

УДК 347.948

**МЕТОДИЧЕСКИЕ НОРМЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ СХОДСТВА ПРОМЫШЛЕННЫХ ОБРАЗЦОВ ДО СТЕПЕНИ СМЕШЕНИЯ****Батыков И.В.***Институт социологии РАН, Москва, e-mail: ivbatykov@socexpertiza.ru*

Проведен анализ важнейших методических норм, которые должны соблюдаться при проведении социологических экспертиз по вопросам сходства до степени смешения. Анализ основан на материалах различных документов, содержащих рекомендации или указания об использовании тех или иных дизайнов выборок или инструментария экспертизы. Рассмотрены методические ошибки, зачастую встречающиеся в социологических экспертизах. В целом статья представляет набор инструментов для выявления некачественной экспертизы.

**Ключевые слова:** социологическая экспертиза, интеллектуальная собственность, сходство до степени смешения**CONNETION BETWEEN WELL-KNOWN TRADEMARK AND PRODUCING COMPANY: SOCIOLOGICAL ASPECTS OF RISING AND SOLVING DISPUTES****Batykov I.V.***Institute of sociology of Russian academy of sciences, Moscow, e-mail: ivbatykov@socexpertiza.ru*

Article describes the main methodological norms that should be maintained while conducting the sociological expertise on confusing similarity. Analysis is based on materials of various documents providing recommendations or instructions on using sampling and questionnaire designs for expertise. Also some widespread mythological mistakes are described. Overall the article gives a mean for revelation of bad conducted expertise.

**Keywords:** sociological expertise, intellectual property, confusing similarity

На сегодняшний день социологическая экспертиза средств индивидуализации (обозначений и признаков, служащих для потребителей критериями различения и выбора товаров и услуг, например, товарных знаков) получила широкое распространение в практике принятия решений различных государственных структур – арбитражных судов, Роспатента, Федеральной антимонопольной службы. В задачи экспертизы, для которых могут быть использованы результаты социологических исследований, входит и анализ промышленных образцов на сходство до степени смешения. Использование социологической экспертизы в данном случае может быть основано на том, что наиболее показательным способом установления факта смешения является изучение восприятия образцов самими потребителями. Методы типологизации, часто применяемой в социологических исследованиях [1; 2], позволяют выделить среди потребителей подгруппы, в разной степени склонные к смешению промышленных образцов. Если выводы опираются на их мнение, выраженное непосредственно и агрегированное на основе законов статистики, то такие выводы обладают высокой степенью надежности и объективности. Однако достоверность выводов социологической экспертизы напрямую зависит от того, насколько при ее проведении соблюдены нормы и стандарты, разработанные в социологической методологии.

**Цель исследования.** Наша статья посвящена систематизации методических норм социологической экспертизы промышленных образцов, которая предпринята для того, чтобы не только социологи, но и заказчики социологической экспертизы, и лица, принимающие на ее основе решения, могли приблизительно оценить качество отдельно взятого исследования. Невозможно охватить в одной статье все методические нормы, обеспечивающие качество социологической экспертизы, поэтому наше внимание будет сосредоточено на наиболее важных стандартах и наиболее часто встречающихся ошибках социологических исследований.

**Материалы и методы исследования**

Исследование проведено методом анализа и обобщения нормативных документов. Социологическая экспертиза при решении разных задач может быть основана на разных наборах методических норм и рекомендаций, относящихся к содержательной стороне исследования. Однако общими во всех случаях будут собственно социологические нормы и стандарты, которые воплощены в документах профессиональных ассоциаций и международных организаций. Для российской практики это, прежде всего, Профессиональный кодекс социолога, который был принят VI Всесоюзной конференцией Советской социологической ассоциации 1987 года и продолжает действовать, с изменениями и дополнениями, до настоящего времени. Кроме того, важнейшими документами являются Этический кодекс Международной социологической ассоциации, принятый Исполнительным комитетом Международной социологической ассо-

циации на ежегодном собрании 2001 года и Международного кодекса ICC/ESOMAR по практике проведения маркетинговых и социальных исследований (последняя редакция вступила в силу 01.01.2008).

Перечисленные кодексы регулируют, прежде всего, этическую сторону социологической деятельности и устанавливают нормы объективности, научной добросовестности и гуманистического отношения к участникам исследований. Более технологически ориентированным является стандарт ISO 20252:2006 «Исследование рынка, общественного мнения и социальных проблем. Словарь и сервисные требования», введенный в действие Международной организацией по стандартизации 01.04.2006. Его вторая редакция ISO 20252:2012 вступила в силу 22.05.2012. Данный стандарт описывает конкретные процедуры социологических исследований и основные требования к их проведению. Поэтому он является наиболее практически ориентированным из всех официальных сводов социологических норм.

### **Результаты исследования и их обсуждение**

Задачей социологической экспертизы промышленных образцов является получение объективной информации об их восприятии потребителями. Потребителями целесообразно признавать тех, кто приобретает товары или услуги, входящие в группу однородных товаров или услуг, в которой используются промышленные образцы, и проживает в регионе или регионах, на территории которых осуществляется продажа этих товаров или услуг. Потребители чаще всего отбираются в исследование с помощью вопросов-фильтров, которые определяют либо периодичность покупки товара или услуги, либо срок давности ее совершения. Периодичность и срок давности устанавливаются в зависимости от особенностей рынка данных товаров или услуг. При проведении экспертизы методом социологического опроса он осуществляется в той форме (личное интервью, Интернет-опрос, почтовый опрос и т.п.), которая наилучшим образом обеспечивает решение задач, поставленных в исследовании. Главным требованием к опросу является достаточная для достижения целей экспертизы представительность его результатов. Она достигается соблюдением норм формирования выборки, в том числе учетом принадлежности респондентов к разным субкультурам, нормативным группам и т.п. [6].

Существует три основных типа выборки, которые, в принципе, могут быть задействованы в социологической экспертизе: вероятностная, квотная и стихийная. Вероятностная выборка основана на предварительном составлении списка элементов генеральной совокупности («основы выборки») и использовании случайных чисел. Она позволяет получать репрезентативные

в строгом математическом смысле данные, главным преимуществом которых является возможность расчета доверительного интервала (ошибки выборки) и доверительной вероятности (вероятность выхода истинного значения за границы ошибки выборки). Благодаря этому, соблюдение правил построения вероятностной выборки гарантирует ее репрезентативность и заданную точность в отношении любого признака. Хотя на практике эти гарантии соблюдаются с оговорками, результаты опроса по вероятностной выборке являются наиболее показательными с точки зрения надежности социологической экспертизы.

Квотный отбор основан на предварительном задании распределения в выборке определенных переменных (обычно это пол, возраст и образование), причем это распределение должно совпадать с распределением тех же переменных в генеральной совокупности. При использовании квотной выборки в основу представлений о точности полученных данных может быть положена модель связи целевых признаков с квотируемыми признаками (например, полом, возрастом и образованием).

Квотный отбор позволяет извлекать выборки, репрезентативные по квотируемым переменным и связанным с ними показателям. Квотная выборка является одним из самых распространенных типов, активно и плодотворно применяется в социологических исследованиях, но для ее конструирования необходимо знать распределение квотных признаков в генеральной совокупности потребителей. Иными словами, если осуществляется квотный отбор потребителей пива, то квоты должны быть основаны на информации о генеральной совокупности потребителей пива. Использование в опросах потребителей квот, воспроизводящих структуру населения в целом, – часто встречающаяся и крайне грубый методический просчет.

Стихийный отбор основан на включении в выборку доступных в данный момент респондентов и чаще всего применяется в уличных опросах (другим распространенным в уличных опросах методом является квотирование, в то время как вероятностный отбор для уличного опроса чрезвычайно затруднен и обычно невозможен). Он не позволяет извлекать репрезентативные выборки, так как доступность респондентов ведет к многочисленным смещениям всех основных показателей. Однако нерепрезентативные опросы могут использоваться для принятия решений о товарных знаках, хотя их результаты и должны рассматриваться в качестве примерных, а не точных оценок

реального положения дел. Кроме того, нерепрезентативные выборки могут использоваться совместно с другими, неопросными, методами социологической экспертизы, например, при экспериментальной проверке гипотезы о сходстве до степени смешения.

Содержание вопросов обуславливается задачами экспертизы [4; 5]. Анкета не должна содержать вопросов, не относящихся к решению поставленных задач, так как эти вопросы могут оказать непредвиденное влияние на распределение ответов респондентов.

Вопросы формулируются, по возможности, просто и коротко, используя простые короткие предложения, неприемлемы формулировки, включающие двойное отрицание. Однако некоторые исследования показывают, что и длинные вопросы вполне могут быть эффективны. Если вопрос требует сложной формулировки, его следует дополнить комментарием, чтобы респондент мог вполне уяснить его смысл. Сложные вопросы желательно дополнять просьбой дослушать вопрос до конца и предложением переспросить в случае недопонимания.

Используемые в вопросе семантически значимые слова (в отличие от фоновой лексики) должны иметь предельно четкое значение, не допускающее разночтений. Вопросы, по возможности, не должны содержать терминологии, оперирование которой предполагает владение специальными знаниями. Если задача экспертизы требует использования специальных терминов, их значение должно быть объяснено всем респондентам. Вопросы должны формулироваться с использованием лексики, максимально приближенной к естественной для респондента. Однако использование сленговых и вульгарных оборотов должно быть исключено.

Один вопрос должен содержать только одно семантическое задание, сочетание двух вопросов в одном нежелательно. Если вопрос содержит сразу два задания, это может приводить к тому, что ответы респондентов оказываются неинтерпретируемыми. Однако некоторые конструкции, включающие два последовательных вопроса с четким отделением ответов респондентов (например, «Если Вам знакомо данное обозначение, вспомните, пожалуйста, когда Вы с ним познакомились») могут использоваться, если для этого есть разумные основания.

Неприемлемы формулировки вопросов, включающие подсказки / намеки на «правильный» ответ или оказывающие давление на ответ респондента. Вопросы, в которых допускается такая ошибка, называются «наводящими». Вопросы, в которых респон-

денту сообщаются неизвестные ему ранее сведения, сами по себе не относятся к вопросам, оказывающим давление. Сообщение сведений может быть обусловлено задачами экспертизы. Однако оно легко может повлиять на распределение ответов, поэтому такого рода вопросы должны применяться с осторожностью, и всегда тщательно контролироваться на предмет возникающих смещений.

Количество открытых вопросов должно быть сведено к минимуму, так как они имеют множество недостатков при применении в массовых опросах. Тем не менее, открытые вопросы допустимо использовать, если того требует решение специфических задач экспертизы. При этом обязательно указание на тип вопроса, так как он может существенно влиять на интерпретацию. При применении открытых вопросов обязательно включение в отчет кодификатора, демонстрирующего, как группировали ответы респондентов для их представления в табличной форме.

Форма предоставления результатов экспертизы определяется в соответствии с целями и задачами экспертизы, а также в зависимости от требований адресата экспертизы. Но, независимо от эксплицированных требований адресата, отчет об экспертизе должен содержать информацию о характеристиках исследования, достаточно подробную для вынесения адекватной оценки относительно качества полученных данных [7; 10].

В конечном документе должна быть ясно обозначена цель исследования, приведены все материалы, подвергавшиеся тестированию. Должны быть приведены сведения, свидетельствующие о степени точности данных: информация о генеральной совокупности, подлежащей исследованию, конструкции выборки (включая объем выборки, методы отбора единиц совокупности), информация о доверительном интервале и доверительной вероятности (в случае применения вероятностных методов отбора, допускающих расчет доверительных интервалов и доверительных вероятностей, с упоминанием уровня, считающегося приемлемым), концептуальных основаниях и процедурах вычисления ошибки выборки при использовании неслучайных методов отбора (если вычисление производилось), процедурах взвешивания или ремонта выборки, если таковые имели место. Оценка меры обоснованности выводов экспертизы требует приведения в конечном документе описания процедур анализа данных, построения индексов и логики интерпретации данных [3; 8; 9].

### Заключение

Соответствие социологической экспертизы приведенным нормам в значительной степени обеспечивает ее качественные, надежные и достоверные результаты. Однако такое соответствие не является гарантией. В конечном счете, наиболее важным критерием достоверности экспертизы выступает не формальное соблюдение требований, которые невозможно полностью перечислить ни в одном документе, а статус и научная репутация экспертного учреждения, а также компетентность социологов, проводивших исследование. В то же время, серьезное расхождение экспертизы с обозначенными нормам, является признаком ее низкого качества, недостоверности и ненадежности данных. Здесь наблюдается явная и совершенно обычная асимметрия в применении стандартов: соответствие им не гарантирует качества, хотя и повышает его вероятность, а несоответствие – почти гарантирует некачественный продукт. Поэтому перечисленные методические нормы мы рекомендовали бы использовать, прежде всего, в качестве инструмента выявления недостоверной экспертизы. Общую же оценку социологическому исследованию следует давать на основе не только соблюдения формальных стандартов, но и содержательных соображений, и научного статуса и репутации исполнителей.

### Список литературы

1. Бабич Н.С. Контент-анализ популярности типологического метода в западной социологии XX в. // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2008. № 27. С. 30-47.
2. Бабич Н.С. Функции типологического метода в социологии // Теория и практика общественного развития. 2012. № 11. С. 84-89.
3. Бабич Н.С., Батыков И. В. Ординальное шкалирование. Краснодар, 2004, 135 с.
4. Бабич Н. С., Батыков И. В. Формулировка вопроса о смешении средств индивидуализации в сознании потребителей: пути повышения качества информации // Научные проблемы гуманитарных исследований. 2012. № 7. С. 141-149.
5. Бабич Н.С., Батыков И.В. Концептуальные основания измерения общественной поддержки правовых актов // Власть. 2013. № 6. С. 126-129.
6. Бабич Н.С., Власова-Ягодина А.А. Методы отбора внутри домохозяйств в репрезентативных исследованиях социальных норм // Теория и практика общественного развития. 2013. № 12. С. 25.
7. Бабич Н.С., Иванов В.В. С точностью до участка: система тотального контроля качества на экзит-поллах // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2011. № 2. С. 16-23.
8. Бабич Н.С., Хоменко И.В. Типология уровней измерения в социологии: традиционные и альтернативные подходы // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. 2012. № 2. С. 86-97.
9. Батыков И.В., Бабич Н.С. Семантическое измерение деловой репутации: проблемы сбора, контроля качества и интерпретации данных // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2013. № 1. С. 61-71.
10. Батыков И.В. Выбор исполнителя производства судебной социологической экспертизы оценки объектов интеллектуальной собственности // Мир юридической науки. 2012. № 10. С. 72-79.