотивів респондентів. Якісні дослідження можуть передувати кількісним, їх використовують переважно для формулювання гіпотез, які далі перевіряють на великих вибірках, а також їх можуть проводити після кількісного дослідження, поглиблюючи та уточнюючи ті факти, що постали з результатів масових опитувань.

Серед кількісних методів, які найчастіше застосовують, варто, насамперед, відзначити опитування громадської думки. До якісних методів належать, передусім, фокус-групи та глибинні інтерв'ю. Соціологічні опитування є методом збирання інформації за допомогою постановки запитань певній групі людей – респондентів, відібраних за визначеним принципом. Ця відібрана сукупність за основними параметрами має репрезентувати генеральну сукупність, тобто ту спільноту, на яку надалі поширюватимуться висновки опитування. Це може бути певний населений пункт, виборчий округ, певна соціальна чи професійна група або країна загалом. Розрізня-

ють різні способи опитування: поштове, телефонне або за адресою проживання респондента. Моніторингові соціологічні опитування мають на меті з'ясування динаміки громадської думки, простежування змін, які відбуваються. Надзвичайно важливою для моніторингових опитувань є однаковість формулювання поставлених запитань та набору відповідей. Таким чином, можна зробити висновок, чи справді відбулися зміни в громадській думці, чи вони є наслідком інакше поставленого запитання або збільшення (зменшення) набору відповідей. В Україні найбільш ґрунтовний моніторинг громадської думки населення уже впродовж багатьох років здійснює Інститут соціології Національної академії наук [8]. Він включає понад 300 питань із різних сфер: економіки, політики, соціального самопочуття, стану здоров'я, рівня матеріального добробуту тощо [9].

Відповідно до теорії та практики соціологічних досліджень, до неопитувальних методів збору даних належать спостереження, експеримент, тести, традиційний аналіз документів і контент-аналіз. Проте, сучасна емпірична практика соціологічних і соціальних досліджень демонструє значне розширення інструментів у цій сфері. Сьогодні соціальні дослідники звертаються до великих масивів даних, які мають неопитувальне походження, генеруються повсякденною практикою й фіксуються завдяки сучасним технологіям. Прикладами таких даних є інтернет-активність, а саме патерни відвідування сайтів, пошукові запити, онлайн-покупки, активність у мобільних додатках, участь у програмах лояльності, авторський контент у соціальних мережах тощо. Крім цього, джерелами даних є банківські операції, дані сенсорів, інформація про дорожній рух тощо [1]. Експансія цифрових технологій практично в усі сфери життєдіяльності сучасної людини кардинально змінила звичне сприйняття соціальної реальності, доповнивши її онлайн-овою складовою. У результаті соціологічні дослідження поступово стали мігрувати з off-line простору в on-line, а новітні неопитувальні методи набувають дедалі більшого значення.

Можна виділити три найпоширеніші практики використання новітніх неопитувальних методів збору даних: інкорпорування їх у дослідження опитувальними методами як допоміжного інструменту, використання як одного з «рівноправних» методів у мультиметодному дослідженні й залучення неопитувального методу як самостійного та основного інструменту збору даних. Соціологічна традиція комбінування методів збору даних в емпіричному дослідженні соціальних явищ бере витоки в працях класиків кількісних опитувань, але подальший її розвиток відбувався переважно в якісних дослідженнях Кемпбелл щодо «триангуляції» як засобу валідизації й появи обґрунтованої теорії (grounded theory), «постійний метод порівнянь» якої включає зіставлення даних із різних джерел. Поява нових технологій соціальних досліджень привела до зростання форми інтеграції даних [1].

В Україні нагляд за дотриманням правил публікації даних соціологічних досліджень здійснює Комісія з журналістської етики. Для ілюстрації її діяльності наведемо приклад розгляду скарги Коаліції громадських організацій щодо публікації даних соціологічних опитувань у інтернет-виданні GordonUA. У скарзі зазначено, що публікації містять ознаки маніпуляцій із соціологічними опитуваннями, зокрема, у новині «Тимошенко залишається лідером президентських перегонів – опитування» від 28 січня 2019 р. йдеться про дані аналітичної групи «Соціопрогноз», отримані в період з 17 до 26 січня 2019 р. Натомість у новині «Порошенко оголосив про намір балотуватися на другий строк» від 29 січня 2019 р. наведено дані грудневого дослідження Фонду «Демократичні ініціативи», відповідно до якого найвищий рейтинг у суб'єкта моніторингу Юлії Тимошенко – 16%, у суб'єкта моніторингу Петра Порошенка – 13,8%, він на другому місці. Це може свідчити про ознаки порушення Кодексу етики українського журналіста, зокрема ст. 11, відповідно до якої не допускається вибіркоче цитування соціологічних досліджень, яке може призвести до викривлення змісту. У висновку Комісії було визначено, що публікація «Тимошенко залишається лідером президентських перегонів – опитування» містила інформацію щодо назви організації, що проводила опитування, замовників опитування, часу проведення, території охоплення, соціологічної вибірки, точного формулювання питання опитування та можливої статистичної похибки. Публікація не містила безпосередньо інформації про метод опитування, водночас стаття включає посилання на саме дослідження, де зазначено, що методом збору результатів було особисте формалізоване інтерв'ю. Публікація «Порошенко оголосив про намір балотуватися на другий строк» містила інформацію про дані опитування фонду «Демократичні ініціативи», що були оприлюднені 28 грудня 2018 р. Проте жодних інших даних про особливості цього соціопитування у публікації не наведено. У своєму листі редакція видання GordonUA вказала, що в цій публікації є пряме посилання на повну новину, де опитування також наведено повністю, із датами проведення включно. Водночас і зазначена новина не містить, наприклад, інформації про замовників опитування, розміру та способу формування соціологічної вибірки опитаних, методу опитування, точного формулювання питань, можливої статистичної похибки. Зважаючи на це, Комісією було встановлено, що видання GordonUA допустили порушення ст. 6 Кодексу етики українського журналіста, зокрема через незабезпечення права громадян на повну інформацію про факти та події. Комісія наголошує на важливості зазначення повної інформації, що стосується соціологічних досліджень для того, щоб уникнути будь-яких маніпуляцій та спо-

творення висновків, а також щоб надати читачам можливість самостійно оцінити результати таких опитувань та їх надійність. Комісія також встановила, що GordonUA допустили порушення ст. 11 Кодексу етики українського журналіста [4].

При висвітленні результатів соціологічних досліджень журналісти мають дотримуватися таких правил:

- не інтерпретувати результати опитувань на користь того чи іншого політичного кандидата, відокремлювати факти від коментарів;
- обов'язково зазначати повну назву організації, що проводила опитування, та замовників опитування;
- подавати повну інформацію про час проведення, територію, яку охоплювало опитування, розмір та спосіб формування соціологічної вибірки, метод опитування, точне формулювання питань, можливої статистичної похибки, (відповідно до ст. 56-6 Закону України «Про вибори президента України»);
- при проведенні опитування глядачів ток-шоу, присутніх у студії, подавати текстове повідомлення «Це опитування відображає думку лише цієї аудиторії», яке має протягом всього часу оприлюднення результатів;
- суворо дотримуватися п. 11 Кодексу етики українського журналіста, згідно з яким «не допускається таке вибіркоче цитування соціологічних досліджень, яке призводить до викривлення змісту» та «журналістські опитування громадян не повинні фабрикуватися з метою отримання наперед визначеного результату» [5].

IV. Висновки

Таким чином, у журналістській практиці найбільшого поширення набуло використання даних опитувань громадської думки, особливо в період передвиборчих компаній, рідше висвітлюють результати моніторингових досліджень різних параметрів життєдіяльності населення. Підсумовуючи результати дослідження сучасних практик використання неопитувальних методів збору даних у соціології, можемо зробити висновок, що досвід їх використання є доволі обмеженим. Найчастіше вони є допоміжними джерелами соціологічних даних, тоді як опитувальні методи зберігають лідерські позиції. Особливістю сучасних міжнародних досліджень є велика поліфонічність методів, серед яких приблизно однаково представлені онлайн-опитування, інтерв'ю за допомогою комп'ютера, телефону та на папері. Водночас у вітчизняних дослідженнях домінують особисті інтерв'ю і глибинні інтерв'ю. Крім того, комбінування методів є досить поширеною практикою при вивченні громадської думки. Також надзвичайно важливим є дотримання Кодексу правил професійної етики та діяльності Всесвітньої асоціації дослідження громадської думки (WAPOR) центрами проведення соціологічних досліджень, що допоможе журналістам робити висновки, наскільки відповідають світовим стандартам процедури організації окремих емпіричних досліджень та висвітлення їх даних у засобах масової інформації. Ця стаття не вичерпує всіх аспектів окресленої проблеми, що визначає перспективи подальших наукових пошуків.

Список використаної літератури

1. Бакіров В. С., Жолткевич Г. М. Big Data як інструмент соціологічного дослідження. *Методологія і методи соціологічних досліджень в Україні: історія та сучасні проблеми*. До 70-річчя Володимира Паніотто: матер. наук. конф. 2017. URL: <http://soc-research.info/downloads/Paniotto70.zip> (дата звернення: 12.06.2019).
2. Бунегру Л. Журналістика даних: погляд у перспектив. URL: <http://texty.org.ua/pg/chapter/newsmaker/read/40161> (дата звернення: 12.06.2019).
3. Кислова О. М. Соціологія в контексті виклику «великих даних»: роль інтелектуального аналізу даних у становленні нових підходів до соціологічних досліджень. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2015. Т. 1148. С. 57–62.
4. Ознаки маніпуляції містяться в публікаціях із соціальними опитуваннями. URL: <http://www.cje.org.ua/en/node/50956> (дата звернення: 12.06.2019).
5. Опитування громадської думки: посібник для журналістів. Київ: Фонд «Демократичні ініціативи», 2012. 96 с.
6. Паніотто В., Харченко Н. Криза в методах опитування та шляхи її подолання. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2012. Т. 1. С. 3–19.
7. Рейтерович І. Аналіз соціологічний у політиці. *Політична енциклопедія / редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови)*. Київ: Парламентське видавництво, 2011. 386 с.
8. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін / гол. ред.: д.е.н. В. М. Ворона, д.соціол.н. М. О. Шульга. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2016. Вип. 3 (17). 550 с.
9. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін / гол. ред.: д.екон.н. В. М. Ворона, д.соціол.н. М. О. Шульга. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2015. Вип. 2 (16). 780 с.
10. Mersey R. D. Can Journalism Be Saved? Rediscovering America's Appetite for News. New York: Praeger, 2010. 167 p.

References

1. Bakirov, V. S. (2017). Big Data as a tool for sociological research. Retrieved from: <http://soc-research.info/downloads/Paniotto70.zip> (date of request: 12.06.2019). (in Ukrainian).
2. Bunegro, L. (2012). Data journalism: a perspective. Retrieved from: <http://texty.org.ua/pg/chapter/newsmaker/read/40161> (date of request: 12.06.2019). (in Ukrainian).
3. Kislova, O. M. (2015). Sociology in the context of the challenge of "big data": the role of data mining in the development of new approaches to sociological research. Kharkiv: Karazin V. N. Kharkiv National University, 1148, 57–62. (in Ukrainian).
4. Manipulation signs are contained in social poll posts. (2019). Retrieved from: <http://www.cje.org.ua/en/node/50956> (date of request: 12.06.2019). (in Ukrainian).
5. Opinion polls: a guide for journalists (2012). Kyiv: Democratic Initiatives Foundation. (in Ukrainian).
6. Paniotto, V. (2012). Crisis in Survey Methods and Ways to Overcome It. Kyiv: Aspect Press, 1, 3–19. (in Ukrainian).
7. Reterovich, I. (2011). Analysis sociological in politics. Kyiv: Parliamentary Publishing House, 386 p. (in Ukrainian).
8. Ukrainian society: monitoring social change. (2016). Kyiv: Institute of Sociology, NAS of Ukraine, 3 (17), 550 p. (in Ukrainian).
9. Ukrainian society: monitoring social change. (2015). Kiev: Institute of Sociology, NAS of Ukraine, 2 (16), 780 p. (in Ukrainian).
10. Mersey, R. D. (2010). Can Journalism Be Saved? Rediscovering America's Appetite for News. New York: Praeger, 167 p. (in English).

Стаття надійшла до редакції 05.10.2019.

Kodatska N., Yatchuk O., Lesiuk O. Use of Sociological Research Data in Journalistic Practice

Research Methodology. *The article's research used the historical and comparative-historical methods, systematization, classification and grouping, content analysis method.*

Results. *Studies of journalistic practice confirm that the most widespread use of public opinion polls in the media, especially during election campaigns, results of monitoring studies of various parameters of the life of the population are less frequently covered. Summarizing the results of research into current practices in the use of non-survey methods of data collection in sociology, we can conclude that, despite the significant development of this area of research, the experience of their use is quite limited. Most often they are auxiliary sources of sociological data, while questionnaires retain leadership positions. A feature of contemporary international research is its high polyphonic methods, which include online surveys, computer, telephone and paper interviews, which are approximately equally represented. At the same time, domestic research is dominated by personal interviews and in-depth interviews. In addition, combining research methods is a common practice in public opinion research. The analysis of the level of use of scientific methods and the correspondence of the reality of the practice of coverage of sociological research data in journalistic activity is carried out. The problem of unprofessional or impartial interpretation of sociological research data has been studied, which leads to distortion of the content and results of certain surveys. A certain set of methods of empirical researches which are applied depending on the outlined purpose and tasks in journalistic practice are considered. The most common practices of using the latest non-survey methods of data collection for different categories of population are highlighted. Recommendations were given on the interpretation of the results of public opinion polls and their impartial presentation in the media.*

Novelty. *The article analyzes the level of use of scientific methods and the correspondence of the reality of the practice of the use of sociological research data in journalistic activity.*

The practical significance. *The results of the study can be used to improve the level of professionalism of using sociological research data in the information space.*

Key words: *general population, sources of information, public opinion research, journalistic activity, systematization of data.*