



Юлия Баскакова, Langer Research Associates
jbaskakova@gmail.com

Как сформировать «культуру открытости исследований общественного мнения»

Тезисы выступления на круглом столе
«На пути к открытости исследований»

X Грушинская конференция, 19 мая 2020



Кому (ещё) и зачем нужна открытость / прозрачность?

Потенциальных потребителей много (академики, think tanks, журналисты etc). Они вторичны.

Главный интересант – сами исследователи. Открытость – инструмент продвижения опросов:

- Продукт полстера – аналитика на основе данных. Почему кто-то должен нам доверять, если мы не в состоянии понятно рассказать о том, что и как мы делаем?
- Если полстер не «открыт» – это примерно все, что вы хотите знать о качестве его данных. Открытость = гигиена.
- Процедуры открытости – инструмент для оценки качества наших выводов. Они показывают, что исследования - не шарлатанство, а процедура, которую можно повторить и верифицировать.
- Этой же цели служат Этические кодексы. Например, кодекс ААПОР обязует нас не делать заявлений, которые не подкреплены данными. Открытость – механизм реализации кодекса.



Открытость – проблемы и решения:

- Персональные данные. Поэтому есть лимиты раскрытия.
- Открытость можно использовать как инструмент харрасмента. В ААПОР есть защитная процедура – можно пожаловаться в комиссию по стандартам.
- Отсутствие стандартов и договоренностей о том, что такое открытость (кроме ААПОР, про который дальше) создает у многих комплекс двоечника.
- Это трудозатратно. На самом деле если вы ISO /ОИРОМ - стандартизированы и сертифицированы, открытость внедрить нетрудно.
- Открытость не сделает вас автоматом привлекательнее конкурентов. Но точно укрепит репутацию.



Что такое «открытость исследований общественного мнения»?

Это не очень распространено в мире, потому что мало кто знает, что это такое.

AAPOR Transparency Initiative:

- Четкий список, что раскрывать при публикации, что – по запросу для разных видов исследований
- Наличие процедур принятия / мониторинга
- Одобрена и поддержана WAPOR
- Цвет полстеров – уже там
- Развитие проекта – с 2004, когда появился раздел о стандартах раскрытия в кодексе ААПОР
- Только одна российская компания состоит в TI



Что мешает сделать исследования за государственные средства открытыми?

Очевидное:

- Заказчик не заинтересован в публичном аудите (комплекс системных проблем – отдельная тема)
- Полстеры не заинтересованы настаивать - риск потери заказов
- Так примерно везде, но где-то есть законы вроде FOIA.

Реализуемое:

- Начать с исследований «за свои» или с тех, что оплачены фондами. Инициативные исследования (ЕМ, коронавирус, etc). Будет проще подключать другие проекты.
- Разработать и запустить процедуры. TI описывает, что необходимо разглашать в какой ситуации. Вполне совместимо с исследованиями для государства.



Инфраструктура открытости: «единая площадка или множество разных»?

Сам концепт «единой площадки» сужает мотивацию к открытости.

Перед тем, как договариваться «куда сдавать», надо определить, «что сдавать».

Уже есть развитая инфраструктура:

- Roper Center – самый большой в мире архив данных. Их минус – пейвол, плюс – стандарты открытости. Среди российских компаний донор пока один.
- ICPSR – один из крупнейших архивов. Открыт, требования на сдачу ниже.
- Много других



Как сформировать “культуру открытости исследований общественного мнения?”

1. Строить инфраструктуру – ассоциацию, с правилами, кодексами и процедурами.
2. Воспользоваться готовым опытом – Transparency Initiative. Туда можно вступить, а можно сделать российский аналог.
3. На уровне отдельной компании – начать с себя:
 - Определить открытость по гайдлайну TI, набор данных для обязательного раскрытия там минимален
 - Прописать процедуру открытия данных по запросу (кому адресовать запрос, как по нему работать)
 - Опубликовать политику открытости на сайте компании. Voila.