

Рахимбеков К.Е.,  
Садибеков Е.О.

**Построение выборки  
в регулярных количественных  
исследованиях общественного  
мнения (омнибус опросах)  
Всероссийского центра  
изучения общественного  
мнения и Левада-Центра**

Rakhimbekov K.E.,  
Sadibekov E.O.

**Building sample in regular  
quantitative public opinion  
research (omnibus poll) in  
Russian Public Opinion Research  
Center and Levada Center**

Рахимбеков К.Е.,  
Садибеков Е.О.

**Қоғамдық пікір зерттеулердің  
Бүкілресейлік орталығында  
және Левада-Орталығындағы  
ұдайы өткізілетін  
сандық қоғамдық пікірді  
зерттеулердегі іріктеуді  
құрастыру**

В статье изучается методика построения выборки в количественных исследованиях общественного мнения (омнибус опросах), осуществляемая в двух авторитетных российских организациях – Всероссийском центре изучения общественного мнения и Левада-Центре. Омнибус-опросы занимают особое место в деятельности двух организаций и уже давно стали играть видную общественную роль. Авторами теоретически изучаются вопросы объема и вида выборки. Акцентируется внимание на основных признаках вероятностной выборки, которая применяется в организациях (а, именно, вероятностная стратифицированная многоступенчатая выборка). Обеспечение вероятности попадания каждого элемента генеральной совокупности в выборочную и возможность расчета этой вероятности являются основными принципами и преимуществами, благодаря которым в омнибус опросах применяется вероятностный метод выборки. Анализируется, сравнивается, выражается в таблице процедура построения выборки в ВЦИОМ и Левада-центра. Методика не кажется сложной, ее можно понять и оценить степень стремления к обеспечению репрезентативности.

Кроме метода построения выборки в работе рассматриваются ограничения общественного мнения. Показав ограничения общественного мнения, социологам можно сосредоточить внимание на обеспечении достоверности результатов.

**Ключевые слова:** омнибус опрос, Левада-центр, ВЦИОМ, объем выборки, метод выборки, вероятностная выборка, границы общественного мнения.

The article deals with the method of sampling in quantitative studies of public opinion (omnibus surveys) carried out in two competent Russian organizations – the Russian Public Opinion Research Center and the Levada Center. Omnibus surveys have a special place in the activities of the two organizations and have long been playing a prominent public role. Authors study the volume and type of sample. The attention is focused on the main features of probability sampling, which is used in institutions (and, namely, stratified multistage probability sample). Ensuring the probability that each element of the population in the spot and the possibility of calculating this probability are the main principles and advantages, thanks to which in the omnibus surveys used a probabilistic sampling method. Procedure of constructing the sample in two organizations is analyzed, compared and expressed in table. The technique does not seem difficult, people can understand and evaluate the degree of commitment to ensure representativeness.

Also is considered the boundaries of public opinion. Public opinion is not a good means of philosophical research, may assign to the professional competence, include more social flaws as ethnocentrism than humanistic ideals, it is subject to manipulation. Also, based on the logic of some world religions, public opinion cannot establish what is good or evil. Despite the limitations, the public opinion studies are useful, especially as a democratic tool in the control of the authorities. After understanding boundaries, social scientists should focus on ensuring the reliability.

**Key words:** omnibus survey, Levada Center, RPORC, sample size, sampling method, probability sample, boundaries of public opinion.

Мақалада беделді екі ресейлік – Бүкілресейлік қоғам пікірін зерттеу орталығы және Левада-Орталық ұйымдарында жүзеге асырылатын, қоғамдық пікірді сандық зерттеулердегі іріктеуді құру әдісі зерттеледі. Омнибусдық сауалнамалар екі ұйымның қызметінде ерекше орын алады және ұзақ уақыт бойы көрнекті қоғамдық рөл атқаратын болған. Ұйымдарда қолданылатын сынамаларды іріктеудің ықтималды негізгі ерекшеліктеріне басты назар аударылады (атап айтқанда, ықтималды стратификалық сатылы іріктеу үлгісіне). Әрбір элементтің таңдамалы жалпы халық санына әсер ету ықтималдығын қамтамасыз ету мен бұл ықтималдықты есептеу мүмкіндігі негізгі принцип болып табылады, соған байланысты омнибусдық зерттеулерде ықтималды іріктеу әдісі қолданылады. Осылайша бұл екі ұйымдағы іріктеу әдісінің құрылуы кестелерде көрініс тауып, салыстырылып, талданылады. Зерттеу әдісі күрделі көрінбейді, оны түсініп және дәрежелік өкілеттілікті қамтамасыз ету талпынысына баға беру керек.

Қоғамдық пікірді сандық зерттеулердегі іріктеуді құру әдісінен басқа, қоғамдық пікірді тежеу жұмысы да қарастырылады. Қоғамдық пікірдегі шектемелерді көрсете отырып, әлеуметтанушыларға зерттелген нәтижелердің нақтылығын қамтамасыз ету керек.

**Түйін сөздер:** омнибусдық сауалнамалар, Левада орталығы, ВЦИОМ, іріктеу көлемі, іріктеу тәсілі, іріктеу ықтималдығы, қоғамдық пікір шекарасы.

**ПОСТРОЕНИЕ  
ВЫБОРКИ  
В РЕГУЛЯРНЫХ  
КОЛИЧЕСТВЕННЫХ  
ИССЛЕДОВАНИЯХ  
ОБЩЕСТВЕННОГО  
МНЕНИЯ (ОМНИБУС  
ОПРОСАХ) ВСЕРОС-  
СИЙСКОГО ЦЕНТРА  
ИЗУЧЕНИЯ  
ОБЩЕСТВЕННОГО  
МНЕНИЯ И  
ЛЕВАДА-ЦЕНТРА**

**Введение**

В 2004 г. Ю.Левада прочел публичную лекцию под названием «Что может и чего не может социология» [1]. В ней говорилось об ограничениях, которые имеют исследования общественного мнения, хотя, несмотря на них, продолжал видеть их большую ценность. Понимание ограничений, границ науки является очень важно, помогает прежде всего самому исследователю.

Ознакомиться с данным выступлением было бы интересно каждому, кого волнует проблематика общественного мнения. Любопытно посмотреть его выступление в программе «Школа здословия» [2]. Если говорить коротко и упрощенно, то ограничения заключаются в следующем. Во-первых, оказалось, что социологическое изучение общественного мнения не является хорошим средством философского поиска для человека. Результаты исследований, особенно ценностей, редко оказываются интересными, часто социологи получают банальные выводы. В этом смысле изучение общественного мнения может быть менее увлекательно, чем чтение художественной или философской книги, интересной беседы и т.д. Можно привести пример, которого не было в лекции. Существует известное выражение «Голос народа – голос Божий». Но в художественной книге можно прочесть аллюзию на него «Молчание народа – голос Божий» [3, с. 150]. Что более правильно? Наверное, и то и другое. Во-вторых, общественное мнение по какому-то вопросу может уступать в компетентности профессиональному, и принимать решения только на его основании не всегда будет правильно. В-третьих, общественное мнение может не выражать гуманистические идеалы, а, наоборот, выражать ксенофобию, агрессию, этноцентризм и др. Хотя правильнее сказать, что общественное мнение включает в себя и те и другие взгляды, просто одни будут преобладать. В-четвертых, оно подвержено манипуляциям, например, пропаганде.

И все же, Ю.Левада считал изучение общественного мнения значимым делом. Это, в первую очередь, касается общественного мнения как инструмента оценки и таким образом контроля деятельности властей как общественного института в системе

сдержек и противовесов как инструмента проверки достоверности выборов, одним словом, как одного из инструментов для демократического общества. Результаты исследований могут дать данные об одобрении деятельности властей, а динамика оценок одобрения влияет на саму деятельность, на тех политиков или служащих, кто хочет оставаться у власти. И хотя доля одобряющих власть не превышает трети (в 2004 г. в России), пятой части (в наше время в России), она все же существенно отличаются от 3-5%, которые представляют власти в странах сейчас, если в них институт изучения общественного мнения не работает. Исследования общественного мнения могут быть инструментом в контроле деятельности властей, грозным оружием против их высокомерия, манипуляций, лицемерия, произвола.

Название лекции «Что может и чего не может социология» запомнилось мне, и я продолжил размышления, в том числе и в связи с преподавательским опытом. К ограничениям можно добавить еще один пункт или отнести его к уже высказанным. Он выражается в следующем: общественное мнение не тождественно понятию истины. Например, существует полемика по кругу вопросов, например, аборт, эвтаназия, экстракорпоральное оплодотворение и др., которые в мире особенно актуализируют по меньшей мере, три мировые религии: иудаизм, христианство, ислам религии. Конечно, эти вопросы очень манипулятивны, политики ради популярности могут выступать против или за эвтаназию, но вопрос сейчас не в этом. Вопрос в том, что у общественного мнения нет права определять, что есть добро или зло. Т.е., если 90% населения какого-то общества

считают, что право на эвтаназию – это добро, то это не значит, по логике названных религий, что оно перестает быть злом. В философии эта полемика происходит в рамках темы релятивизма, а именно, этического релятивизма (не культурного). Она имеет богатую традицию обсуждения. Например, об этом пишет Папа Римский Бенедикт XVI [4, с.95].

В ВЦИОМ и ЛЦ проводятся регулярные количественные опросы (омнибус опросы), результаты которых широко цитируются, имеют видное общественное значение. Определив ограничения, социологам следует сосредоточить внимание на достоверности исследований. В настоящей статье разбирается построение выборки как важной процедуры обеспечения достоверности.

### Основная часть

В построении выборки есть два важных вопроса – объем и метод построения. От решения данных вопросов зависит достоверность результатов.

Для начала рассмотрим вопрос об объеме выборки. Объем выборки зависит от генеральной совокупности, от допускаемой исследователем погрешности результатов, от однородности или разнородности изучаемых объектов. Обоснованность выборки как процедуры доказываемая математической статистикой, а именно, законами распределения. Социологи, как правило, не занимаются самостоятельно расчетом объема выборки, а используют уже готовые данные. В таблицах 1-3 приведены расчеты, предложенные институтом Гэллага и ученым В. Ядовым. [5, с. 143].

**Таблица 1** – Зависимость точности оценивания от объема выборки (Институт Гэллага)

Объем выборки	Точность оценивания, %	Объем выборки	Точность оценивания, %
100	±11	750	±4
200	±8	1000	±4
400	±6	1500	±3
600	±5	4000	±2

**Таблица 2** – Зависимость фактической ошибки от объема выборки при генеральной совокупности от 5 000 (по Ядову)

Объем выборки	25	45	100	123	156	204	400	625
Фактическая ошибка, %	20	15	10	9	8	7	5	4

**Таблица 3** – Оценка надежности результатов выборочного исследования (по В.Ядову)

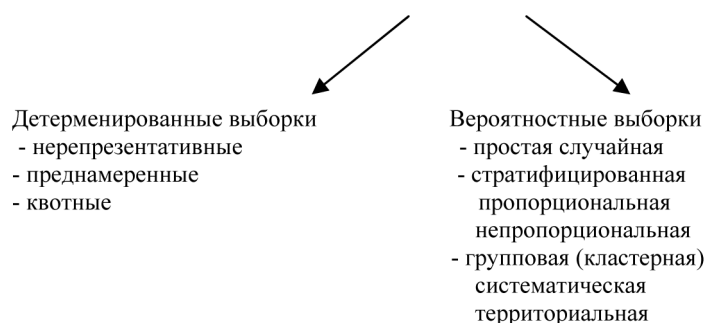
Уровень надежности	Ошибка выборки (уровень доверительного интервала распределений)
Повышенная надежность	< 3% (<0,03)
Обычная надежность	3-10% (0,003-0,1)
Приближенная надежность	10-20% (0,1-0,2)
Ориентировочная надежность	20-40% (0,2-0,4)
Прикидочная надежность	>40% (>0,4)

В количественном исследовании омнибусный опрос в ЛЦ и ВЦИОМ применяется одинаковый объем выборки. Он составляет 1600 человек, при этом, предполагается, что статистическая погрешность не превышает 3,4%.

При построении выборки так же важен метод. Возможно, выбор метода построения (контроля) выборки даже более важен, чем выбор

объема выборки [6]. Как и от объема, так и от выбора метода будет зависеть обоснованность репрезентативности выборочной совокупности.

Известно, что есть два основных вида выборки – вероятностная и детерминированная (схема 1). В омнибусных опросах ВЦИОМ и ЛЦ применяется вероятностная выборка, а точнее стратифицированная выборка.



**Схема 1** – План выборочного исследования [7, с.395]

При выборе вероятностной выборки исследователь обеспечивает возможность попадания каждого элемента генеральной совокупности в выборочную. При этом вероятность попадания элемента можно рассчитать (в омнибусах она стремится к нулю). Вероятность включения в выборку тех или иных членов совокупности может быть различной, но вероятность включения в нее каждого элемента известна. Для детерминированных выборок оценка вероятности включения любого элемента в выборку становится невозможной. Поэтому гарантировать репрезентативность такой выборки нельзя [7, с. 393]. Математическая статистика позволяет генерализировать результаты только для вероятностных выборок [8, с. 142].

Таким образом, обеспечение вероятности попадания каждого элемента генеральной сово-

купности в выборочную и возможность расчета этой вероятности являются основными принципами и преимуществами вероятностной выборки в научном исследовании.

Из схемы 1 видно, что стратифицированная выборка является видом вероятностной. Стратифицированная выборка формируется в результате процедуры состоящей из двух шагов: 1) генеральная совокупность делится на ряд непересекающихся, исчерпывающих её подмножеств и 2) в каждом подмножестве или группе производится независимый отбор элементов при помощи простых случайных выборок [9, с. 421]. В свою очередь, стратифицированная делится на пропорциональную и непропорциональную. В пропорциональной выборке число отобранных элементов пропорционально зависит от доли подмножества в генеральной совокупности [10, с.429].

В классификации выборок так же распространено разделение на одноступенчатые и многоступенчатые, в зависимости от того, сколь-

ко ступеней отбора осуществляется [11, с. 147]. В ВЦИОМ и ЛЦ применяется многоступенчатая выборка (5 и 4 ступеней, соответственно).

Таблица 4 – Процедура построения выборки в ВЦИОМ и Левада-центре

Левада-центр	ВЦИОМ
<p>1 ступень – отбор населенных пунктов (городов и сельских административных районов).</p> <p>1.1. Предварительная стратификация:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- группировка по федеральным округам (их в России 7) + г. Москва. Всего 8 групп.</li> <li>- Населенные пункты внутри 8 групп делятся на страты по признаку численности жителей: 1) более 1 млн. жителей 2) От 500 тыс. до 1 млн. 3) от 100 тыс до 500 тыс 4) городские населенные пункты до 100 тыс. 5) сельские населенные пункты. В результате двух операций получается 41 страта.</li> <li>1.2. Отбор населенных пунктов. Объем выборки (1600) распределен между стратами пропорционально, но исходя из ограничения 7-13 респондентов в одном городе/селе. Случайным методом выбирается от 1 до 10 населенных пункта на страту. Всего в выборку включено 137 населенных пунктов</li> </ul>	<p>1 ступень – отбор субъектов (регионов) РФ. На основе составления т. н. «ранга представительности» отбирается 46 субъектов РФ.</p> <p>2 ступень – отбор населенных пунктов. Респонденты распределяются по признакам проживания в субъекте (регионе) и типе населенного пункта как административно-территориальной единицы (АТЕ). Для каждого субъекта рассчитывается доля респондентов, пропорциональная численности его населения. Внутри каждого субъекта эта доля распределяется по 7 подгруппам, соответствующим 7 типам АТЕ (города с населением более 1 млн. чел., города с населением от 500 тыс. до 1 млн. чел., от 100 тыс. до 500 тыс. чел., от 50 тыс. до 100 тыс. чел., менее 50 тыс. чел., ПГТ, сельские районы) пропорционально удельному весу каждого типа в населении данного региона. Респонденты из каждой подгруппы равномерно распределяются по АТЕ данного типа в регионе. Всего в выборку включено 130 населенных пунктов</p>
<p>2 ступень – отбор опросных участков. Путем ротации избирательных участков в городах, сел и поселков городского типа в сельских населенных пунктах отбираются некоторые, что и обозначается как опросные участки. В результате получается 280 опросных участков.</p>	<p>3 ступень – отбор начальной точки. Путем ротации избирательных участков и списка улиц проводится отбор начальной точки маршрутной выборки в конкретном населенном пункте</p>
<p>3 ступень – отбор домохозяйств. Случайным маршрутным методом в опросных участках отбирается каждое 7 домохозяйство в районах с многоэтажной застройкой, каждое 3 в районах с индивидуальной застройкой</p>	<p>4 ступень – отбор домохозяйств. Пошаговый отбор (т. е. как в Левада-Центре, каждое n-ое домохозяйство от начальной точки)</p>
<p>4 ступень – отбор респондентов. Респонденты в домохозяйствах выбираются в зависимости от половозрастных и полообразовательных квот</p>	<p>5 ступень – отбор респондентов. Респонденты в домохозяйствах выбираются по методу ближайшего прошедшего дня рождения или в зависимости от половозрастных и полообразовательных квот</p>

В таблице 4 представляется метод построения стратифицированной многоступенчатой выборки в ВЦИОМ и ЛЦ. Данные для составления таблицы взяты с сайтов организаций [12], [13].

Метод построения выборки двух организаций существенно не отличается. Различие в количестве ступеней объясняется тем, что ЛЦ рассматривает отбор населенных пунктов как одну ступень (хотя и имеющую два подпункта), в то время как метод ВЦИОМа предполагает для этого две ступени. Это различие кажется больше условным, несущественным.

Сложностью при самостоятельном изучении (по сайту) метода ВЦИОМа оказывается процедура составления «ранга представительности». Она требует дополнительного разъяснения, кон-

сультирования. В данной статье этот момент является нерешенным. Процедура отбора населенных пунктов в ЛЦ кажется более понятной. Сложностью так же является процедура отбора опросных участков в ЛЦ. В таблице она не показана, но если обратиться к описанию метода выборки на сайте организации, то можно увидеть некоторые сложности в понимании на второй ступени. Здесь, наоборот, соответствующая процедура в ВЦИОМе кажется более ясной.

В методе ЛЦ указывается, что некоторые субъекты, населенные пункты не попадают в выборку [14]. На сайте ВЦИОМа таких данных нет. В ВЦИОМе отмечается, что на пятой ступени может применяться и квотная (т. е. ке случайная) половозрастная и полообразовательная выборка,

но при соблюдении всех условий отбора на первых 4 ступенях выборка с контролем квот может рассматриваться как достаточно хорошее приближение к случайной [15]. Квотная выборка применяется при отборе респондентов и в ЛЦ.

В целом процедуры построения выборки двух центров не кажутся сложными, их можно понять и оценить степени стремления к обеспечению достоверности, репрезентативности, нейтральности. Ограничения в понимании, скорее, связаны с методом самостоятельного изучения, они могли бы быть устранены при консультировании с сотрудниками организаций.

### Заключение

Таким образом, общественное мнение имеет некоторые ограничения: не является хорошим средством философского поиска, может уступать в компетентности профессиональным мнениям, в нем может преобладать не гуманистические идеалы, а общественные страхи, пороки (ксенофобия, этноцентризм), оно подвержено манипуляциям. Кроме того, исходя из логики некоторых религий, общественное мнение не может устанавливать, что есть добро или зло. Несмотря на ограничения, исследова-

ния общественного мнения полезны, особенно, как демократический инструмент в контроле властей.

В ВЦИОМ и ЛЦ проводятся регулярные количественные опросы (омнибус опросы), результаты которых широко цитируются. Определив ограничения, социологам следует сосредоточить внимание на достоверности исследований. В настоящей статье разбиралось построение выборки как важной процедуры обеспечения достоверности.

В построении выборки есть два важных момента: объем и метод построения. Расчет и приемлемость объема выборки как процедуры доказываются математической статистикой. Социологи, как правило, не занимаются самостоятельно расчетом объема выборки, а используют уже готовые табличные данные. В омнибус опросах объем выборки составляет 1600 респондентов. Здесь применяется вероятностная стратифицированная многосупенчатая выборка. Обеспечение вероятности попадания каждого элемента генеральной совокупности в выборочную и возможность расчета этой вероятности являются основными принципами и преимуществами, благодаря которым выбирается вероятностный метод выборки.

### Литература

- 1 Интернет страница Полит.ру. Стенограмма публичной лекции Ю.Левады от 16.12.2004, <http://polit.ru/article/2005/01/04/levada/>.
- 2 Телевизионная программа «Школа злословия» НТВ от 07.11.2005.
- 3 Честертон Г.К. Собрание сочинений в 5 томах. 1 том. – СПб., 2006.
- 4 Ратцингер И. (Бенедикт XVI) Вера – Истина – Толерантность. – М., 2007. – 367 с.
- 5 Епархина О.В. Социология общественного мнения. – М., 2013. – 240 с.
- 6 Интернет-страница The Question.ru. Караева О. – сотрудник Левада-центра.
- 7 Черчилль Г., Браун Т. Маркетинговые исследования. 5-е изд. – СПб., 2010. – 700 с.
- 8 Епархина О.В. Социология общественного мнения. – М., 2013. – 240 с.
- 9 Черчилль Г., Браун Т. Маркетинговые исследования. 5-е изд. – СПб., 2010. – 700 с.
- 10 Там же
- 11 Епархина О.В. Социология общественного мнения. – М., 2013. – 240 с.
- 12 Интернет страница ВЦИОМ. Описание построения выборочной совокупности регулярного всероссийского опроса. <http://wciom.ru/research/research/omnibus/vyborka/>
- 13 Интернет страница Левада-центра. Омнибус. <http://www.levada.ru/zakazchikam/omnibus/>
- 14 Там же
- 15 Интернет страница ВЦИОМ. Описание построения выборочной совокупности регулярного всероссийского опроса.

### References

- 1 Internet stranica Polit.ru. Stenogramma publichnoj lekcii Ju.Levady ot 16.12.2004, <http://polit.ru/article/2005/01/04/levada/>.
- 2 Televizionnaja programma «Shkola zloslovija» NTV ot 07.11.2005.
- 3 Chesterton G.K. Sbranie sochinenij v 5 tomah. 1 tom. – SPb., 2006.
- 4 Ratsinger I. (Benedikt XVI) Vera – Istina – Tolerantnost'. – M., 2007. – 367 s.
- 5 Eparhina O.V. Sociologija obshhestvennogo mnenija. – M., 2013. – 240 s.

- 6 Internet-stranica The Question.ru. Karaeva O. – sotrudnik Levada-centra.
- 7 Cherchil' G., Braun T. Marketingovye issledovanija. 5-e izd. – SPb., 2010. – 700 s.
- 8 Eparhina O.V. Sociologija obshhestvennogo mnenija. – M., 2013. – 240 s.
- 9 Cherchil' G., Braun T. Marketingovye issledovanija. 5-e izd. – SPb., 2010. – 700 s.
- 10 Tam zhe
- 11 Eparhina O.V. Sociologija obshhestvennogo mnenija. – M., 2013. – 240 s.
- 12 Internet stranica VCIOM. Opisanie postroenija vyborochnoj sovokupnosti reguljarnogo vserossijskogo oprosa. <http://wciom.ru/research/research/omnibus/vyborka/>
- 13 Internet sranica Levada-centra. Omnibus. <http://www.levada.ru/zakazchikam/omnibus/>
- 14 Tam zhe
- 15 Internet stranica VCIOM. Opisanie postroenija vyborochnoj sovokupnosti reguljarnogo vserossijskogo oprosa.